Studiensteckbrief

Marketing-Mix-Analyse Smartphone-Tarife 2012

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

März 2012

powered by:

trendiction

ebiquity
Data-driven insights

Ausgewählte Ergebnisse

Keyfacts (Auswahl)

- Nachholbedarf bezogen auf Smartphones besteht bei Frauen und älteren Menschen. BASE und Vodafone erreichen eine bessere Ausschöpfung bei Frauen, Telekom bei älteren Menschen.
- Vor allem Telekom und Vodafone heben sich mit Optionen für bestimmte Zielgruppen (z.B. junge Leute, Berufstätige und Selbstständige) aus dem Anbietermarkt heraus.
- Nur einer der vier Netzbetreiber führt Tarife ohne Mindestlaufzeit im Angebot. Insgesamt führen vier der zehn untersuchten Anbieter solche Tarife.
- Große Unterschiede bestehen in der durchschnittlichen Reaktionszeit auf Mailanfragen, die Spanne reicht von einem Tag bis zu einer Woche. 1&1 und Congstar zeichnen sich durch die kürzesten Bearbeitungszeiten aus.
- 161 Millionen Euro wurden nach den Daten des Werbebeobachters Ebiquity in Werbemaßnahmen investiert. Knapp ein Drittel des Werbevolumens entfällt auf die Mobilfunkgesellschaft BASE.
- Nach Zahlen des Social Media Spezialisten Trendiction heben sich O2, Telekom und Vodafone hinsichtlich des Kommunikationsvolumens in Foren und Blogs deutlich von den anderen Anbietern ab. Im Gegensatz zu diesen fällt der vierte Netzbetreiber BASE deutlich ab.
- Im Marketingranking belegen die Netzbetreiber die vorderen Plätze. Bester Discounter ist Congstar.

Informationen zur Studie (1)

Sie möchten wissen, wie der Markt strukturiert ist, welche Marktanteile die verschiedenen Telekommunikationsanbieter bezogen auf Smartphone-Tarife aufweisen, welche neuen Entwicklungen zu erkennen sind, worin sich die Tarife der untersuchten Anbieter unterscheiden, auf welchen Wegen diese Anbieter ihre Smartphoneprodukte anbieten, welche Konditionenunterschiede bestehen, mit welchen Slogans in der Werbung argumentiert wird, welche finanziellen Mittel für mediale Werbung ausgegeben werden, wie Mobilfunkanbieter auf Telefon- und E-Mail-Anfragen reagieren, wie gut sie in Finanzportalen und Suchmaschinen sowie in Social Media Kanälen positioniert sind?

Der vorliegenden Marktanalyse liegt ein innovatives Marktstudien-Konzept (Marketing-Mix-Analyse) zugrunde: So konkret und **handlungsrelevant** wie nur möglich wird der deutsche Smartphone-Tarifemarkt untersucht. Kern der Analyse ist das Marketingverhalten der berücksichtigten Tarifanbieter in Bezug auf die vier Ps des Marketing: Product, Price, Place, Promotion. Diese Studie richtet sich an Marketing- und Vertriebsverantwortliche, Produktmanager sowie an sonstige Entscheider im Bereich Mobilfunk und Mobilfunktarife.

Die vorliegenden Marktinformationen sind die Grundlage für eine klare Positionierung und adäquate Reaktionen auf Marketingmaßnahmen der Wettbewerber. In der Studie wird der Markt der Smartphone-Tarife aus Sicht der Telekommunikationsanbieter analysiert.

Forschungsdesign: Die Studie basiert auf Marktinformationen aus eigenen Erhebungen, Online-Datenbanken, Mystery Research und verschiedensten Sekundärquellen. Hier sind insbesondere die kostenpflichtigen Daten von Ebiquity (Werbespendings, Werbemotive) und Trendiction (Daten zur Präsenz in Social Media) zu nennen. Die Studie ist im März 2012 erschienen.

Informationen zur Studie (2)

Untersucht wurden **zehn Telekommunikationsanbieter** hinsichtlich ihres Marketingverhaltens bezogen auf Smartphone-Tarife. Es handelt sich dabei um: 1&1, BASE, Congstar, FONIC, mobilcom-debitel, o.tel.o, O2, Simyo, Telekom und Vodafone.

Der zugrunde liegenden Philosophie entsprechend wird die Marketing-Mix-Analyse Smartphone-Tarife 2012 als PDF- und Powerpoint-Datei angeboten, um eine unmittelbare Nutzung im Unternehmen zum Beispiel für interne Präsentationen zu ermöglichen.

Die Studie enthält unter anderem folgende **Besonderheiten & Features**:

- Werbespendings und Motive, differenziert nach Mediengattungen, vom Werbebeobachter **Ebiquity**
- Auswertung von Telefonanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Auswertung von Online-Anfragen bei den untersuchten Anbietern
- Auswertung verschiedener Studien zur Soziodemografie der Smartphonekunden
- Analyse der Prospekte und Flyer vom POS
- Positionierung in Mobilfunkportalen und Suchmaschinen
- Präsenz der Unternehmen in Social Media Kanälen auf Basis der Daten des Social Media Spezialisten **Trendiction**
- Marketing-Mix-Ranking auf Basis aller erfassten Marketingmaßnahmen

Die 493 Seiten umfassende Studie kostet 4.800 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

- Management Summary 6
- Forschungsdesign 16
- Chronologie der Ereignisse 18
- Marktsituation 26
- Aktuelle Marktentwicklungen 38
  - Übersicht Marktentwicklungen 39
  - Aktuelle Marktentwicklungen produktübergreifend 40
  - Aktuelle Marktentwicklungen bei Smartphone-Tarifen 41
  - Marketingmaßnahmen der Tarifanbieter 42
- Marktanteile 52
- Der Smartphonebesitzer 59
  - Soziodemografie der Smartphonebesitzer 62
  - Soziodemografie der Smartphonekunden einzelner Tarifanbieter 66
  - Kundenausschöpfung der Tarifanbieter 72
- Positionierung der Tarifanbieter 79
- Produkt 93
  - Allgemeines 100
  - Daten 112

Inhaltsverzeichnis

- Optionen 123
- Besonderheiten 155
- Zielgruppen 174

➢ Konditionen 176
- Nutzungsvoraussetzungen 183
- Kosten für einen durchschnittlichen Nutzer 194
- Allgemeine Vertragskonditionen 207
- Telefonie 218
- SMS 240
- MMS 251
- Daten 262
- Hotline-Kosten 273
- Besonderheiten 276

➢ Distribution 287
- Vertriebswege 295
- Öffnungszeiten der Filialen 299
- Homepage-Usability 311
- Hotline-Betriebszeiten 313

Inhaltsverzeichnis

- Beratungs- und Verkaufsprozess bei Telefonanfragen 315
- Beratungs- und Verkaufsprozess bei Online-Anfragen 320

➢ Kommunikation 327
- USP (kommunizierte Produktvorteile, Werbeslogan) 335
- Flyer und Prospekte 353
- Werbeaufwendungen 366
- Werbemotive 373
- Präsenz in Mobilfunkportalen 408
- Präsenz in Suchmaschinen 415
- Kundenkommunikation 419
- Aktive Präsenz in Social Media 420
- Passive Präsenz in Social Media 424
- Presseresonanz 430
- Präsenz in Online-News 435

➢ Stärken und Schwächen der Tarifanbieter 441

➢ Marketingranking 448
- Produkt 452
- Konditionen 458

Inhaltsverzeichnis

- Distribution 466
- Kommunikation 474
- Übersicht Marketing-Mix 486

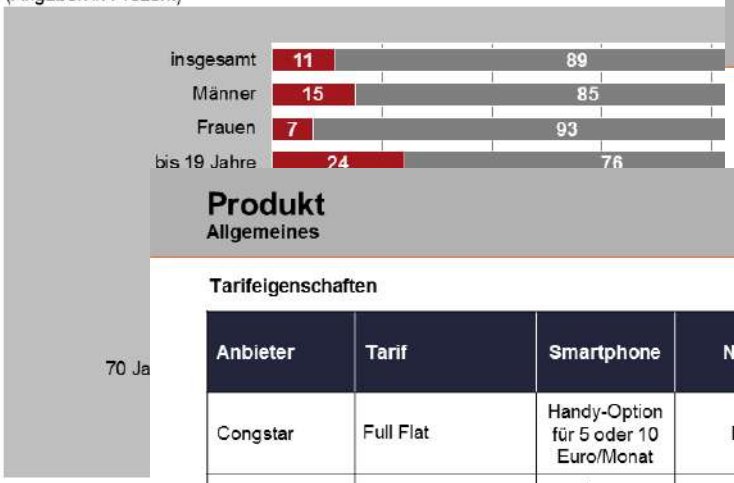
➢ Quellenverzeichnis 489

➢ Kontakt 491

Beispielseiten (1)

Der Smartphonebesitzer
Soziodemographie

Smartphonebesitzer nach soziodemografischen Merkmalen
(Angaben in Prozent)

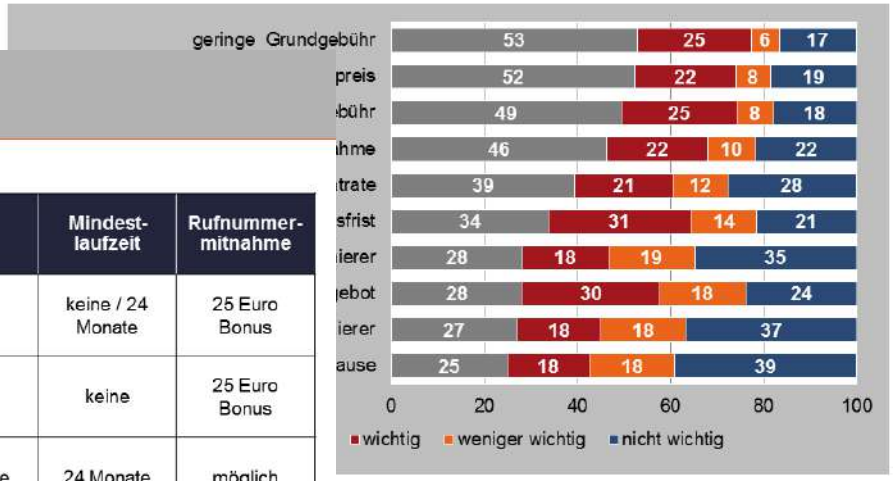


Quelle: Verbraucheranaly

research
Marktforschung für Innovation und Hand

Marktsituation

Kriterien beim Abschluss eines Handyvertrags (Angaben in Prozent)



36

g-Mix-Analyse Smartphone-Tarife 2011

Produkt
Allgemeines

Tarifeigenschaften

Anbieter	Tarif	Smartphone	Netz	Mindest-laufzeit	Rufnummer-mitnahme
Congstar	Full Flat	Handy-Option für 5 oder 10 Euro/Monat	D1	keine / 24 Monate	25 Euro Bonus
FONIC	FONIC Smart	kann erworben werden	O2	keine	25 Euro Bonus
mobilcom-debitel	Flat Smart	Handy-Option für 5 oder 10 Euro/Monat	alle Netze	24 Monate	möglich
mobilcom-debitel	Flat 4 you	Handy-Option für 5 oder 10 Euro/Monat	D2	24 Monate	möglich
mobilcom-debitel	Take-away-Flat	Handy-Option für 5/10/15 Euro/Monat	alle Netze	6/24 Monate	möglich

Quelle: Homepage der Telekommunikationsanbieter, research tools

103

research tools
Marktforschung für Innovation und Handlungssicherheit

Marketing-Mix-Analyse Smartphone-Tarife 2011

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (2)

Produkt
Optionen

Optionen Telefonie und SMS

Anbieter	Tarif	Optionen
O2	O2 Blue Unlimited ohne Vertrag	Festnetznummer für 5 Euro/Monat, zusätzlich 25 Bereitstellung
O2		
Simyo		
Simyo		
Simyo		

Quelle: Homepage der Te

research
Marktforschung
für Innovation und Hand

Konditionen
Allgemeine Vertragskonditionen

Laufzeit, Kosten und Begrenzungen

Anbieter	Tarif	Mindest-laufzeit	Kosten pro Monat in Euro	Kosten für Bereitstel-lung in Euro	Begrenzung Telefonie/ Internet
		keine / 24 Monate	59,99	keine / 25 ohne Ver-tragslaufzeit	begrenzt / unbegrenzt
		keine	29,95	9,95 (5 Euro davon Guthaben)	begrenzt / unbegrenzt
		24 Monate	29,90	25,95 (entfällt bei Online-Buchung)	begrenzt / unbegrenzt
		24 Monate	29,90	25,95 (entfällt bei Online-Buchung)	begrenzt / unbegrenzt
		6/24 Monate	9,95	keine	begrenzt / unbegrenzt

research tools 196

keting-Mix-Analyse Smartphone-Tarife 2011

Konditionen
Daten

Datenvolumen, Drosselung und Taktung

Anbieter	Tarif	Daten-volumen	Drosselung	Taktung	Kosten
BASE	Mein BASE / BlackBerry Flat	unbegrenzt	-	10 KB	1,00 Euro/MB
Congstar	Surf Flat 1	unbegrenzt	ab 200 MB	100 KB	-
Congstar	Surf Flat 2	unbegrenzt	ab 1 GB	100 KB	-
Congstar	Smart 100	unbegrenzt	ab 300 MB	100 KB	-
Congstar	Kombi Flat	unbegrenzt	ab 200 MB	50 KB	-

Quelle: Homepage der Telekommunikationsanbieter, research tools 250

research tools
Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Marketing-Mix-Analyse Smartphone-Tarife 2011

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (3)

Distribution
Beratungs- und Verkaufsprozess bei Telefonanfragen

Telefonanfragen

Anbieter	Erster Kontakt	Auswahl-menu	Dauer Menu	Zeit in Warte-schleife	Antwort erhalten	Verweis Home-page
o.tel.o	persönlich	nein	-	0 – 30 Ø 6 sek.	100%	teilweise
O2	Ba g M					
Simyo	E a					
Telekom	E a					
Vodafone	E a					

Quelle: research tools

research Marktforschung für Innovation und Hand

Distribution
Vertriebswege

Freundschaftswerbung und Vertriebspartner

Anbieter	Weiterempfehlung/ Freundschaftswerbung	Vertriebspartnerschaften
1&1	Geldprämie bis zu 60 Euro	affilinet GmbH, ZANOX.de AG
BASE	Geldprämie bis zu 240 Euro	The Phone House, ZANOX.de AG
Congstar	bis zu 90 Euro Guthaben für das eigene Prepaid- oder Vertragskonto	affilinet GmbH, qipu GmbH, ZANOX.de AG
FONIC	jeweils 5 Euro Guthaben für den Werber und den Geworbenen	affilinet GmbH
mobilcom-debitel	Geldprämie bis zu 50 Euro	vitrado.de, ZANOX.de AG

Quelle: Homepage der Telekommunikationsanbieter

research tools Marktforschung für Innovation und Handlungssicherheit

Marketing-Mix-Analyse Smartphone-Tarife 2012

Kommunikation
Werbemotive

mobilcom-debitel – Internet

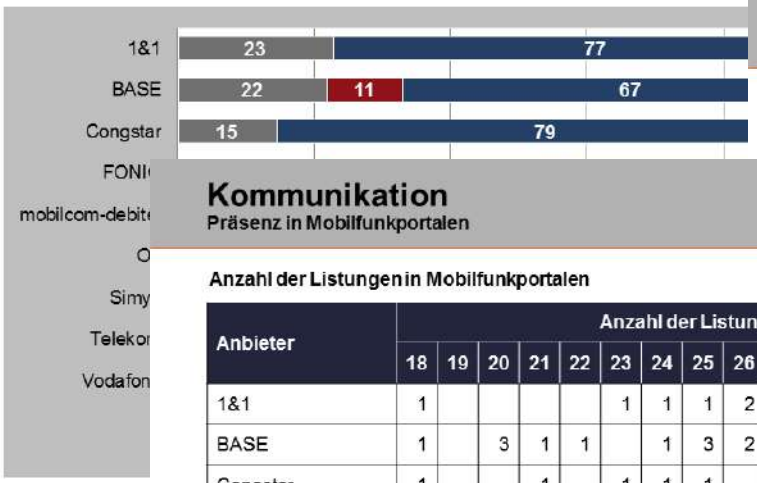
Marketing-Mix-Analyse Smartphone-Tarife 2011

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (4)

Kommunikation
Werbeaufwendungen

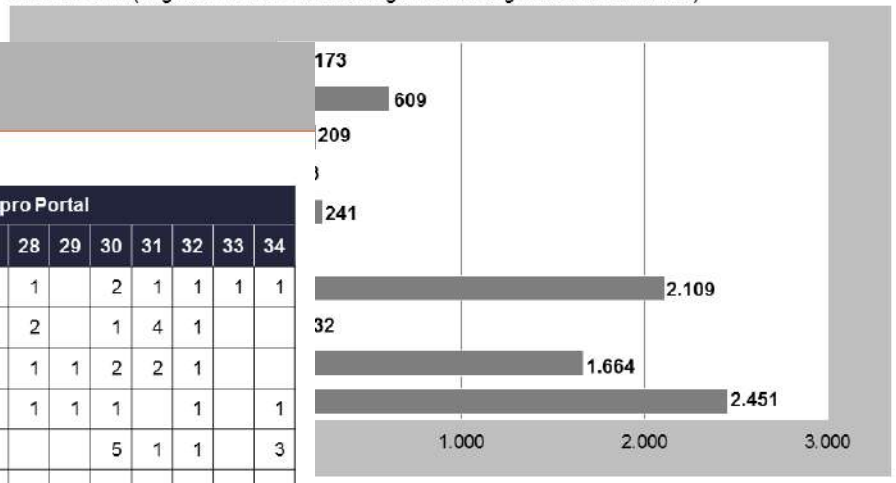
Werbeausgaben der Tarifanbieter nach Medien im Jahr 2011 (Angaben in Prozent)



Quelle: Ebiquity

Kommunikation
Passive Präsenz in Social Media

Forenbeiträge zu Smartphone-Tarifen der betrachteten Anbieter zwischen September 2011 und Februar 2012 (Angabe in Anzahl Forenbeiträge mit Nennungen des Tarifanbieters)



415

keting-Mix-Analyse Smartphone-Tarife 2011

Kommunikation
Präsenz in Mobilfunkportalen

Anzahl der Listungen in Mobilfunkportalen

Anbieter	Anzahl der Listungen pro Portal																
	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
1&1	1					1	1	1	2		1		2	1	1	1	1
BASE	1		3	1	1		1	3	2	1	2		1	4	1		
Congstar	1			1		1	1	1			1	1	2	2	1		
FONIC	1							1			1	1	1		1		1
mobilcom-debitel			28						1				5	1	1		3
o.tel.o																	
O2	1	1	9	1	1	1	1	2		2	2	1	7	1	1		5
Simyo				1				2			1	1		2	1		2
Telekom	1	1		1	1		1	1		1	1		12	3	1	4	1
Vodafone	1	1	19	1	1	1	1			1	1		10	3	1	5	2

Quelle: research tools

400

research tools
Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Marketing-Mix-Analyse Smartphone-Tarife 2012

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Bestellformular

FAX: +49 (0)711 - 55090384

Auftragnehmer:
research tools
Herrn Dipl.-Kfm. Uwe Matzner, Marktforscher BVM
Wäldenbronner Straße 2
73732 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 4.800 EUR zzgl. MwSt. die Studie Marketing-Mix-Analyse Smartphone-Tarife 2012.

Auftraggeber:
Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Unterschrift: _____

Datum/Ort: _____

Kontakt

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner

Geschäftsführer, Diplom-Kaufmann,
Marktforscher BVM, Lehrbeauftragter für Marktforschung
Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384,
E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools
Wäldenbronner Straße 2
73732 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.

Zuletzt zur Branche Telekommunikation erschienen:

- Studie Facebook Mobilfunkanbieter 2011, veröffentlicht: Dezember 2011
- Studie Communication Trends Smartphones 2011, veröffentlicht: August 2011 (gemeinsam mit Ebiquity)
- Studie Direktmarketingstrategie Telekommunikation 2011, veröffentlicht: Juli 2011 (gemeinsam mit GfK SE und Holland Consulting)