

Kart24.eu - Marktanalyse, Optimierung und Usability-Tests des Mach1 Kart Onlineshop

Studiengang: BSc in Automobiltechnik | Vertiefung: Fahrzeugtechnik
 Betreuer: Prof. Robert Ackermann
 Experte: Philippe Burri, Alfred Sasse
 Industriepartner: Hetschel GmbH & Co. KG, Brackenheim

Es wurden drei Teilgebiete der Firma Hetschel und deren Online-Absatzkanal www.Kart24.eu bearbeitet: Durchführung einer Marktanalyse, das Optimieren des E-Commerce mit einer Analyse zur aktuellen Lage der Absatzmittler sowie das Erstellen eines Usability-Tests des Webshops. Parallel dazu wurde der neue Webshop aufgebaut. Über www.Kart24.eu werden die produzierten Kart-Fahrgestelle (Mach1) und Kart-Teile (HRP Racing) vertrieben, genauso wie das Zubehör von Zulieferern.

Marktanalyse

Mit einer Marktanalyse sollen die grössten Hersteller ermittelt werden. Bei diesen wird anschliessend der Absatzkanal «E-Commerce» überprüft und dessen Sortiment angeschaut. Dabei wurde mit OTK ein klarer Marktführer ermittelt. Mach1 liegt auf Rang 9. Bei der Untersuchung des Absatzkanals wurde festgestellt, dass alle grossen 6 italienischen Kart-Hersteller nur ein B2B-Geschäftsmodell anbieten. Die Firma Sodi, als grösster nicht-italienischer Kart-Hersteller, hingegen betreibt einen der grössten Onlinehandel für Privatpersonen. Der Trend zeigt, dass italienische Hersteller aufgrund ihres guten Images, sich auf das B2B-Geschäft konzentrieren. Nicht-italienische Hersteller haben es hingegen schwerer, ein starkes Händlernetz aufzubauen und fahren deshalb «zweigleisig» mit einem B2B- und B2C-Absatzkanal.

Optimierung E-Commerce und Händlersituation

Es soll ein Optimierungskonzept im E-Commerce sowie die Händlersituation ermittelt und eine Strategie erarbeitet werden, wie dieses Konzept umgesetzt werden kann. Im Vergleich zu den Mitbewerbern hat Mach1 ein sehr kleines Händlernetz. Das Problem liegt darin, dass man lange zu passiv auf dem Markt war. Aufgrund der fehlenden sportlichen Erfolge kommen keine starken Händler auf Mach1 zu. Der herstellereigene Onlineshop wird die Händler aus folgenden Gründen nicht konkurrieren:

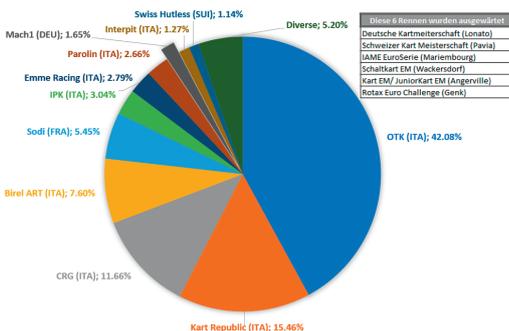
- 1.) Nur ganz wenige Händler haben einen Webshop.
- 2.) Die Händler im Kartsport sind in einer starken Position, da sie viel mehr Dienstleistungen anbieten als nur den Verkauf von Karts.
 Ein B2B-Shop hat im Kartsport ganz andere Anforderungen als der Shop für Endverbraucher, deshalb sollen mittelfristig zwei getrennte Webshops betrieben werden. So könnten die Kundengruppen individueller betreut und es müssen weniger Kompromisse eingegangen werden.

Usability-Test

Da im Juni erstmals eine Betaversion des neuen Onlineshops aufgefahren worden ist, werden zahlreiche Verbesserungsmassnahmen folgen. Aus diesem Grund wurde ein Konzept erstellt, die den Einkäufern eine maximale Bedienerfreundlichkeit gewährleisten soll. Benutzerfreundlichkeit wird durch qualitatives Controlling erreicht, aber auch durch Service- und Suchmaschinenlösungen. Zu diesem Zweck wurde ein Kartshop spezifischer Usability-Test für diverse Webshop-Arten (Hersteller, Händler, B2B und B2C) erarbeitet und durchgeführt. So kann www.Kart24.eu mit den Mitbewerbern verglichen und gegebenenfalls korrigierende Massnahmen erarbeitet werden. Durch den firmenbezogenen Usability-Test wurde herausgefunden, dass die Kapazität der Rüstungsabwicklung viel mehr Onlinebestellungen zulässt, als im Moment abgewickelt werden.



Fabian Hochstrasser
 079 767 57 24
fabian.hochstrasser@outlook.com



Marktanteil der Kart-Hersteller nach Startlisten



Kernaufgabe: Erstellung des neuen Webshops Kart24.eu