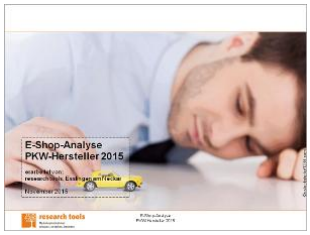
research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Unbefriedigende Performance bei PKW-Onlineshops



Eine Untersuchung von Onlineshops der PKW-Hersteller, in denen Accessoires, Modellautos, Bekleidung und Kfz-Teile angeboten werden zeigt große Sortimentsunterschiede auf. Laut der ‚E-Shop-Analyse PKW-Hersteller 2015' belegen zwei von externen Unternehmen betriebene Shops die vorderen Plätze im Gesamtranking.

Esslingen am Neckar, 19. November 2015 – Während Citroën und Renault in ihren Onlineshops ausschließlich Kfz-Teile für Komfort und Technik anbieten, fokussieren sechs weitere PKW-Hersteller in ihren Shops Produkte aus anderen Bereichen wie Accessoires, Bekleidung oder Modellautos. Audi und Volkswagen verbinden beides und offerieren neben Artikeln für den Autoliebhaber ein umfangreiches Angebot an Kfz-Teilen. Insgesamt werden für den Liebhaber zwischen einhundert und eintausend Artikel angeboten.

Vergleiche in elf unterschiedlichen Produktgruppen offenbaren für Porsche in acht Warengruppen höchste Preise. Ebenso bedienen Audi und BMW bei den angebotenen Liebhaberartikeln das Premiumkundensegment. Ford, Hyundai und Volkswagen hingegen zeigen sich in Preisvergleichen tendenziell günstig. Sieben der zehn Shops bieten Modellautos an. Im Maßstab 1:43 kosten die Modelle zwischen 19 und 62 Euro. Mercedes-Benz- und Volkswagen-Modellautos sind in diesem Maßstab günstig zu haben, Hyundai und Porsche bewegt sich im oberen Preissegment. Bemerkenswert ist dabei die geringe Preiskonsistenz bei Modellautos, denn Hyundai und Porsche sind bei anderen Maßstäben besonders günstig.

Im Gesamtranking gehen die beiden Top-Plätze an Shops, die von externen Unternehmen betrieben werden. Insgesamt haben drei der zehn PKW-Hersteller das Shopgeschäft an externe eCommerce-Dienstleister ausgelagert.

Im Branchenvergleich offenbaren die Onlineshops der PKW-Hersteller bemerkenswert großes Verbesserungspotenzial. Die Analysebereiche Orientierung und Service zeigen, dass keiner der zehn untersuchten E-Shops gute Werte erreicht und damit Maßstäbe in der Branche zu setzen vermag. Eine Ausrichtung an erfolgreichen Shops anderer Branchen erscheint somit sinnvoller.

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:
Die „E-Shop-Analyse PKW-Hersteller 2015“ von *research tools* ist die 26. Studie in der Reihe der E-Shop-Analysen. Sie untersucht auf 165 Seiten die zehn Onlineshops von den PKW-Herstellern Audi, BMW, Citroën, Ford, Hyundai, Mercedes-Benz, Opel, Porsche, Renault und Volkswagen. 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