



Studiensteckbrief
**Studie eVisibility
Babybedarf 2015**

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Oktober 2015



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
eVisibility Babybedarf 2015

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Unter den Top 10 Unternehmen mit der größten eVisibility finden sich vier Fachanbieter mit Filialen.
- Die Ergebnisse der Kategorien Suchtreffer und Suchanzeigen weichen stark voneinander ab. Nur vier Unternehmen sind in beiden Kategorien unter den Top 10 zu finden.
- Einzig in der Kategorie Suchanzeigen sind alle drei Top-gelisteten Unternehmen Fachanbieter.
- Die Top 10 Babyausstatter präsentieren sich durchgehend in mindestens drei der vier eVisibility-Felder. Nur der Bereich Suchanzeigen wird von allen Top 10 Anbietern genutzt.
- Im Gesamtranking eVisibility finden sich auf den Rängen 50+ große Marken wie dm, Galeria Kaufhof oder Ikea.
- Die Hälfte der Top 10 Unternehmen ist Fachanbieter für Babybedarf. Die weiteren Anbieter sind Shoppingportale, Versandhändler oder Onlineshops mit breitem Branchensortiment.



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse von 100 E-Shops für Babybedarf,
Gesamtränge für insgesamt 227 E-Shops

mit der höchsten **eVisibility**

in **vier Online-Kategorien**

alle Informationen komprimiert auf **35 PowerPoint-Seiten**

als PDF- und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

Nutzen: Analyse der Sichtbarkeit in Suchmaschinen,
Portalen und Sozialen Medien

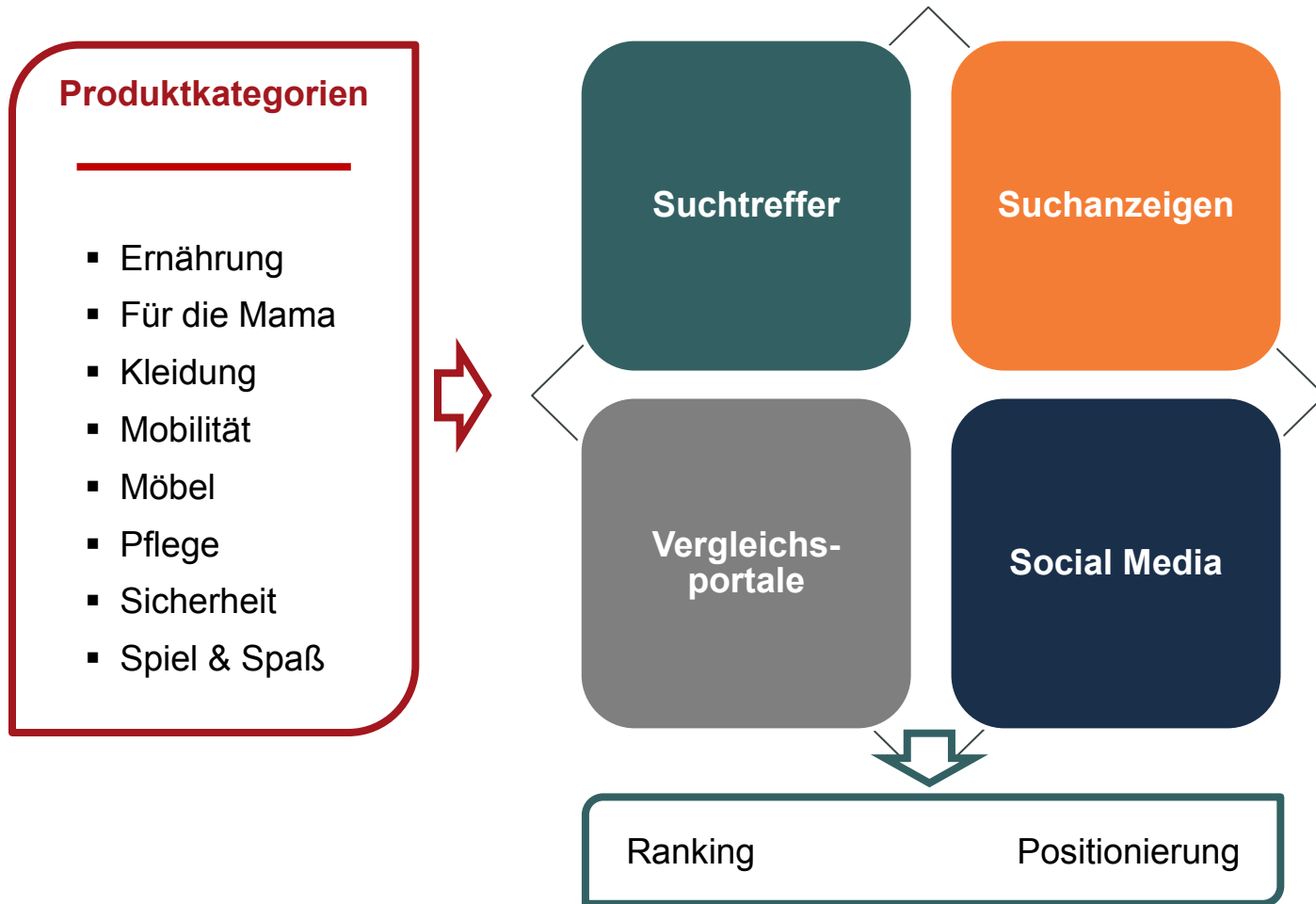
Untersuchte Anbieter für Babybedarf:

- amazon.de
- baby-markt.de
- baby-walz.de
- babyone.de
- babyoutlet24.de
- bellybutton.de
- bonprix.de
- ...
- ebay.de
- ...
- otto.de
- ...



Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- welche Anbieter schalten Suchanzeigen in Suchmaschinen?
- welche Unternehmen sind bei der Suchergebnislistung on Top gelistet?
- welche Mitbewerber sind in Vergleichsportalen gelistet?
- mit welcher Präsenz machen die Unternehmen in Social Media auf sich aufmerksam?
- welche Anbieter zeigen in ihrer eVisibility eine durchgehende Präsenz in allen vier Kategorien?
- welchen Anteil an der gesamten eVisibility nehmen die einzelnen Kategorien ein?
- welche großen Marken finden sich unter den Top 100 eVisibility?
- welche Positionierung nehmen die Top 10 Anbieter im Wettbewerbsvergleich ein?

Die **35 Seiten umfassende Studie kostet 280 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Forschungsdesign:

research tools ermittelt für die wichtigsten Produktkategorien zentrale Suchbegriffe und analysiert auf dieser Basis die Sichtbarkeit der Online-Shops im Internet. Dabei werden die Platzierungen in Suchtreffern, Suchanzeigen, Vergleichsportalen und Social Media ausgewertet und zu einem Gesamtranking verdichtet. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im Oktober 2015 erschienen.

Inhaltsverzeichnis

- Management Summary
- Forschungsdesign
- eVisibility-Rankings
 - Suchtreffer
 - Suchanzeigen
 - Vergleichsportale
 - Social Media
 - Gesamtranking nach Online-Kategorien
 - Gesamtranking Ränge 101ff
- eVisibility-Positionierung
- Kontakt



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
eVisibility Babybedarf 2015

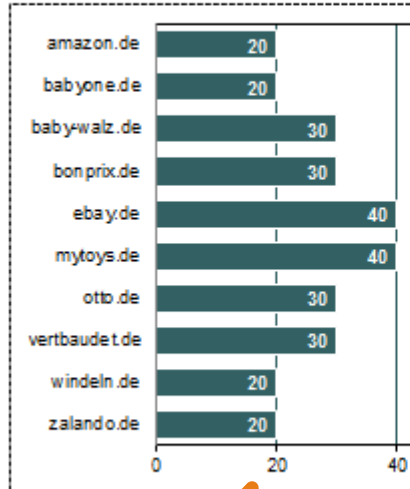
Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

eVisibility nach Kategorien

Suchtreffer

Top 10 Suchtreffer (Angaben in Punkten)



eVisibility nach Kategorien

Vergleichsportale

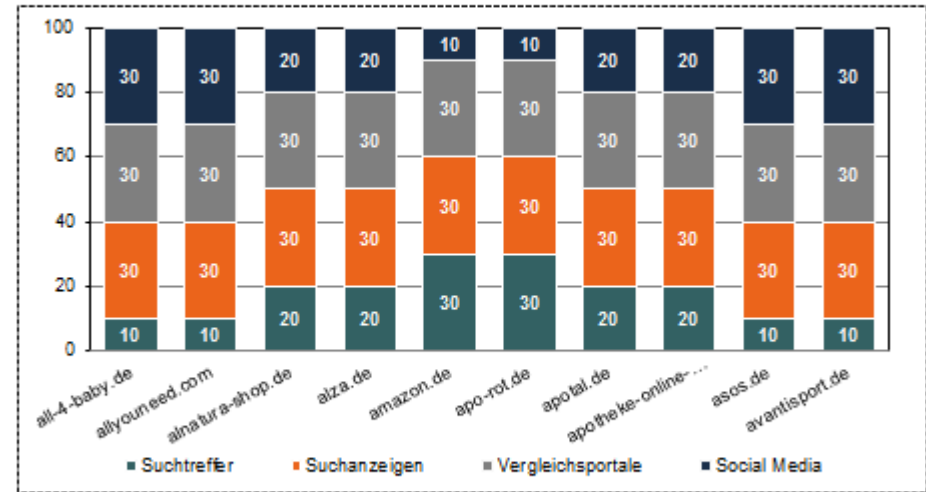
Ranking Vergleichsportale (Top 30)

Rang	eShop	Punkte
1	babys-windeln.de	13
2	babyundkindershop.de	7
3	babyviduals.de	7
4	babywagen24.de	7
5	baby-walz.de	6
6	babywelt.de	5
7	babyzeiten.de	3
8	baur.de	3
9	bellybutton.de	3
10	bestimed.de	1
11	bevay.de	1
12	biobay.de	1
13	blauer-planet.de	1
14	bodfeld-apotheke.de	1
15	bonprix.de	1

eVisibility nach Kategorien

Gesamtranking

Top 10 eVisibility gesamt (Angaben in %)



Welche Schwerpunkte in den Bereichen der eVisibility setzen die Unternehmen?

Welche E-Shops werden in Suchmaschinen on Top gelistet?



tools



Studie eVisibility Babybedarf 2015

Beispieleiten (2)

Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten

eVisibility nach Kategorien

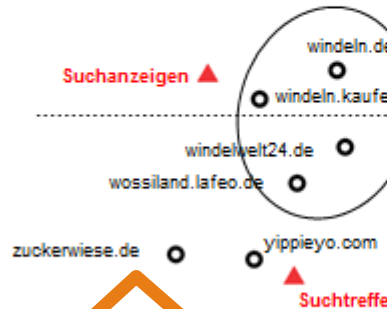
Gesamtranking

Ranking eVisibility gesamt nach Kategorien (Top 100)

Rang	e Shop	Pkt.
18	kidisto.de	
17	kidmeister.de	
18	kidsroom.de	11
19	kik.de	11
20	kindermaxx.de	
21	kindermoebelversand.de	1
22	kindertraum.ch	2
23	kinderwagen.com	2
24	kinderwagen.de	1
25	kinderwagenplanet.de	
26	kinderwagen-universum.de	
27	kinderzimmer-haus.de	
28	kiwisto.de	
29	klebefieber.de	
30	kidisto.de	1

eVisibility-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Wie performen die Top 10 eVisibility-Unternehmen in den Detailrankings?

eVisibility nach Kategorien

Gesamtranking

Ranking eVisibility gesamt nach Kategorien (Top 10)

Rang	e Shop	Such-treffer		Such-anzeigen		Vergleichs-portale		Social Media		Punkte gesamt
		Pkt.	Rang	Pkt.	Rang	Pkt.	Rang	Pkt.	Rang	
1	ebay.de	115,9	1	11,4	9	135,3	1	60,6	1	323,2
2	ecoo-verde.com	77,3	4	102,3	1	74,0	3	19,6	4	273,2
3	eichhorn-kinderwagen.de	111,4	2	84,1	2	34,7	7	42,7	2	272,8
4	ekinova.de	95,5	3	52,3	3	70,5	4	9,4	6	227,6
5	elade.de	36,4	7	6,8	10	76,3	2	33,3	3	152,8
6	enamora.de	45,5	5	36,4	4	65,9	5	0,0	9	147,7
7	erlebnisladen.de	31,8	8	20,5	7	34,7	7	6,0	7	92,9
8	ernstings-family.de	0,0	10	22,7	5	53,2	6	4,3	8	80,2
9	erwinmueller.com	45,5	5	22,7	5	11,6	10	0,0	9	79,7
10	esprit.de	2,3	9	18,2	8	31,2	9	15,4	5	67,0

Welche Positionierung und Fokussierung nehmen die Anbieter im Wettbewerbsumfeld ein?



Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten



Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie eVisibility Babybedarf 2015

Bestellformular

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer:

research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 280 EUR zzgl. MwSt. die
Studie eVisibility Babybedarf 2015.

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Datum, Ort, Unterschrift:

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

research tools
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt erschienene Onlinemarketingstudien:

- E-Shop-Analyse Motorradzubehör 2015
- E-Shop-Analyse Schuhmarken 2015
- E-Shop-Analyse Flüge 2015
- Vergleichsportalmarketing Telekommunikation 2015
- E-Shop-Analyse Heimwerkerbedarf 2015
- E-Shop-Analyse Möbel 2015
- E-Shop-Analyse Haarpflege 2015

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Innerhalb der letzten vier Jahre sind folgende Studien zu Onlinemarketingthemen erschienen:

- 5 Studien Vergleichsportalmarketing
- 22 E-Shop-Analysen
- 24 Social Media-Studien