



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Büromaterial-E-Shops: viel Licht bedeutet auch viel Schatten



**Esslingen am Neckar, 13. August 2014 – Die „E-Shop-Analyse Büromaterial 2014“ von research tools offenbart neben überraschend großen Konditionenunterschieden zehn führender E-Shops für Büromaterial klare Stärken und Schwächen in Anwenderfreundlichkeit und Service. Optimierungspotenzial ist bei allen E-Shops vorhanden.**

Alle zehn analysierten E-Shops für Büroartikel, Bürotechnik und Büroausstattung strukturieren ihr Sortiment in verschiedenen Warengruppen und Untergruppen, um das Auffinden eines Artikels oder das Stöbern im E-Shop zu erleichtern. Die Sortimentsbreite variiert zwischen drei und 13 Warengruppen, in der Sortimentstiefe können Kunden zwischen 13 und 112 Untergruppen wählen.

Die Suchfunktionen der untersuchten E-Shops arbeiten sehr unterschiedlich. Die meisten Suchprogramme zeigen zu viele und größtenteils nicht passende Artikel. Hier erscheinen die Suchbegriff-Ergänzungsfunktionen von OTTO Office, POSTOFFICE, Schäfer Shop und Staples am komfortabelsten. Zeitgleich zur Sucheingabe werden bereits passende Artikel mit Bild angezeigt.

Der Sortimentsumfang der Online-Anbieter reicht von 1.271 Einzelprodukten bis hin zu über 76.000 Produkten. Office Discount und Printus legen ihren Fokus klar auf Bürotechnik, memo hat den höchsten Anteil an Büromöbeln. Die zehn E-Shops zeigen ein differenziertes Markenangebot. Drei der Online-Anbieter führen fast alle 50 Standardmarken, einer beschränkt sich auf etwa die Hälfte. 15 Standard-Marken wie Brother, Canon, Edding oder Tesa werden von allen Anbietern vertrieben.

Ein Vergleich der Preisspannen zeigt enorme Schwankungen in den elf Standard-Warengruppen. POSTOFFICE zeichnet sich hier durch konstant niedrige Preise mit geringer Spanne aus, während Viking mit der größten Preisspanne Artikel und Produkte für unterschiedlichste Ansprüche und Zielgruppen anbietet. Bei zufällig ausgewählten Produkten wird die angebotene Mengenrabattierung analysiert. Acht E-Shops bieten durchschnittliche Rabatte zwischen acht und 20 Prozent.

Die Öffnungszeiten der E-Shops orientieren sich im Wesentlichen an den üblichen Büroarbeitszeiten. Nur drei E-Shops bieten etwas verlängerte Hotlinezeiten bis in den Abend hinein. Drei Shops beraten auch am Samstag. Zwei Anbieter offerieren einen Rückrufservice und in vier Shops sind Gastbestellungen möglich.

In den vier analysierten Teilbereichen Orientierung, Produkte, Konditionen und Service zeigen alle zehn E-Shops jeweils mindestens in einem Teilbereich Stärken. Für jeden Teilbereich qualifiziert sich als Teilrankingsieger ein anderer E-Shop. Optimierungspotenzial ist demnach bei allen E-Shops vorhanden.



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## **Über die Studie:**

Die Studie „E-Shop-Analyse Büromaterial 2014“ von research tools untersucht auf 150 Seiten die E-Shops der zehn führenden Online-Büromaterialanbieter Lyreco, mcbuero.de, memo, office discount, OTTO Office, POSTOFFICE, Printus, Schäfer Shop, Staples und Viking. Für den Zeitraum Mai bis August 2014 wurden die Angebotsseiten hinsichtlich ihrer Orientierung und Ausrichtung, der offerierten Produktpalette, der Preise und Konditionen und dem angebotenen Service analysiert. Eine Stärken-Schwächen-Analyse und ein Ranking runden die Studie ab. Eine E-Shop-Similarity führt die Ergebnisse visuell zusammen.

## **Über research tools:**

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft research tools mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: [www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

## **Pressekontakt:**

Uwe Matzner  
research tools  
Kesselwasen 10  
73728 Esslingen am Neckar  
Tel. +49 (0)711 - 55090381  
Fax +49 (0)711 - 55090384  
[uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)