

Topseller-Preise im Handel

Viking ist Spitze dank günstiger Drucker, Schäfer Shop hält gut mit, und in Sachen Leitz-Ordner lässt sich ein Kampf um den Cent beobachten, so das Ergebnis der halbjährlichen Auswertung von **IntelliCaT**.

Bei der halbjährlichen Auswertung der Topseller-Preise im Handel durch IntelliCaT ist dieses Mal Schäfer Shop neben Otto Office, Office Discount, Staples und Viking im Rennen. Die Preise bei den untersuchten Artikeln sind durchaus wettbewerbsfähig, wenn auch teilweise die abgefragten Artikel nicht im Einzelstück erhältlich sind. Dass wiederum wegen Modellwechsels andere Drucker abgefragt werden mussten, half Viking – dank hier konkurrenzlos günstiger Preise ist Viking dieses Mal beim Gesamt-Warenkorb Preissieger. Die hier gezeigten Daten sind ein Auszug aus umfangreicheren Auswertungen, die IntelliCaT für Handels- und Industriekunden erstellt.



Claus Meister, der Autor dieses Artikels, führt mit seinem Unternehmen IntelliCaT unter anderem Preis- und Wettbewerbsanalysen in der PBS-Branche durch.

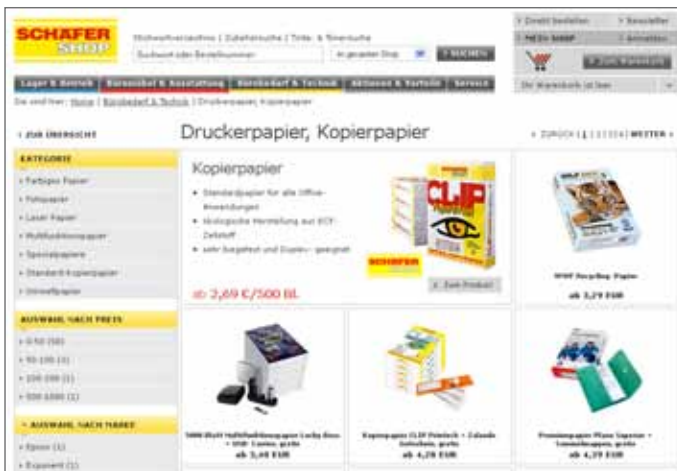
Erster Schritt jedes IntelliCaT-Topseller-Vergleichs ist die Überprüfung, ob die abgefragten Drucker noch gelistet sind oder ob es Nachfolge-Produkte gibt. Auch dieses Mal war die Suche nach Nachfolgern erforderlich und nur teilweise erfolgreich. Somit musste auf ein anderes Modell ausgewichen werden: Bei Brother erscheint dieses Mal der höherwertigere „HL2250“ Duplex, bei Canon das ebenfalls höherwertige Multifunktions-Gerät „Officejet Pro 8000“.

Die Breite und Tiefe des Drucker-Sortiments der verschiedenen Shops lässt sich nicht überall leicht ermitteln. Gibt man bei Otto Office „Drucker“ ein, so werden immerhin 263 Produkte angezeigt, nahezu identisch dem (vielleicht nicht überschneidungsfreien) Sortiment von 274 Treffern, das bei einer Suche nach der Produktkategorie „Drucker“ erscheint. Bei Viking finden sich über

Bürotechnik-Drucker nur 56 Produkte, wobei Multifunktionsgeräte – anders als bei Otto Office – nicht als Drucker angesehen werden. Auch bei Printus sind Drucker und Multifunktionsgeräte separate Haupt-Kategorien, die auch Zubehör umfassen – dies verhindert einen einfachen Listungs-Überblick. Bei Staples fühlt man sich mit einer Recherche ohne Kenntnis des Modells etwas

Pos.	Artikel	Hersteller	Menge	Viking Preis Netto	Otto Office Preis Netto	Staples Preis Netto	Printus Preis Netto	Schäfer Shop Preis Netto	Differenz min-max €	Differenz min-max %
1	Ordner Eigen A4, Wolkenmarmor, schwarz, RB 80mm	OEM	1 Stück	1,29 €	1,69 €	1,49 €	1,25 €	1,39 €	0,44 €	35%
2	Ordner 180 Grad A4, Wolkenmarmor, schwarz RB 80mm	Leitz	1 Stück	2,49 €	2,44 €	2,49 €	2,43 €	2,69 €	0,26 €	11%
3	Kollegblock DIN A4 kariert, 70g/cm	Neutral	10 Stück	10,99 €	8,90 €	14,90 €	14,50 €	12,88 €	6,00 €	67%
4	Locher mit Anschlagsschiene, 2,5 mm	Leitz	1 Stück	5,69 €	5,19 €	5,69 €	5,29 €	5,89 €	0,70 €	13%
5	Kopierpapier A4 80g 2500 Blatt weiß holzfrei	diverse/OEM	1 Karton oder 5 Pack	11,95 €	11,95 €	24,99 €	22,95 €	12,79 €	13,04 €	109%
6	Briefhülle DIN lang, mit Fenster, 75g/m2, selbstklebend	diverse	1000 Stück	12,49 €	13,49 €	14,99 €	9,49 €	8,89 €	6,10 €	69%
7	Trennstreifen, chamolis, 10,5 x 24 cm, 180g/m2 Karton	Neutral	1 Pack/100 St.	1,99 €	1,74 €	2,49 €	3,39 €	1,39 €	2,00 €	144%
8	Permanentmarker Edding 3000 schwarz	Edding	10er Pack alt. 10 Stück	10,90 €	10,90 €	11,59 €	10,90 €	11,40 €	0,69 €	6%
9	Textmarker BOSS Original	Stabilo	1 Stück	0,52 €	0,52 €	0,52 €	0,52 €	0,54 €	0,02 €	4%
10	Tintenschreiber Point 88 Etui mit 10 Farben	Stabilo	1 Etui	3,09 €	3,09 €	3,09 €	3,09 €	3,20 €	0,11 €	4%
11	Packband NOPi braun PP, 50mm*66m	Tesa	1 Stück	1,59 €	1,75 €	1,89 €	1,75 €	1,79 €	0,30 €	19%
12	Versandtasche, C4, ohne Fenster, braun, 90g/m2, selbstklebend	Neutral	250 Stück	13,49 €	11,99 €	15,79 €	14,09 €	13,49 €	3,80 €	52%
13	Tintenpatrone, HP Nr. 45 schwarz	HP	1 Stück	27,99 €	27,49 €	27,99 €	26,99 €	26,99 €	1,00 €	4%
14	Tintentank Canon PGI5 schwarz	Canon	1 Stück	13,99 €	14,29 €	13,49 €	13,49 €	13,99 €	0,80 €	6%
15	Druckkassette HP Q2612A schwarz	HP	1 Stück	65,49 €	63,99 €	64,99 €	51,99 €	61,99 €	13,50 €	26%
16	Laserdrucker Brother HL-2250 DN	Brother	1 Stück	119,00 €	136,99 €	139,99 €	124,99 €	139,99 €	20,99 €	18%
17	Multifunktionsdrucker HP Officejet Pro 8000	Canon	1 Stück	99,00 €	118,99 €	114,99 €	119,99 €	99,99 €	20,99 €	21%
Preis des Warenkorbs Dezember 2011 ohne Versandkosten				401,95 €	435,40 €	461,37 €	427,10 €	419,29 €		
Preis des Warenkorbs Juni 2011				393,61 €	351,45 €	383,43 €	364,62 €	- €		
Veränderung insgesamt (nur gelistete Artikel)				2%	24%	20%	17%	-		
Erhebungszeitraum: 05.12.2011 von den Webseiten der jeweiligen Anbieter								(1)		
(1) Schäfer Shop im Juni 2011 nicht ausgewertet, zwei abweichende (höherwertige) Artikel										

Viking durch günstige Drucker vorn, Schäfer Shop mit wettbewerbsfähigen Preisen



Gut strukturierte Suche bei Schäfer Shop, Farbauswahl bei Kopierpapier unvollständig



Zuerst die Menge, dann die Artikelnummer – abweichende Schnellbestellung bei Schäfer Shop

alleingelassen: „HP Multifunktionsgerät“ führt zu 15 Treffern die in die Produkttypen Multifunktionsgeräte, Bürozubehör, Technologie-Produkt, Multifunktionsgerät(!) und Drucker weiter aufgegliedert werden. Hier ist sicher noch Katalog-Pflegearbeit möglich. Schäfer Shop als Vergleichs-Anbieter hat ein übersichtlich gegliedertes und breites Angebot, mit vielen Alternativen speziell bei den großen und teuren Geräten.

Durch äußerst günstige Preise bei den beiden Druckern nimmt Viking dieses Mal die Position des Preisführers ein. Zudem wurden bei drei Noname- bzw. Eigenprodukten günstigere Angebote gefunden. Viking ist bei sieben Produkten Preisführer, muss sich den ersten Platz aber in vier Fällen mit einem anderen Anbieter teilen. Der Referenz-Warenkorb liegt bei rund 402 Euro.

Durch die insgesamt höchsten Druckerpreise ist der bisherige Spitzenreiter Otto Office dieses Mal nur Vierter im Zieleinlauf, obwohl weiterhin beim Bürobedarf mit sieben Bestpreisen die Preisführerschaft besteht. Fünf Produkte wurden sogar gegenüber Juni im Preis gesenkt. Wie spitz kalkuliert wird, zeigt eine Preissenkung um einen Cent beim Leitz-Ordner – auf den bisherigen Bestpreis von Viking, wo man um fünf Cent erhöhte.

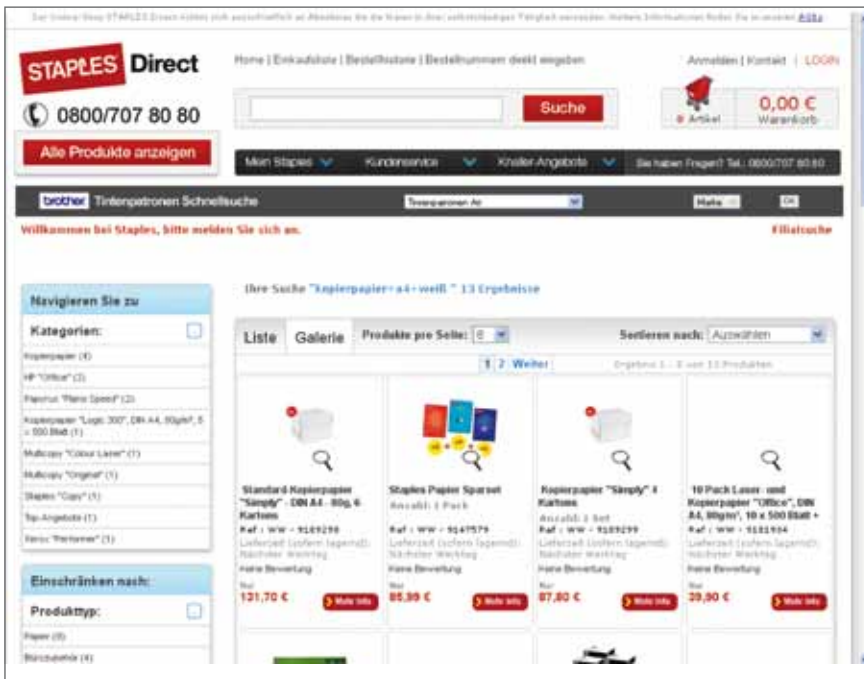
Wenig Veränderungen gab es bei Printus. Auch hier auffällig die Anpassung beim „Flagschiff-Artikel“ Leitz-Ordner

auf 2,43 Euro, einen Cent unter den bisherigen Spitzenreiter Viking. Traditionsgemäß wird die HP-Druckerpatrone nur demjenigen billig verkauft, der sich auf die Suche nach der wiederum geänderten Artikelnummer macht. 17 % Rabatt auf den Normalpreis winkt dem Besteller mit detektivischem Spürsinn. Mit einem Warenkorb-Preis von 427 Euro liegt Printus dieses Mal vor Otto Office.

Schäfer – nicht nur Kisten und Regale

Bei Staples gab es zwei Preissenkungen und fünf Preiserhöhungen. Der Kampfpriest für den Eigenmarken-Ordner wurde zurückgezogen, die Suche nach möglichen günstigen Alternativ-Nummern ist angesichts der unübersichtlichen Artikelkategorien nicht motivierend. Der Griff zum Telefonhörer bringt einen günstigeren Preis „Nur bei telefonischer Bestellung“ – außer Konkurrenz für diese Auswertung. Die Suche nach vielleicht günstigerem Kopierpapier auf dem Webshop über „Kopierpapier A4 weiß“ – Staples hat hier das teuerste Angebot – führt ebenfalls zur Verwirrung: 13 Treffer, aufgeteilt in die Kategorien „Papier“ und „Bürozubehör“. Die bisher abgefragte Box mit 2500 Blatt wird dabei nicht gefunden, vermutlich weil das Wort „weiß“ nicht im Artikeltext steht. Hier ist noch viel Potenzial in

Sachen Benutzerfreundlichkeit. Durch die ebenfalls hohen Druckerpreise bleibt dieses Mal mit einem Warenkorb-Preis von 461 Euro nur der letzte Platz. Wie schlägt sich im Vergleich dazu Schäfer Shop? Mit laut Eigendarstellung gruppenweit 8000 Mitarbeitern und 16 Produktionsstandorten auf drei Kontinenten ist die Schäfer-Gruppe ein echter Global. Im Handelsbereich ist sicher weiterhin die Lagerausstattung, im Ursprung Kästen und Regale, der Schwerpunkt. Seit 1971 erfolgt ein Verkauf über Versandkataloge, seit 1999 im Internet, mit einem zwischenzeitlich ausgebauten Bürobedarfs- und Bürotechnik-Angebot. Preislich vergleichbar mit den Platzhirschen? Ja, zumindest für unser Topseller-Sortiment, wenn auch mit Einschränkungen. Leitz-Ordner werden nicht im Einzelstück verkauft, und der Preis für den 20er-Pack zeigt, dass man hier keine Preisführerschaft anstrebt. Bei zwei anderen Produkten – dem „Leitz 5005“-Locher und dem Tesa „4040 NOPI“-Band – listet Schäfer nur Alternativ-Produkte zu wettbewerbsfähigen Preisen. Bei drei Produkten reicht es sogar zur Preisführerschaft. Ein relativ günstiges Drucker- und Hardcopy-Angebot führt zum zweitgünstigsten Warenkorb mit knapp 420 Euro. Wie alle anderen Shops im Vergleich bietet Schäfer Shop eine Schnellbestellung direkt über die Eingabe der Artikelnummern. Ungewohnt, aber eigentlich logischer



Staples Artikelsuche - verwirrende Kategorien, Papier ist manchmal auch „Bürozubehör“

ist, dass zuerst die Menge, dann die Artikelnummer einzugeben ist. Die Suche im elektronischen Katalog ist brauchbar, aber verbesserungsfähig. Die angebotene Auswahl nach Farbe findet bei „weiß“ genau zwei Produkte, Schäfer Shop hat jedoch deutlich mehr Sorten im Angebot.

Die aktuelle Auswertung brachte einen neuen Preis-Spitzenreiter. Wie immer, liegen Viking, Otto Office und Printus bei Büroprodukten nahe beieinander. Für Logistiker und Firmen mit Schwerpunkt Betriebsausstattung und nur etwas Bürobedarf lohnt es zumindest auf Basis der Top-Artikel kaum, dafür zusätzlich zum Hauptlieferanten Schäfer Shop einen weiteren Lieferanten aufzumachen. In Sachen Benutzerfreundlichkeit bei Suche und Bestellung und Datenqualität setzen weiterhin Otto Office und Printus die Standards.

www.intellicat.de

Studie

E-Shops vernachlässigten Impuls Käufer

Online-Händler unterschätzen das Potenzial mit Spontankäufern. Geizen Anbieter mit emotionalen Kaufanreizen, bleibt der Warenkorb leer, so eine Studie zum Produktinformationsmanagement (PIM) von Novomind. Jeder vierte Online-Einkauf ist ungeplant, zeigt eine Erhebung der Technischen Universität Braunschweig. E-Shop-Betreiber können Shop-Besucher ohne genaue Kaufabsicht unterstützen, ein passendes Produkt zu finden und so das Umsatzpotenzial mit Impulskäufen ausbauen. Für eine größere emotionale

Wahrnehmung sorgen beispielsweise eine starke Bebilderung sowie Empfehlungen. Vorschläge zu ergänzenden Produkten, die Anzeige der noch verfügbaren Artikel sowie Kommentare anderer Käufer geben dem potenziellen Käufer zusätzliche Entscheidungshilfen. Eine derartige Produktpräsentation erfordert allerdings eine Fülle an Daten aus unterschiedlichen Quellen. „Aus vielen Einzelinformationen soll das richtige Look & Feel zum Produkt entstehen. Gleichzeitig braucht der Kunde Anreize, die ihm sagen, es ist sinnvoll und rich-

tig, genau jetzt dieses Produkt zu kaufen“, sagt Markus Rohmeyer, Mitglied der Geschäftsleitung und Bereichsleiter PIM von Novomind. Damit steigen die Anforderungen an die PIM-Systeme im E-Commerce. Die Trendstudie „PIM 2011 – Produktinformationen als Umsatztreiber in Online-Shops“ ist das Ergebnis einer Konsumentenbefragung, bei der 1069 Deutsche, die in den vergangenen zwölf Monaten online eingekauft haben, zu ihren Einkaufsgewohnheiten im Internet befragt wurden.

www.novomind.com

Wir fertigen MDS-Daten für

ZETTLER

KALENDER

...und bewältigen

auch Ihre Datenflut!



CMDFACTORY

CONTENT MEDIA DESIGN
SOLUTIONS

Agentur für Produktdaten und Kataloge | www.cmd-factory.de