



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

E-Shops für Motorradzubehör: Preise dicht beieinander



In den Onlineshops für Motorradzubehör zeigt sich im Konditionenvergleich eine beachtliche Homogenität. Laut der ‚E-Shop-Analyse Motorradzubehör 2015‘ positioniert sich keiner der Shops durchgängig hochpreisig oder im unteren Preissegment.

Esslingen am Neckar, 02. Oktober 2015 – Die zehn Anbieter für Motorradzubehör sind allesamt Spezialisten und führen etwa zwischen eintausend und 35.000 Artikel. Anbauteile, Bekleidung und Helme bilden dabei das Kerngeschäft. Vier Shops ergänzen das Sortiment mit branchenfremden Artikeln. Innerhalb des Kernsortiments setzen die Shops unterschiedliche Schwerpunkte. So entfallen etwa auf die Warengruppe „Bekleidung“ zwischen drei und 64 Prozent der angebotenen Artikel.

Abgesehen von IXS Motorradbekleidung, die sich auf die Eigenmarke beschränken, führen die Onlineshops im Durchschnitt zwei Drittel der 39 wichtigen Marken. Louis profiliert sich hier mit dem umfassendsten Angebot.

Im Konditionenvergleich ist die Homogenität der Anbieter auffallend. Zwar offenbaren Preisvergleiche von 40 Produkten in acht unterschiedlichen Warengruppen merkliche Preisunterschiede. Der teuerste Anbieter ist im Durchschnitt um 24 Prozent teurer als der günstigste. Sieben der zehn Anbieter punkten jedoch in mindestens einer Warengruppe als günstigster Anbieter. Somit positioniert sich keiner der Onlineshops als durchgehend günstigster Shop.

Die Betriebszeiten der Servicehotlines variieren deutlich. Zwei Shops unterstützen einen kundenfreundlichen 24/7-Service, einige sind nur sehr eingeschränkt erreichbar. Auffallend viele Shops agieren international und haben auf ihrer Website weitere Ländershops eingerichtet.

Das Gesamtranking offenbart insgesamt eine enorme Leistungsdichte. In den einzelnen Customer Touchpoint-Bereichen werden dennoch unterschiedliche Stärken und Schwächen innerhalb der Shops deutlich.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „E-Shop-Analyse Motorradzubehör 2015“ von research tools untersucht auf 148 Seiten zehn Onlineshops für Motorradzubehör FC Moto, Hein Gericke, Helm Express, IXS Motorradbekleidung, Louis, Moto24, Motoin, Motorradbekleidung, MädI und Polo Motorrad. 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