



Pressemitteilung

Zehn E-Shops für Kfz-Teile: Gedränge auf der Überholspur



Zehn untersuchte E-Shops für Kfz-Teile zeigen eine deutlich differenzierte Sortimentspolitik. Gemeinsam ist allen ein großer Anteil an Verbrauchsmaterialien. Im Standardmarkenangebot lassen sich bei einigen Shops deutliche Lücken erkennen. Laut der „E-Shop-Analyse Kfz-Teile 2015“ kann sich trotz deutlicher Preisunterschiede kein E-Shop durchgehend als günstigster Anbieter positionieren.

Esslingen am Neckar, 16. Januar 2015 – Der Sortimentsumfang reicht bei den zehn analysierten E-Shops für Kfz-Teile von etwa 1.600 angebotenen Einzelprodukten bei Pitstop bis hin zu 400.000 bei KfzTeile24. Einen großen Anteil im Sortiment der E-Shops machen Verbrauchsmaterialien aus, es folgen Teile für Motorisierung, Lenkung und Bremsanlage. In der Markenvielfalt zeigen sich deutliche Unterschiede. Die Hälfte der Shops hat weniger als ein Drittel der 39 untersuchten Standardmarken im Sortiment. Einzig die Marke Hella wird von allen zehn E-Shops angeboten.

Im Konditionenvergleich offenbaren sich deutliche Unterschiede der E-Shops. Bei Verbrauchsmaterialien differieren die Preise oftmals um das Doppelte. Darüber hinaus ergeben Preisvergleiche in weiteren sieben Warengruppen Preisunterschiede von teilweise mehr als 50 Prozent. Eine klare Positionierung als durchgehend günstigster Anbieter gelingt jedoch keinem E-Shop.

Pitstop verlangt generell eine Versandkostenpauschale von 1,95 Euro, unabhängig vom Bestellwert. Die anderen E-Shops bieten Versandkostenfreiheit ab einem Betrag von mindestens 40 Euro. Sechs E-Shops liefern an Montagepartner und in sechs Shops sind Gastbestellungen möglich. Weitere Servicefeatures bieten einzelne Shops durch Finanzierungsrechner oder Produktvergleiche.

Im Gesamtranking zeigen die kundenorientiertesten E-Shops sehr ähnliche Performancewerte, aber deutlich unterschiedliche Fokussierungen. So fokussieren zum Beispiel A.T.U und Autoteilemann einzelne Teilbereiche stärker, während Autoteilestore und Kfzteile24 in allen vier Customer Touchpoint-Bereichen sich etwa gleich stark präsentieren.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „E-Shop-Analyse Kfz-Teile 2015“ von research tools untersucht auf 136 Seiten die E-Shops zehn führender Kfz-Teile-Anbieter A.T.U, Autoteile-guenstig, Autoteile-Meile, Autoteilemann, Autoteilestore, FK-Shop, Kfzteile24, Mister-Auto, Parts2go und Pitstop. Entlang des Kundenpfads werden mit den vier Bereichen Orientierung, Produktsortiment, Konditionen und Service sämtliche Customer Touchpoint-Bereiche der E-Shops analysiert. Eine Stärken-Schwächen-Analyse und ein Ranking runden die Studie ab. Eine Korrespondenzanalyse führt die Ergebnisse visuell zusammen und verdeutlicht die Positionierung der E-Shops im Wettbewerbsvergleich.

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

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