

+++ ao +++ Baur +++ Conrad +++ Hitmeister +++ Media Markt +++ notebooksbilliger  
+++ Otto +++ Quelle +++ redcoon +++ Saturn +++ ao +++ Baur +++ Conrad +++ Hitm



Studiensteckbrief  
**E-Shop-Analyse  
Haushaltsgeräte 2015**

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

März 2015



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief E-Shop-Analyse  
Haushaltsgeräte 2015

# Information zur Studie

## Ausgewählte Ergebnisse:

- Der Sortimentsumfang der zehn untersuchten Haushaltsgeräte-Online-Shops reicht von etwa 1.700 bis zu über 196.000 Einzelprodukten für Haushaltsgeräte.
- Die E-Shops strukturieren ihr Sortiment in unterschiedlichen Warengruppen. In großem Umfang werden in den E-Shops neben Haushaltsgeräten auch Artikel aus anderen Branchen angeboten z.B. Fitness & Freizeit, Garten, Mode, Möbel etc.
- Ein umfassendes Markenangebot ist bei den meisten Anbietern vorhanden. Acht der Anbieter decken über 85 Prozent der wichtigsten Marken ab.
- Drei der zehn E-Shops offerieren innerhalb einer Warengruppe jeweils mindestens einmal das günstigste und zugleich das teuerste Produkt. Drei Anbieter verzichten auf Rabatte.
- Andere finanzielle Anreize wie Freundschaftsprämien oder Treueboni werden nur vereinzelt oder gar nicht geboten.
- In der Serviceorientierung zeigen die zehn Shops wechselhafte Performances. Verlängerte Hotline-Zeiten, Rückruf-Optionen oder Bestellungen als Gast sowie Live-Chats gibt es nicht bei allen Shops.
- Das Engagement in Social Media ist in fast allen Shops vorhanden. Die Möglichkeit der Bezahlung per Rechnung oder PayPal ist nicht überall gegeben.

# Information zur Studie

## Die Studie analysiert unter anderem folgende Aspekte:

- Wie gut unterstützen die E-Shops der Haushaltsgeräteanbieter die Orientierung der Kunden?
- Wie ist das Sortiment der E-Shops im Wettbewerbsvergleich strukturiert?
- Welche Warengruppen zeichnen einzelne E-Shops aus und fehlen anderen?
- Wie sind die E-Shops im Wettbewerbsumfeld preislich positioniert?
- Welche Warengruppen sind in den untersuchten E-Shops für den Verbraucher preislich attraktiv?
- Wie serviceorientiert sind die E-Shops dieser Branche aufgebaut?
- Wie wirken sich die Stärken und Schwächen der E-Shops auf die Performance aus?

## Forschungsdesign:

Die vorliegende Studie basiert auf Daten, die im Februar 2015 von research tools auf den einzelnen Seiten der E-Shops für Haushaltsgeräte von **ao, Baur, Conrad, Hitmeister, Media Markt, notebooks-billiger, Otto, Quelle, redcoon** und **Saturn** untersucht wurden. Die E-Shops wurden im Hinblick auf Orientierung, Produktsortiment, Konditionen und Service analysiert und bewertet. Es wurden stichprobenartig Produkte ausgewählt um Preisvergleiche durchzuführen. Um die Ergebnisse vergleichbar zu gestalten, haben wir die Stärken und Schwächen der einzelnen Shops zusammengefasst. Mit Hilfe eines Scoringsystems wurde darüber hinaus ein Ranking der untersuchten Anbieter vorgenommen.

Die 140 Seiten umfassende Studie ist für 2.400 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer erhältlich und wird als PDF- und PowerPoint-Datei per CD sowie bei Bedarf als PDF-Datei per E-Mail zur Verfügung gestellt.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	10
➤ Orientierung	12
▪ USP	15
▪ Shopstruktur	17
▪ Navigation – Features	29
▪ Navigation – Suchfunktion	30
▪ Shopdesign	42
▪ Gütesiegel & Testergebnisse	46
▪ Datenschutz	47
▪ Besonderheiten	48
➤ Produkte	49
▪ Sortiment	52
▪ Warengruppen	55
▪ Standard-Marken	68
▪ branchenfremde Warengruppen	71
▪ Angebote	72
▪ Besonderheiten	73





# Inhaltsverzeichnis

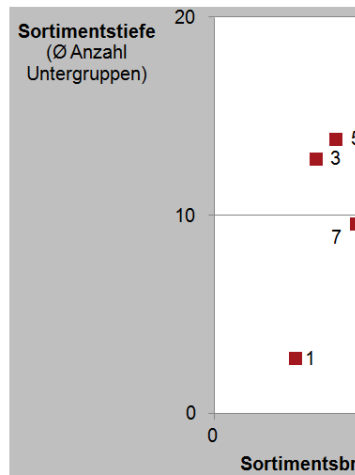
➤ Konditionen	74
▪ Preisvergleiche Standardsortiment	77
▪ Durchschnittliche Rabattierung	89
▪ Bezahlkonditionen	90
▪ Versandkosten	91
▪ Aktionen/ Angebote	93
▪ Besonderheiten	94
➤ Service	95
▪ Beratung	99
▪ Kundenservice - Features	100
▪ Ländershops	103
▪ Registrierungsangaben	105
▪ Kontaktmöglichkeiten	107
▪ Zahlungsmöglichkeiten	108
▪ Lieferservice	110
▪ Besonderheiten	111
➤ Stärken und Schwächen	112
➤ Ranking	119
➤ E-Shop Similarity	132
➤ Kontakt	139



# Beispielseiten (1)

## Orientierung Shopstruktur

Positionierung der Anbieter anhand der Sortimentsbreite und -tiefe



## Produkte Standard-Marken

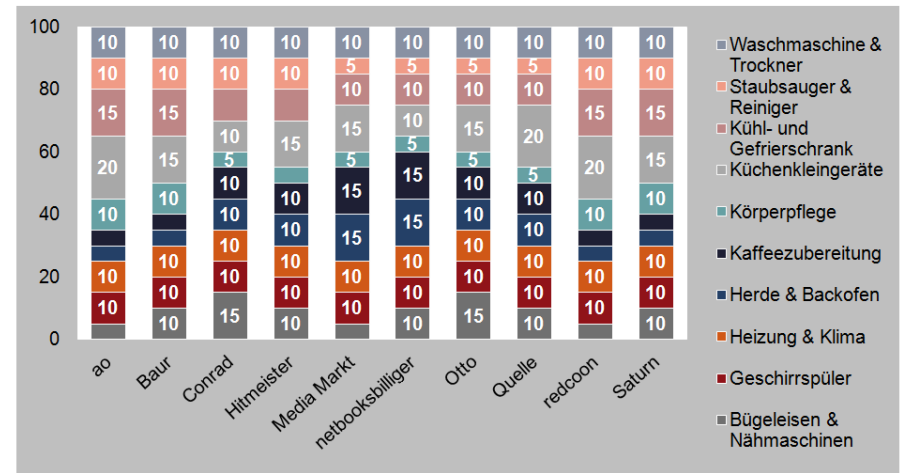
### Standard-Marken im Sortiment (2)

E-Shop	10	1
ao	x	-
Baur	-	x
Conrad	-	-
Hitmeister	-	-
Media Markt	-	-
notebooksbilliger	-	-
Otto	-	-
Quelle	-	-
redcoon	-	x
saturn	x	-

Durch welches Warengruppenangebot heben sich die E-Shops voneinander ab?

## Produkte Warengruppen

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



Welche Standard-Marken haben die E-Shops im Angebot?



E-Shop-Analyse  
Haushaltsgeräte 2015

Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



Studiensteckbrief E-Shop-Analyse  
Haushaltsgeräte 2015

# Beispielseiten (2)

## Konditionen

Preisvergleiche Standardsortiment

### Preisvergleich – 9. Staubsauger & Reinerger

E-Shop	Dyson „DC52“
ao	-
Baur	x29,00
Conrad	x99,00
Hitmeister	x01,02
Media Markt	x99,00
notebooksbilliger	x80,00
Otto	x29,00
Quelle	x49,00
redcoon	x21,99
Saturn	x99,00



Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

**Welche E-Shops punkten im Konditionenvergleich?**

## Konditionen

Durchschnittliche Rabattierung Standardsortiment

### Durchschnittliche Rabattierung nach

E-Shop	1	2	3
ao	-	x4	-
Baur	x3	-	x
Conrad	-	-	-
Hitmeister	-	-	-
Media Markt	-	-	-
notebooksbilliger	-	-	-
Otto	-	-	-
Quelle	-	-	-
redcoon	-	-	-
Saturn	-	-	-

\* 1. Bügeleisen, 2. Geschirrspüler, 3. Heizung, 4. Herde, 5. K

## Service

Kundenservice

### Kundenservice – Features (1)

E-Shop	News-letter	Wunsch-liste / Merkzettel	Bestellung als Gast	Produkt-vergleich	Berater
ao	x	-	-	-	x
Baur	-	x	-	x	-
Conrad	-	-	x	-	-
Hitmeister	-	x	-	x	-
Media Markt	x	-	-	-	x
notebooksbilliger	x	-	-	-	x
Otto	-	x	-	x	-
Quelle	-	-	x	-	-
redcoon	-	x	-	x	-
Saturn	x	-	-	-	x



Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

E-Shop-Analyse Haushaltsgeräte 2015

100

Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief E-Shop-Analyse Haushaltsgeräte 2015

# Beispielseiten (3)

## Service

Registrierungsangaben

### Registrierungsangaben (2)

E-Shop	Adresse
ao	x
Baur	x
Conrad	x
Hitmeister	-
Media Markt	-
notebooksbilliger	x
Otto	-
Quelle	x
redcoon	x
Saturn	-

\*BE = Behindertenausweis, B = Bundesasylamt, D = D



## Stärken und Schwächen

### Stärken und Schwächen der Anbieter

E-Shop	Stärken
AA	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Platz 1 im R;</li> <li>+ Rückruf-Opti</li> <li>+ viele Ermäße</li> <li>+ dehr lange H</li> <li>+ zusätzliche A</li> <li>+ große Anzah</li> </ul>
BB	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ viele Hausha</li> <li>+ viele Standa</li> <li>+ Platz 4 im R;</li> <li>+ Ermäßigung;</li> <li>+ lange Hotline</li> </ul>

## E-Shop-Similarity

### Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Welche Positionierung nehmen die E-Shops im Wettbewerbsumfeld ein?

In welchen Servicebereichen zeigt sich Potenzial zum Ausbau des Kundenservice?

Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



# 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 Haushaltsgeräte 2015.**

**Auftraggeber:**

Firma:

---

Ansprechpartner:

---

E-Mail:

---

Position/Funktion:

---

Datum, Ort, Unterschrift:

---



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief E-Shop-Analyse  
Haushaltsgeräte 2015

# 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 Marktstudien rund um Haushaltsgeräte:

- Marketing-Mix-Analyse Bodenstaubsauger (beutellos) 2015
- Werbemarktanalyse Haushalt und Garten 2015
- E-Shop-Analyse Unterhaltungselektronik 2015
- eShop-Analysis Department Stores 2015
- Marketing-Mix-Analyse Filterkaffeemaschinen 2014

Seit 2005 forscht research tools marketingorientiert und positioniert sich als Marktstudien-Spezialist.

In der Studienreihe E-Shop-Analysen sind seit 2011 14 Marktstudien erschienen.