



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Markenschuh-Onlineshops mit übersichtlichem Angebot



**Zehn untersuchte Schuh-Onlineshops zeigen eine deutlich differenzierte Sortimentspolitik. Besonders zahlreiche Sortier- und Filterfunktionen dienen der einfachen Orientierung in den Shops. Laut der ‚E-Shop-Analyse Schuhmarken 2015‘ ist in allen Shops die Kundenhotline eingeschränkt verfügbar, Beratung am Samstag die Ausnahme.**

*Esslingen am Neckar, 21. August 2015* – Der Sortimentsumfang der zehn analysierten Onlineshops von Schuhherstellern reicht von rund 350 bis annähernd 1.400 Artikel. Ballerinas, Halbschuhe, Sandalen und Stiefel bieten alle Shops, hingegen ist das Angebot an Kinder- oder Sportschuhen nicht überall vorhanden. Beinahe alle Shops legen den Shopschwerpunkt auf den Verkauf von Schuhen. Nur Bally präsentiert mit einer Kleiderkollektion ein weiteres Kerngeschäft. Branchenfremde Artikel wie beispielsweise Taschen werden von neun Shops angeboten.

Alle zehn Onlineshops erleichtern die Schuhsuche durch zahlreiche Filter- und Sortiermöglichkeiten. Hier kann der Kunde nach Herzenslust stöbern und neben Farbe und Schuhtyp teilweise selbst nach Absatzhöhe oder Material filtern.

Die Konditionenanalyse von Preis, Preisspannen und Rabatte verdeutlicht enorme Unterschiede. Während Bally mit sehr breiten Preisspannen ausgehend von einer hohen Preispositionierung eine breite Premiumkäuferchaft anspricht, siedeln sich Rieker und Tamaris in einem deutlich niedrigeren Preissegment mit einer geringeren Preisspanne an. Die Rabattierung der Produkte zeigt ebenfalls enorme Differenzen. Im Durchschnitt der Warengruppen gewähren die Shops zwischen 16 und 46 Prozent Nachlass. Bei den Versandkosten im Standardversand sind sich die Shops hingegen fast einig. Neun Schuhhersteller liefern versandkostenfrei, nur Tamaris berechnet einen eher symbolisch zu sehenden Betrag von 95 Cent.

Die Hotlinebetriebszeiten variieren zwischen 42,5 und 65 Stunden pro Woche. In den Abendstunden haben drei Shops leicht verlängerte Zeiten, zwei Shops hingegen bedienen das Telefon nicht einmal bis 17 Uhr. Am Samstag kann man lediglich Clarks und Tamaris telefonisch erreichen.



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## **Über die Studie:**

Die „E-Shop-Analyse Schuhmarken 2015“ von research tools untersucht auf 167 Seiten die Onlineshops der zehn renommierten Schuhmarken Bally, Buffalo, Clarks, ecco, Gabor, Geox, Lloyd, Rieker, Romika und Tamaris. 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](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)