

+++ beringtime.com +++ breitling.com +++ casio-shop.eu +++ deine-kinderuhr.at +++ garmin.com +++ holzkern.com +++ kerbholz.com +++
+ lilienthal.berlin +++ nordgreen.de +++ uhr24.de +++ uhrenlounge.de +++ watchdiscounter.de +++ zeitjuwel.de +++ u. weit. 418 Anbieter f. Uhren

Studiensteckbrief
**Studie eVisibility
Uhren 2022**

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juni 2022



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
eVisibility Uhren 2022

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Bei drei der zehn Anbieter mit der größten eVisibility handelt es sich um Branchen-Fachhändler.
- Ein Anbieter aus den Top 10 weist eVisibility in allen fünf Online-Kategorien auf.
- Auf der Plattform Amazon halten ausländische Händler 64 Prozent der eVisibility.
- 24 Prozent aller ermittelten Anbieter zeigen Präsenz über die Vergleichsportale.
- Innerhalb der Social Media vereint YouTube 63 Prozent der eVisibility auf sich.
- Branchen-Fachhändler stellen 16 Prozent an der Gesamt-eVisibility, der Anteil der Hersteller liegt bei 26 Prozent.
- Neun Anbieter, die in der Vorgängerstudie aus dem Jahr 2020 noch keine eVisibility gezeigt haben, platzieren sich neu in den Top 30-eVisibility.

Informationen zur Studie

Key Facts der Online-Kategorien:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse von 100 Anbietern für Uhren mit der höchsten eVisibility

Gesamtränge für insgesamt 431 Anbieter

in den Online-Kategorien **Suchtreffer, Suchanzeigen, Vergleichsportale, Social Media, Amazon** auf Basis von 108 Top 10-Rankings

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich** auf 89 PowerPoint-Seiten

als PDF und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

Nutzen: Benchmarks zur Sichtbarkeit im Internet, umfassender Wettbewerbsüberblick

431 Anbieter mit eVisibility:

- ...
- formexwatch.com
- fossil.com
- ...
- uhr24.de
- uhr247.de
- uhrcenter.de
- uhren4you.de
- uhrenarena.de
- ...
- watchhouse.de
- watchmaster.com
- ...



Informationen zur Studie

Konzeption:

Produktkategorien & Suchbegriffe

- Analoguhr
- Armbanduhr
- Chronometer
- Damenuhr
- Digitaluhr
- Herrenuhr
- Kinderuhr
- Quarzuhr
- Smartwatch
- Solaruhr
- Taschenuhr
- Taucheruhr



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte:**

- welche Anbieter erzielen Internet-Sichtbarkeit über Paid Search?
- welche Unternehmen sind bei den organischen Suchergebnissen on Top gelistet?
- welche Mitbewerber belegen in Vergleichsportalen vordere Plätze?
- mit welcher Präsenz machen die Unternehmen in Social Media auf sich aufmerksam?
- welche Anbieter sind auf der Plattform Amazon sichtbar?
- in welchen Produktkategorien besteht Optimierungspotenzial?
- welche großen Marken und Hersteller finden sich unter den Top 100 eVisibility?
- welche Positionierung nehmen die Top 10 Anbieter im Wettbewerbsvergleich ein?

Die Studie in Zahlen:

- 431 Anbieter für Uhren
- 5 Online-Kategorien: organische Suchmaschinenergebnisse, Paid Search, Vergleichsportale, Social Media, Plattform Amazon
- 12 Suchbegriffe
- 11 Anbietergruppen
- 108 Top 10-Rankings

Forschungsdesign:

research tools ermittelt für die wichtigsten Produktkategorien zentrale Suchbegriffe und analysiert auf dieser Basis die Sichtbarkeit der Anbieter im Internet innerhalb des deutschsprachigen Raums. Dabei werden die Anbieter individuell gesichtet, die Platzierungen in Suchtreffern, Suchanzeigen, Vergleichsportalen, Social Media und Amazon von den Marketinganalytikern ermittelt, analysiert und zu einem Gesamtranking verdichtet. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im Juni 2022 erschienen.

Preis der Studie: Die 89 Seiten umfassende Studie kostet **1.000 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----|
| ➤ Management Summary | 3 |
| ➤ Forschungsdesign | 9 |
| ➤ eVisibility-Rankings nach Online-Kategorien | 12 |
| ▪ Suchtreffer | 13 |
| ▪ Suchanzeigen | 15 |
| ▪ Vergleichsportale | 18 |
| ▪ Social Media | 25 |
| ▪ Amazon | 34 |
| ▪ Gesamtranking nach Online-Kategorien | 44 |
| ▪ Gesamtranking Ränge 101ff | 56 |
| ▪ Ranking Vergleich 2020/2022 | 59 |
| ➤ eVisibility-Rankings nach Suchbegriffen | 61 |
| ▪ Gesamtranking der Top 10 nach Suchbegriffen | 62 |
| ▪ Gesamtranking der Top 100 nach Suchbegriffen | 65 |
| ▪ Top 5 Rankings nach Suchbegriffen | 72 |
| ➤ eVisibility der Anbietergruppen | 75 |
| ▪ Gesamtranking nach Anbieter-Typen | 76 |
| ▪ Anteile der Top-Anbieter | 83 |
| ➤ eVisibility-Positionierung | 85 |
| ➤ Kontakt | 88 |



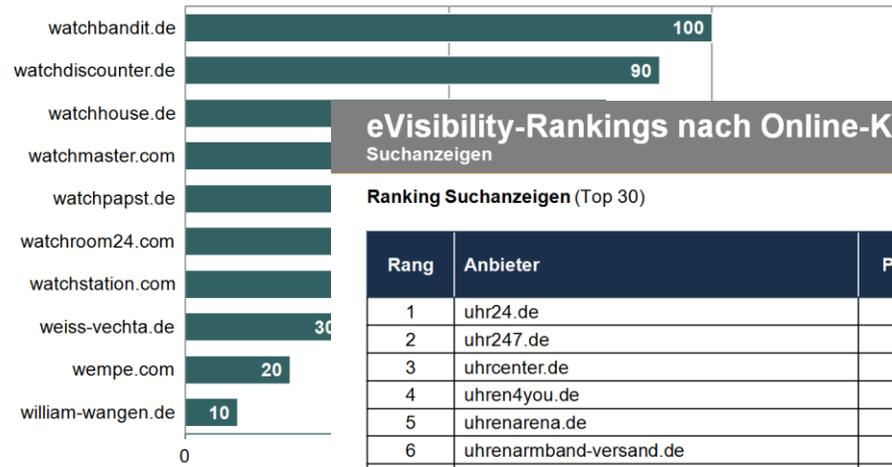
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

eVisibility-Rankings nach Online-Kategorien

Suchtreffer

Ranking Suchtreffer (Top 10, Angaben als eVisibility-Punkte*)



eVisibility-Rankings nach Online-Kategorien

Suchanzeigen

Ranking Suchanzeigen (Top 30)

| Rang | Anbieter | P |
|------|-------------------------|---|
| 1 | uhr24.de | |
| 2 | uhr247.de | |
| 3 | uhrcenter.de | |
| 4 | uhren4you.de | |
| 5 | uhrenarena.de | |
| 6 | uhrenarmband-versand.de | |
| 7 | uhrendealer.com | |
| 8 | uhrendirect.de | |
| 9 | uhren-fan.de | |
| 10 | uhren-koeck.at | |
| 11 | uhrenleopold.de | |
| 12 | uhrenlounge.de | |
| 13 | uhren-lounge.de | |
| 14 | uhrenlux.de | |
| | uhren-park.de | |

* ein Anbieter, der bei allen Suchbegriffen Platz eins belegt, könnte maximal 182 Punkte er

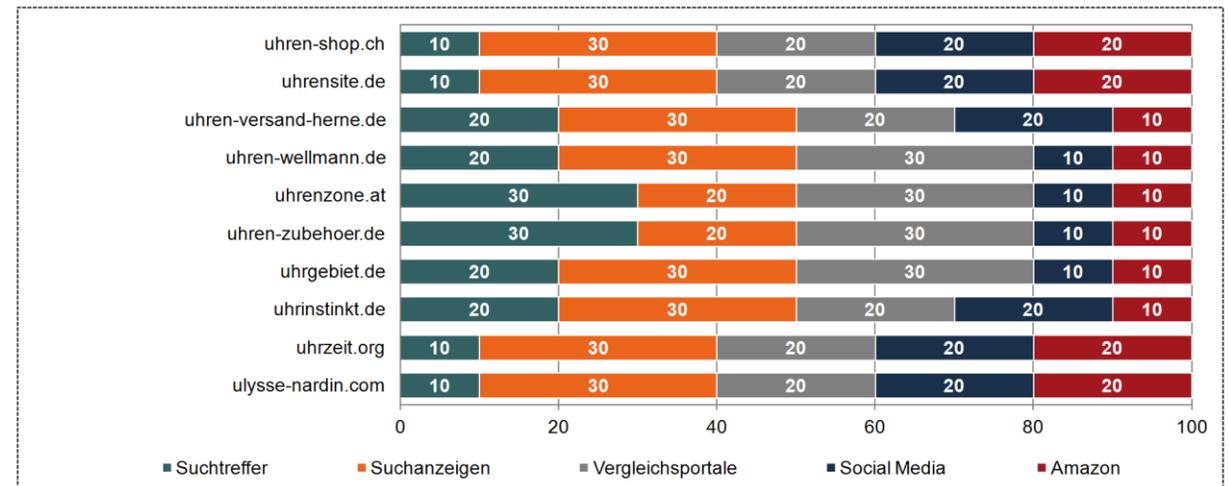


Welche Anbieter dominieren bei Suchanzeigen?

eVisibility-Rankings nach Online-Kategorien

Gesamtranking nach Online-Kategorien

Gesamtranking (Top 10) in Anteilen (Angaben in %)



In welchen Online-Kategorien zeigt sich Potenzial?



Studie eVisibility Uhren 2022

Studie eVisibility Uhren 2022

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

eVisibility-Rankings nach Online-Kategorien

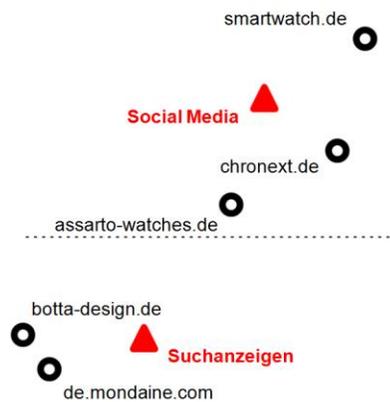
Gesamtranking nach Online-Kategorien

Ranking eVisibility gesamt nach Kategorien (Top 100)

| Rang | Anbieter | Suchtreffer | | Suchanzeigen | | Vergleichs-portale | | Social Media | | Amazon | |
|------|--------------------------|-------------|------|--------------|------|--------------------|-----|--------------|-----|--------|-----|
| | | Punkte | % | Punkte | % | Punkte | % | Punkte | % | Punkte | % |
| 1 | breitling.com | 106,0 | 56,1 | 82,9 | 43,9 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 2 | brinckmann-lange.de | 50,6 | 33,4 | 25,5 | 13,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 3 | brogle.de | 28,5 | 19,0 | 14,2 | 7,5 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 4 | bugatti-smartwatches.com | 31,6 | 23,0 | 15,8 | 8,2 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 5 | cander.berlin | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 6 | casio-shop.eu | 41,1 | 32,0 | 20,5 | 10,7 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 7 | ceyoli.com | 53,8 | 44,0 | 26,9 | 13,9 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 8 | chanel.com | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 9 | chrisbenz.de | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 10 | christ.de | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 11 | chronext.de | 3,2 | 5,0 | 1,6 | 0,8 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 12 | chrono24.de | 4,7 | 8,0 | 2,3 | 1,2 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 13 | dalvey.com | 7,9 | 14,0 | 3,9 | 2,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 14 | damasko-watches.com | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 15 | damenuhr-shop.de | 17,4 | 34,0 | 8,7 | 4,4 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |

eVisibility-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Welche Performance zeigen die Anbieter in den Detailrankings?

eVisibility-Rankings nach Online-Kategorien

Gesamtranking nach Online-Kategorien

Ranking eVisibility gesamt nach Kategorien (Top 10)

| Rang | Anbieter | Suchtreffer | | Suchanzeigen | | Vergleichs-portale | | Social Media | | Amazon | | Punkte gesamt |
|------|-----------------------|-------------|------|--------------|------|--------------------|------|--------------|------|--------|------|---------------|
| | | Punkte | Rang | Punkte | Rang | Punkte | Rang | Punkte | Rang | Punkte | Rang | |
| 1 | gnoce.de | 8,1 | 38 | 71,4 | 1 | 53,4 | 1 | 137,2 | 1 | 0,0 | 43 | 270,1 |
| 2 | guinand-uhren.de | 28,0 | 5 | 40,2 | 3 | 0,0 | 73 | 82,6 | 2 | 38,5 | 11 | 189,3 |
| 3 | hamiltonwatch.com | 26,1 | 6 | 47,3 | 2 | 8,3 | 47 | 62,8 | 5 | 48,7 | 4 | 161,5 |
| 4 | hanhart.com | 0,0 | 110 | 30,4 | 8 | 10,0 | 37 | 76,0 | 4 | 0,0 | 43 | 144,5 |
| 5 | heinrich.watch | 0,0 | 110 | 26,8 | 11 | 8,3 | 47 | 77,7 | 3 | 55,3 | 1 | 143,6 |
| 6 | hexterandbaines.com | 17,1 | 13 | 36,6 | 6 | 38,4 | 5 | 19,8 | 13 | 19,4 | 34 | 135,8 |
| 7 | hild-uhren-schmuck.de | 0,0 | 110 | 3,6 | 69 | 40,1 | 4 | 44,6 | 7 | 13,3 | 37 | 125,2 |
| 8 | holzhütte.com | 8,1 | 38 | 0,0 | 102 | 46,7 | 2 | 28,1 | 9 | 25,2 | 29 | 102,6 |
| 9 | holzkern.com | 0,0 | 110 | 6,3 | 48 | 25,0 | 10 | 46,3 | 6 | 13,3 | 37 | 96,2 |
| 10 | honstein.watch | 11,7 | 24 | 27,7 | 10 | 35,1 | 6 | 0,0 | 57 | 0,0 | 43 | 74,5 |

Wie positionieren sich die Top 10 im Wettbewerbsumfeld?



Studie eVisibility Uhren 2022

Studie eVisibility Uhren 2022

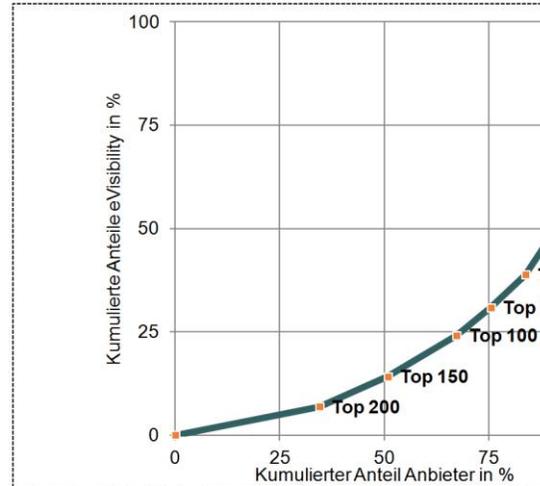
Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

eVisibility der Anbietergruppen

Anteile der Top-Anbieter

Kumulierte Anteile eVisibility (Darstellung als Lorenzkurve)



Die nebenstehende Lorenzkurve ist ein Indikator für die Konzentration der eVisibility der Anbieter mit der größten eVisibility. Die Kurve nach unten durchhängt, desto die Konzentration. Die ausgewiesenen

eVisibility-Rankings nach Suchbegriff

Gesamtranking der Top 10 nach Suchbegriffen

Gesamtranking nach Suchbegriffen (Top 10, absolute Werte)

| Suchbegriff | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------------|----|----|----|----|----|
| airwatch-deutsch.de | 15 | 30 | 40 | 25 | 25 |
| alexander-shorokhoff.de | 20 | 20 | 50 | | |
| altherr.de | 25 | 10 | 40 | 45 | |
| anio.eu | 20 | 20 | 30 | 55 | |
| assarto-watches.de | 15 | 30 | 20 | 45 | |
| bartels-watches.com | 20 | 40 | 10 | 35 | |
| bauhaus-uhr.de | 25 | 30 | 20 | 25 | |
| beringtime.com | 20 | 20 | 30 | 15 | 4 |
| bodet-time.com | 15 | 10 | 40 | 25 | 2 |
| botta-design.de | 20 | 20 | 50 | | |

eVisibility der Anbietergruppen

Gesamtranking nach Anbieter-Typen

Top 5 nach Anbieter-Typ (Angaben als eVisibility-Rang und -Punkte)

Hersteller / Markenshops

| | | |
|-----|----------------------|-------|
| 1. | de.mondaine.com | 105,7 |
| 2. | detomaso-watches.com | 101,3 |
| 9. | festina.com | 88,5 |
| 17. | hamiltonwatch.com | 72,9 |
| 22. | nordgreen.de | 71,8 |

Hersteller / Marken ohne eShops

| | | |
|-----|-------------------------|------|
| 15. | bodet-time.com | 76,5 |
| 18. | de.bulova.com | 72,6 |
| 25. | glashuette-original.com | 69,5 |
| 46. | regent-uhren.de | 59,7 |
| 71. | schroeder-watch.com | 28,9 |

Fachhändler

| | | |
|------|-----------------|------|
| 61. | chronext.de | 33,6 |
| 68. | chronox24.de | 30,7 |
| 94. | smartwatch.de | 22,4 |
| 99. | taucheruhren.de | 20,0 |
| 103. | uhrzeit.org | 18,7 |

Juweliere und Schmuckhändler

| | | |
|-----|-----------------------|------|
| 19. | goldschmied-daniel.de | 72,2 |
| 23. | juwelier-dringo.de | 71,6 |
| 24. | schmuckladen.de | 70,6 |
| 32. | schmuckshopping.de | 68,5 |
| 40. | thejewellershop.com | 61,4 |



Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

In welchen Produktkategorien besteht Optimierungspotenzial?



Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie eVisibility Uhren 2022

Studie eVisibility Uhren 2022

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.000 EUR zzgl. MwSt. die **Studie eVisibility Uhren 2022**.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM
Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384
E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools, Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Spezialist für Marketinganalyse, -controlling und -monitoring.

Innerhalb der vergangenen zwölf Monate sind mehr als 30 eVisibility-Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur Branche Uhren & Schmuck:

- Werbemarktanalyse Armbanduhren 2022
- Studie Social Media-Performance Uhren 2021
- Studie eVisibility Schmuck 2020
- Studie eVisibility Uhren 2020
- Werbemarktanalyse Armbanduhren 2020
- Studie eVisibility Schmuck 2018

Luxusgüterbranche: seit 2015 mehr als zehn Studien veröffentlicht

