



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Top-Vergleichsportalplätze Fotografie gehen an Japan und USA



Japanische Elektronik-Traditionsunternehmen sichern sich die beiden ersten Plätze im Vergleichsportal-Marketing Fotografie. Überraschend, dass der dritte Platz an GoPro, den amerikanischen Action-Camcorderhersteller geht. Laut der „Studie Vergleichsportal-Marketing Fotografie 2015“ belegt das bestplatzierte reine Fotografieportal hinter den führenden Multibranchenportalen Platz 13 im Portalranking.

Esslingen am Neckar, 21. Januar 2015 – Die „Studie Vergleichsportal-Marketing Fotografie 2015“ untersucht die Präsenz von 101 Kamera- und Camcorderherstellern auf 72 Vergleichsportalen. Dabei berücksichtigt die Analyse neben der Anzahl der genutzten Portale auch die Listungsanzahl und die Platzierungen in zehn angebotenen Produktkategorien Bridgekamera, Camcorder, Digitalkamera, Einwegkamera, Kompaktkamera, Sofortbildkamera, Spiegelreflexkamera, Sucherkamera, Systemkamera und Unterwasserkamera.

Die beiden ersten Plätze sichern sich wenig überraschend zwei japanische Traditionsunternehmen aufgrund hoher Portalpräsenz mit vielen Listungen und sehr guten Platzierungen. Den dritten Platz belegt GoPro, der noch junge US-amerikanische Hersteller von kleinen, wasserdichten und robusten Action-Camcordern dank guter Platzierungen. Nicht alle namhaften Hersteller mit größeren Marktanteilen schaffen es in die Top 20 der Herstellerpräsenz.

Unter den 20 führenden Herstellern ist ein Großteil der Unternehmen gleichzeitig in mehreren Produktkategorien präsent. Trotz Beschränkung auf nur eine oder wenige Produktkategorien schaffen es dennoch auch einige Spezialisten wie GoPro, Magicolor und JVC aufgrund ausgezeichneter Platzierungen in die Top 20. Ein Indikator für Portalpräsenz ist die Anzahl der Vergleichsportale, in denen die Hersteller vertreten sind. Canon, Panasonic und Nikon belegen bei diesem Aspekt mit jeweils über 80 Prozent der untersuchten Portale die vordersten Plätze.

Die 72 in der Studie untersuchten Vergleichsportale lassen sich in die Kategorien Allroundportale, Elektronikportale, Fotografieportale und produktspezifische Portale unterteilen. Allroundportale dominieren unter den Top 20 Portalen mit einem Anteil von 60 Prozent. Auf die anderen Portalarten entfallen damit immerhin noch 40 Prozent der wichtigsten Vergleichsportale. An die Spitze der Top 20 Portale setzen sich Allroundportale wie preisvergleich.de und testberichte-und testsieger.de. Das bestplatzierte Fotografieportal kamera.net belegt Rang 13 im Portalranking.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Studie Vergleichsportal-Marketing Fotografie 2015“ von *research tools* untersucht auf 119 Seiten die Auftritte von 101 Kamera- und Camcorderherstellern auf 72 Vergleichsportalen. Neben einer produktübergreifenden Analyse der Präsenz der Hersteller in den Vergleichsportalen wird die Vermarktung von zehn Produktkategorien mit verschiedenen Kennzahlen und Indizes untersucht. Eine Analyse der Leistungen zu Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen ergeben ein Ranking der Vergleichsportale für Fotografie.

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