

Startseite

[EDV & ONLINE](#), [HANDEL](#), [MARKT](#), [RUNDERNEUERUNG](#)

Reifenhandel im Internet deutlich sichtbarer als Herstellermarken

FREITAG, 13. MÄRZ 2020 / 0 KOMMENTARE

„E-Visibility“ Reifen 2020	
Topanbieter nach Produktkategorie	
Produktkategorie	Topanbieter
Fahrradreifen	Fahrrad.de
Ganzjahresreifen	Reifendiscount.de
Lkw-Reifen	TyreSystem.de
Motorradreifen	MotorradreifenDirekt.de
Oldtimerreifen	Oldtimerreifen24.de
Rennreifen	Renn-Reifen.de
Runderneuerte Reifen	ReifenDirekt.de
Runflat-Reifen	Reifen.com
Sommerreifen	Giga-Reifen.de
SUV-Reifen	Reifen-4x4.de
Traktorreifen	Amazon.de
Winterreifen	Giga-Reifen.de

Quelle: Research Tools NRZ 3/2020

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft Research Tools mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart hat ihre neueste Studie zur „E-Visibility Reifen“ vorgelegt. Darin wird die Präsenz der Top 100-Anbieter für Reifen im Web untersucht anhand der fünf Onlinekategorien Suchtreffer, Suchanzeigen, Vergleichsportale, Social Media und Plattform Amazon. „Damit zeigt die Studie die Sichtbarkeit der Anbieter im Internet auf und gibt einen umfassenden Wettbewerbsüberblick“, sind die Studienautoren überzeugt.

Im Rahmen ihrer 2020er-Analyse haben sie demnach einerseits festgestellt, dass die Plattform ReifenDirekt der Delticom AG „eine ausgezeichnete Sichtbarkeit im Internet innerhalb der Branche“ habe gefolgt von Reifen.com mit einer ähnlich hohen „E-Visibility“ noch vor Amazon. Andererseits sollen Reifenhändler vergleichsweise stark vertreten sein mit einem zusammengenommen 64-prozentigen Anteil an der gesamten E Visibility“ während sogenannte

Universalhändler, zu denen wohl am ehesten Amazon, eBay & Co. zu zählen sind, als weitere Gruppe der alles in allem fast 210 untersuchten Reifenanbieter auf lediglich zehn Prozent kämen und die Herstellermarken gar nur vier Prozent zur Sichtbarkeit der Branche im Internet beitrügen.

„Im Vergleich zur „E-Visibility“-Vorgängerstudie aus dem Jahr 2019 weisen unter anderem die Shops von TyreSystem und Reifen-4x4 eine klar verbesserte Sichtbarkeit auf und platzieren sich im aktuellen Ranking unter den Top-30-Shops“, so Research Tools. Insofern haben die Esslinger ganz augenscheinlich keinerlei Unterscheidung zwischen B2B- und B2C-Reifenanbietern vorgenommen, ist doch zumindest erstere, von der RSU GmbH betriebene Plattform ausschließlich Geschäftskunden bzw. Reifenhändlern und Kfz-Werkstätten vorbehalten. *cm*

SCHLAGWORTE: AMAZON, AUTOWERKSTATT, DELTICOM, E-COMMERCE, EBAY, FAHRRAD.DE, FAHRRADREIFEN, GANZJAHRESREIFEN, GIGA-REIFEN.DE, INTERNET, KFZ-WERKSTATT, KLASSIKREIFEN, LANDWIRTSCHAFTSREIFEN, LKW-REIFEN, MOTORRADREIFEN, MOTORRADREIFENDIREKT.DE, NOTLAUFREIFEN, OLDTIMERREIFEN, OLTIMERREIFEN24.DE, ONLINE, REIFEN-4X4.DE, REIFEN.COM, REIFENDIREKT, REIFENDIREKT.DE, REIFENDISCOUNT.DE, REIFENHANDEL, RENNREIFEN.DE, RENNREIFEN, RESEARCH TOOLS, RSU, RUNDERNEUERUNG, RUNFLAT, SOMMERREIFEN, STUDIE, STUDIEN, SUV-REIFEN, THEMA, TYRESYSTEM, WERKSTATT, WINTERREIFEN, ZWEIRADREIFEN