



Pressemitteilung

Portalpräsenz: vier Activity-Tracker sichern sich vordere Plätze



Mit Fitbit, Medisana, Polar und Sigma platzieren sich gleich vier Anbieter von Activity-Trackern unter den Top 20 Sportmarken in Vergleichsportalen. Allrounder Nike spielt ebenfalls vorne mit.

Esslingen am Neckar, 13. Januar 2016 – Die ‚Studie Vergleichisportal-Marketing Sport 2015‘ untersucht die Präsenz von 144 Vergleichsportalen Sport im Internet und rankt diese. Auf dieser

Basis werden im Rahmen der Portalpräsenz für 200 Sportmarken und 200 Sport-Onlineshops die Anzahl genutzter Portale, Listung und Platzierung berücksichtigt. Adidas ist der Anbieter mit der höchsten Anzahl genutzter Vergleichsportale, fällt aber aufgrund einer vergleichsweise schlechteren durchschnittlichen Erstplatzierung im Anbieterranking etwas zurück. Nike spielt in allen Analysebereichen vorne mit. Auffallend ist innerhalb der Top 20 Sportmarken die starke Präsenz von vier Tauch- und Wassersportmarken. Ebenfalls stark vertreten ist der Bereich Technik mit vier Anbietern von Activity-Trackern. Sport-Allrounder stellen nur ein Fünftel der Top 20 Marken.

Von den untersuchten Top 200 Sport-Onlineshops sind amazon.de, otto.de und sportscheck.com am häufigsten in Vergleichsportalen zu finden. Berücksichtigt man zudem Listung und Platzierung, dann schaffen es Spezialanbieter wie koffer-direkt.de, ts-heinemann.com, nu3.de und helmfabrik.com in die Top 20 Präsenz von Onlineshops in Vergleichsportalen.

Die größte Bedeutung haben in der Sportbranche Allroundportale, die über die Hälfte der Portale ausmachen. Freizeitportale, Sportportale und produktspezifische Portale halten die restlichen Anteile. Unter Berücksichtigung von Such- und Anzeigenplatzierungen, Suchbegriffen und Marktpräsenz belegen die branchenübergreifend agierenden Vergleichsportale idealo.de, testberichte.de und vergleich.org im Vergleichsportalaranking vordere Plätze.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Studie Vergleichsportale-Marketing Sport 2015“ von *research tools* untersucht auf 224 Seiten die Auftritte von 200 Sportmarken und 200 Sport-Onlineshops in Vergleichsportalen. Eine Analyse der Listungen zu Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen von 144 Vergleichsportalen ergeben ein Ranking der Vergleichsportale für Sport. Neben einer produktübergreifenden Analyse der Präsenz der Anbieter in den Vergleichsportalen wird die Vermarktung von zehn Produktkategorien mit verschiedenen Kennzahlen und Indizes untersucht.

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner
research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 - 55090381
Fax +49 (0)711 - 55090384
uwe.matzner@research-tools.net