

+++ Alternate +++ Arlt +++ Caseking +++ Computeruniverse +++ Conrad +++ Cyberport +++ Hardwareversand +++ Hoh +++ Mindfactory +++ PC Spezialist +++ Alternat

## Studiensteckbrief E-Shop-Analyse Computerbedarf 2015

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

April 2015



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief E-Shop-Analyse  
Computerbedarf 2015

# Information zur Studie

## Ausgewählte Ergebnisse:

- Der Sortimentsumfang reicht von rund 1.400 bis hin zu über 45.000 Einzelprodukten für Computerhardware und -software. Nur bei der Hälfte der Anbieter macht die Computerelektronik den Hauptteil des Sortiments aus.
- Die einzelnen Online-Shops setzen innerhalb des Kernsortiments der acht Standard-Warengruppen unterschiedliche Schwerpunkte. So entfallen beispielsweise auf die Warengruppe „Hardware“ zwischen 12% und 75% der Artikel innerhalb des Standardsortiments.
- Drei Onlineshops führen alle der untersuchten 39 Standardmarken im Sortiment. Insgesamt gesehen sind alle zehn Shops mit einer Markenabdeckung zwischen 70 und 100 Prozent gut aufgestellt.
- In umfangreichen Preisvergleichen zufällig ausgewählter Produkte unterschiedlicher Warengruppen positioniert sich kein E-Shop durchgehend als günstigster Anbieter. Hingegen ergeben Preisspannenvergleiche deutliche Abgrenzungen einzelner Anbieter.
- Neun der zehn E-Shops sind telefonisch zu erreichen. Fünf der Hotlines beraten auch am Samstag. Ein Onlineshop offeriert zur Kontaktaufnahme ein Formular. Präsenz und Kontaktmöglichkeiten in sozialen Netzwerken unterstützen neun Shops.

# Information zur Studie

## Sie möchten wissen:

- wie gut die E-Shops Ihrer Branche die Orientierung der Kunden unterstützen?
- wie das Sortiment der E-Shops im Wettbewerbsvergleich strukturiert ist?
- welche Warengruppen die einzelnen E-Shops auszeichnen und in anderen fehlen?
- wie sich die E-Shops im Wettbewerbsumfeld preislich positionieren?
- welche Warengruppen in den untersuchten E-Shops für Verbraucher preislich attraktiv sind?
- wie serviceorientiert die E-Shops Ihrer Branche aufgebaut sind?
- wie sich die Stärken und Schwächen der E-Shops auf Performance und Positionierung auswirken?

## Forschungsdesign:

Die vorliegende Studie basiert auf Daten, die im Zeitraum Februar bis März 2015 von research tools in den E-Shops der zehn Anbieter für Computerbedarf **Alternate, Arlt, Caseking, Computeruniverse, Conrad, Cyberport, Hardwareversand, Hoh, Mindfactory** und **PC Spezialist** untersucht wurden. Die E-Shops wurden im Hinblick auf Orientierung, Produktsortiment, Konditionen und Service entlang des Kundenpfads für sämtliche Customer Touchpoints analysiert und bewertet. Mit Hilfe eines Scoringsystems wurde darüber hinaus ein Ranking der untersuchten Anbieter erstellt. Eine statistische E-Shop-Similarity-Analyse visualisiert die Positionierung der E-Shops im Wettbewerbsumfeld.

Die 146 Seiten umfassende Studie ist für 2.400 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer erhältlich und wird als PDF- und PowerPoint-Datei digital zur Verfügung gestellt.

# Inhaltsverzeichnis

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| ➤ Management Summary          | 4  |
| ➤ Forschungsdesign            | 9  |
| ➤ Orientierung                | 11 |
| ▪ USP                         | 14 |
| ▪ Shopstruktur                | 16 |
| ▪ Navigation – Features       | 28 |
| ▪ Navigation – Suchfunktion   | 29 |
| ▪ Shopdesign                  | 39 |
| ▪ Gütesiegel & Testergebnisse | 43 |
| ▪ Datenschutz                 | 45 |
| ▪ Besonderheiten              | 46 |
| ➤ Produkte                    | 47 |
| ▪ Sortiment                   | 50 |
| ▪ Warengruppen                | 53 |
| ▪ Standard-Marken             | 66 |
| ▪ branchenfremde Warengruppen | 70 |
| ▪ Angebote                    | 71 |
| ▪ Besonderheiten              | 72 |



# Inhaltsverzeichnis

|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| ➤ Konditionen                       | 73  |
| ▪ Preisvergleiche Standardsortiment | 76  |
| ▪ Durchschnittliche Rabattierung    | 96  |
| ▪ Bezahlkonditionen                 | 97  |
| ▪ Versandkosten                     | 98  |
| ▪ Ermäßigungen                      | 100 |
| ▪ Besonderheiten                    | 101 |
| ➤ Service                           | 102 |
| ▪ Beratung                          | 106 |
| ▪ Kundenservice - Features          | 107 |
| ▪ Ländershops                       | 109 |
| ▪ Registrierungsangaben             | 111 |
| ▪ Kontaktmöglichkeiten              | 113 |
| ▪ Zahlungsmöglichkeiten             | 114 |
| ▪ Lieferservice                     | 116 |
| ▪ Besonderheiten                    | 117 |
| ➤ Stärken und Schwächen             | 118 |
| ➤ Ranking                           | 125 |
| ➤ E-Shop-Similarity                 | 138 |
| ➤ Kontakt                           | 145 |

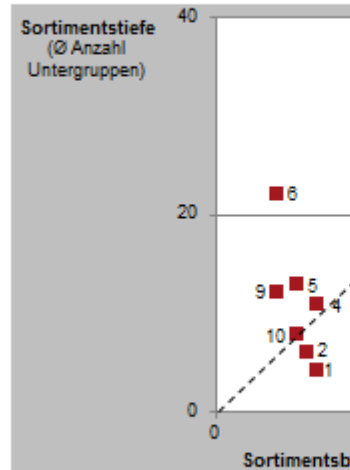


# Beispielseiten (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Orientierung Shopstruktur

Positionierung der Anbieter anhand der Sortimentsbreite und -tiefe



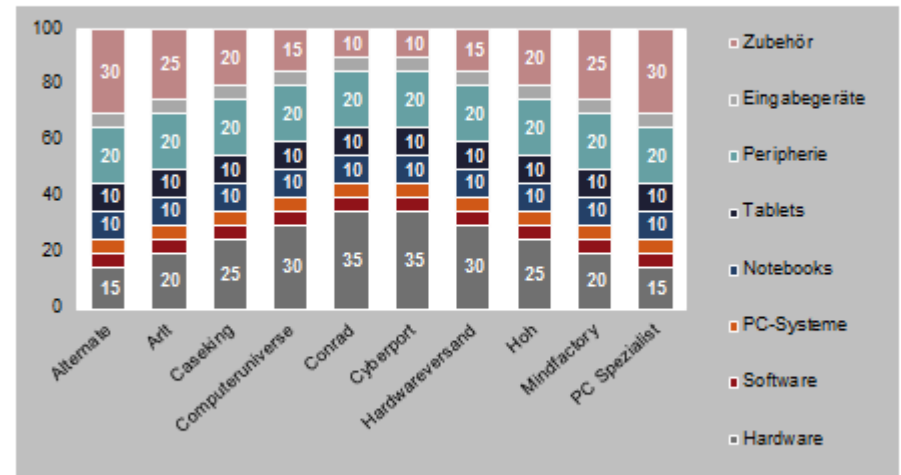
### Produkte Standard-Marken

Standard-Marken im Sortiment

| E-Shop           | 1 | 2 | 3 |
|------------------|---|---|---|
| Alternate        | X | X | X |
| Arit             | X | X | X |
| Caseking         | X | X | X |
| Computeruniverse | X | X | X |
| Conrad           | X | X | X |
| Cyberport        | X | X | X |
| Hardwareversand  | X | X | X |
| Hoh              | X | X | X |
| Mindfactory      | X | X | X |
| PC Spezialist    | X | X | X |

### Produkte Warengruppen

Verteilung der Artikel auf die Standard-Warengruppen (Angaben in %)



Welche Schwerpunkte im Warengruppenangebot setzen die E-Shops?

research tools  
Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Welche Sortimentspolitik verfolgen die Anbieter?

research tools

research tools  
Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

E-Shop-Analyse  
Computerbedarf 2015

# Beispielseiten (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Konditionen

Preisvergleiche Standardsortiment

#### Preisvergleich – 1. Hardware

| E-Shop           | Intel Core i7-4790k boxed |
|------------------|---------------------------|
| Alternate        | XX4,00                    |
| Arit             | XX9,00                    |
| Caseking         | XX9,90                    |
| Computeruniverse | XX5,90                    |
| Conrad           | XX4,89                    |
| Cyberport        | XX9,90                    |
| Hardwareversand  | XX4,99                    |
| Hoh              | XX5,46                    |
| Mindfactory      | XX5,34                    |
| PC Spezialist    | -                         |

### Konditionen

Versandkosten

#### Versandkosten Deutschland (Ang)

| E-Shop           | 1    | 2    |
|------------------|------|------|
| Alternate        | X,95 | 6,95 |
| Arit             | X,00 | 4,99 |
| Caseking         | X,99 | 3,99 |
| Computeruniverse | X,99 | 4,99 |
| Conrad           | X,95 | 5,95 |
| Cyberport        | X,99 | 2,99 |
| Hardwareversand  | X,99 | 6,99 |
| Hoh              | X,99 | 6,99 |
| Mindfactory      | X,99 | 7,99 |
| PC Spezialist    | X,90 | 6,90 |

1. Hardware, 2. Software, 3. PC-Systeme, 4. Notebooks, I

Welche Servicefeatures bieten die E-Shops?

### Service

Kundenservice

#### Kundenservice – Features (1)

| E-Shop           | News-letter | Wunsch-liste / Merkzettel | Bestellung als Gast | Produkt-vergleich | Produkt-berater |
|------------------|-------------|---------------------------|---------------------|-------------------|-----------------|
| Alternate        | X           | -                         | -                   | -                 | -               |
| Arit             | X           | X                         | -                   | -                 | -               |
| Caseking         | X           | -                         | X                   | -                 | -               |
| Computeruniverse | X           | -                         | -                   | X                 | -               |
| Conrad           | X           | -                         | -                   | -                 | X               |
| Cyberport        | X           | -                         | -                   | -                 | X               |
| Hardwareversand  | X           | -                         | -                   | X                 | -               |
| Hoh              | X           | -                         | X                   | -                 | -               |
| Mindfactory      | X           | X                         | -                   | -                 | -               |
| PCspezialist     | X           | -                         | -                   | -                 | -               |

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche E-Shops punkten im Konditionenvergleich?

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

E-Shop-Analyse  
Computerbedarf 2015

# Beispielseiten (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

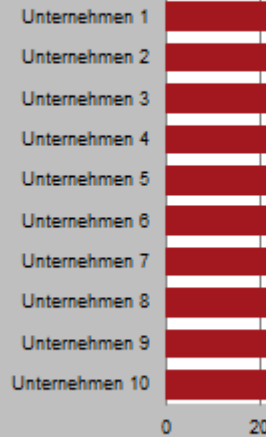
### Stärken und Schwächen

Stärken und Schwächen der Anbieter

| E-Shop   | Stärken  |
|----------|--|
| E-Shop X | <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Versand p</li> <li>+ kostenlose</li> <li>+ einfache R</li> <li>+ schneller V</li> </ul>   |
| E-Shop Y | <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Platz 4 im</li> <li>+ Hotline Be</li> <li>+ Hotline sai</li> <li>+ erreichbar</li> <li>+ einfache R</li> <li>+ viele Kont</li> <li>+ Akzeptanz</li> </ul> |

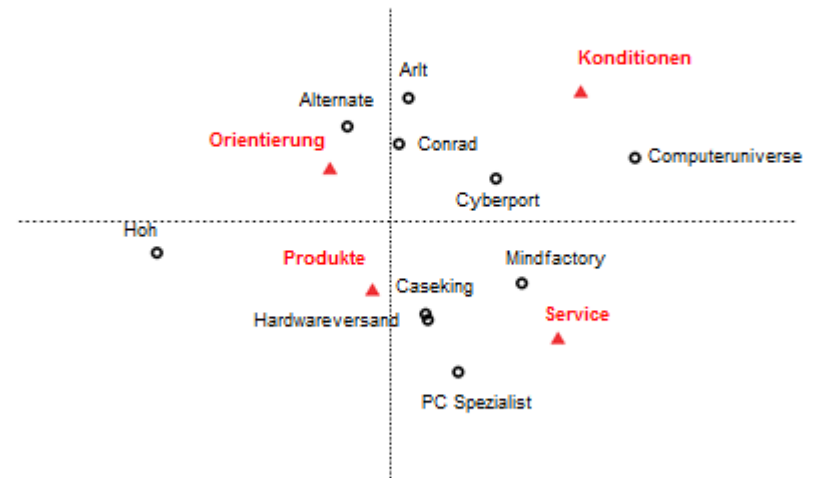
### Ranking

Gesamtranking (Angaben in % der ...)



### E-Shop-Similarity

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Welche Positionierung nehmen die E-Shops im Wettbewerbsumfeld ein?

Welche Auswirkungen haben Schwächen und Stärken auf die Performance?



# Bestellformular

**FAX: +49 (0)711 – 55090384**

**Auftragnehmer:**

research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 2.400 EUR zzgl. MwSt. die  
**E-Shop-Analyse Computerbedarf 2015.**

**Auftraggeber:**

Firma:

---

Ansprechpartner:

---

E-Mail:

---

Position/Funktion:

---

Datum, Ort, Unterschrift:

---



# Kontakt / Branchenerfahrung

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

## Uwe Matzner



Geschäftsführer

Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM

Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384,

E-Mail: [uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

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

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt erschienene E-Shop-Analysen:

- E-Shop-Analyse Sport 2015
- E-Shop-Analyse Haushaltsgeräte 2015
- E-Shop-Analyse Unterhaltungselektronik 2015
- eShop-Analysis Department Stores 2015
- E-Shop-Analyse Kfz-Teile 2015
- E-Shop-Analyse Mobilfunk-Discounter 2014

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Studienreihe E-Shop-Analysen sind seit 2011 Marktstudien zu 16 Branchen erschienen.