

A woman with long brown hair, wearing a white button-down shirt, is looking down at a white smartphone she is holding in her right hand. The background is a blurred, light blue and purple gradient.

Studiensteckbrief

# Studie Vergleichsportal-Marketing Telekommunikation 2015

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar, [research-tools.net](http://research-tools.net)

Juli 2015



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Vergleichsportal-  
Marketing Telekommunikation 2015

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Ergebnisse:

- 129 Telekommunikationsanbieter bewerben auf 87 Vergleichsportalen ihre Produkte. Dabei berücksichtigt die Analyse neben der Anzahl der genutzten Portale und der Listungsanzahl die Platzierungen in neun angebotenen Produktkategorien.
- Vier der Top 20 Telekommunikationsanbieter sind in weniger als fünf Produktbereichen gelistet.
- Die Produktbereiche Handyvertrag und Internet-Flat sind am stärksten besetzt. Fast zwei Drittel der analysierten TK-Anbieter sind mit entsprechenden Produkten in den untersuchten Portalen präsent.
- An die Spitze der Vergleichsportale setzt sich ein reines Telekommunikationsportal. Auf den weiteren Plätzen folgen Allroundportale, die Preisvergleiche für verschiedene Branchen anbieten. Die beiden erstplatzierten Vergleichsportale führen das Ranking mit erheblichem Vorsprung vor den Nächstplatzierten an
- Nur etwas mehr als die Hälfte der Top 20-Portale bietet die Möglichkeit eines Onlineabschlusses an. Vier der Top 20 Portale verlinken direkt zum Telekommunikationsanbieter.

# Informationen zur Studie

## Wichtigste USPs:

Analyse von **129 Telekommunikationsanbietern**

in **87 Vergleichsportalen**

für **neun Produktkategorien**

alle Informationen komprimiert auf **106 PowerPoint-Seiten**

als PDF- und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

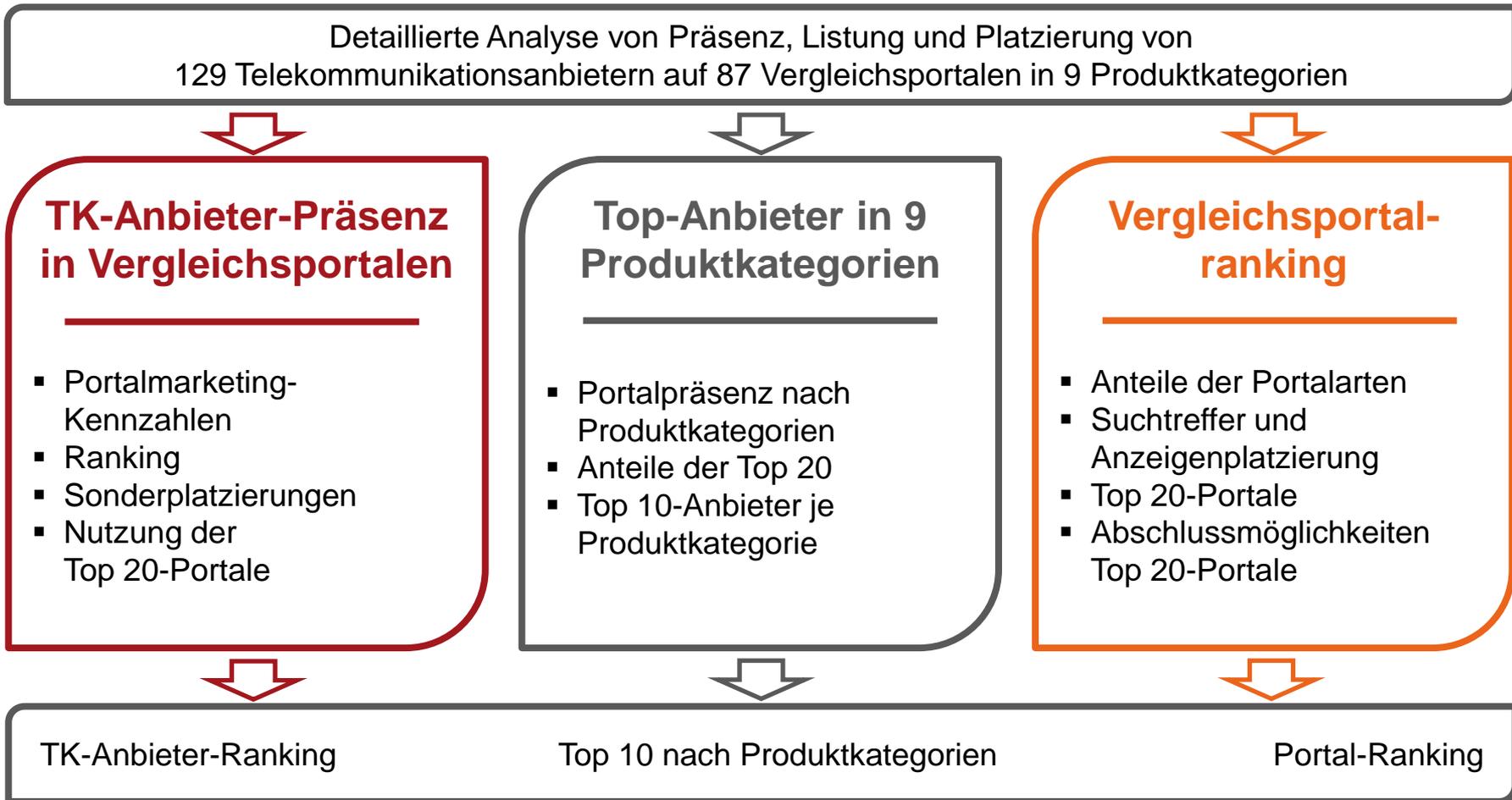
**Nutzen:** Wettbewerbsvergleich Vergleichsportal-Marketing,  
Hinweise für Potenziale im Portalmarketing

## Inhalte:

- Ranking aller 129 TK-Anbieter
- diverse Portalmarketing-Kennzahlen
- Analyse Sonderplatzierungen
- Potenzialanalyse Top 20 TK-Anbieter
- Ranking aller 87 Vergleichsportale
- Top 10 Anbieter nach Produktkategorien



# Informationen zur Studie



# Informationen zur Studie

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- welche Telekommunikationsanbieter sind in den zahlreichen Online-Vergleichsportalen wie stark präsent?
- welche Produktgruppen stehen in den Online-Vergleichsportalen im Vordergrund?
- welche Sonderplatzierungen wurden auf Vergleichsportalen vorgenommen?
- welche Telekommunikationsanbieter gehören zu den Top 20 und wo setzen sie ihre Schwerpunkte?
- welches sind die Top 10-Telekommunikationsanbieter innerhalb der einzelnen Produktkategorien?
- welche Vergleichsportale sind in welchen Produktkategorien bedeutsam?
- welches sind die Top 20 Online-Vergleichsportale im Telekommunikationsmarkt?

**Die 106 Seiten umfassende Studie kostet 4.800 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

## **Forschungsdesign:**

Recherche sämtlicher relevanter deutscher Vergleichsportale mit Vergleichen von TK-Produkten. Auf Basis eVisibility wurde ein Vergleichsportal-Ranking erstellt. Für alle erfassten Portale wurde die Präsenz der Telekommunikationsanbieter anhand verschiedener Portalmarketing-Kennzahlen ermittelt.



# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Präsenz der Telekommunikationsanbieter auf Vergleichsportalen	15
▪ Kennzahlen der Portalpräsenz (alle Telekommunikationsanbieter)	18
▪ Indizes und Ränge der Portalpräsenz (alle Telekommunikationsanbieter)	31
▪ Sonderplatzierung der Telekommunikationsanbieter auf den Vergleichsportalen	44
▪ Nutzung der Top 20 Vergleichsportale (Top 20 Telekommunikationsanbieter)	49
▪ Kennzahlen der Portalpräsenz (Top 20 Telekommunikationsanbieter)	51
▪ Indizes und Ränge der Portalpräsenz (Top 20 Telekommunikationsanbieter)	53
▪ Anzahl der genutzten Portale nach Produktkategorie (Top 20 Telekommunikationsanbieter)	55
▪ Produktschwerpunkte (Top 20 Telekommunikationsanbieter)	57

# Inhaltsverzeichnis

➤ Produktkategorie	59
▪ Anteil der gelisteten Telekommunikationsanbieter an allen Telekommunikationsanbietern in den Produktkategorien	62
▪ Anteil der gelisteten Top 20 Telekommunikationsanbieter in den Produktkategorien	63
▪ Anteil der Portale in den Produktkategorien	64
▪ Rankingumfang in den Produktkategorien	65
▪ Top 10 Telekommunikationsanbieter in den Produktkategorien	74
➤ Vergleichsportale	83
▪ Portalart	86
▪ Listungen in Suchmaschinen	87
▪ Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen der Vergleichsportale nach Produktkategorie (alle Portale)	89
▪ Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen der Vergleichsportale nach Produktkategorie (Top 20 Portale)	98
▪ Anzahl der gelisteten Telekommunikationsanbieter in den Portalen nach Produktkategorie (Top 20 Portale)	101
▪ Abschlussmöglichkeiten der Portale (Top 20 Portale)	103
➤ Kontakt	105

# Beispielseiten (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Präsenz der TK-Anbieter auf Vergleichsportalen

Kennzahlen der Portalpräsenz (alle Telekommunikationsanbieter)

Kennzahlen der Vergleichsportalphäsenz

Telekommunikationsanbieter	Anzahl d. Portale	Anzahl d. Listings
Saturn	X3	X4
Sim Quadrat	X2	X5
sim.de	X3	X4
SimDiscount	X2	X2
simfinty	X2	X1
simply	X1	X9
simyo	X4	X5
sipgate	X1	X1
skyDSL	X5	X8
smartmobil	X7	X0

\* dominierende Produktgruppe im Vergleichsportalmarketing



### Präsenz der TK-Anbieter auf Vergleichsportalen

Sonderplatzierung der Telekommunikationsanbieter auf den Vergleichsportalen

Screenshots ausgewählter Sonderplatzierungen (4/2015)

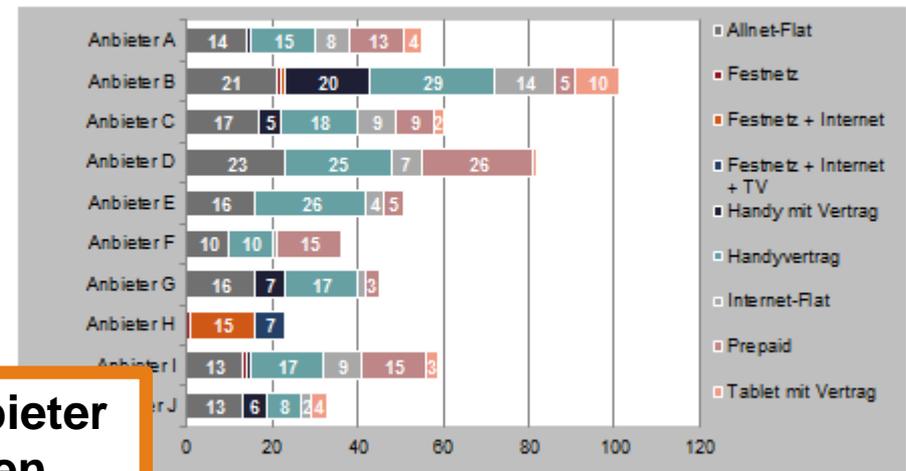


Wo setzen die Top 20 Telekommunikationsanbieter ihre Produktschwerpunkte?

### Präsenz der TK-Anbieter auf Vergleichsportalen

Anzahl der genutzten Portale nach Produktkategorie (Top 20 Telekommunikationsanbieter)

Anzahl der genutzten Portale\* nach Produktkategorie (Top 11-20) (Angaben in absoluten Werten)



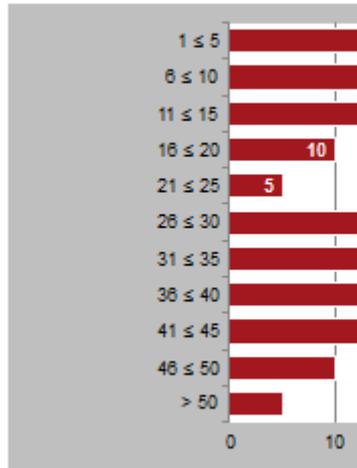
Setzen die Telekommunikationsanbieter auf breite Streuung in vielen Portalen oder auf gezielte Schwerpunkte?

# Beispielseiten (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Produktkategorien Rankingumfang in den Produktkategorien

Anteile der gelisteten TK-Anbieter bei Preisaids-Vergleichen (Angaben in %)

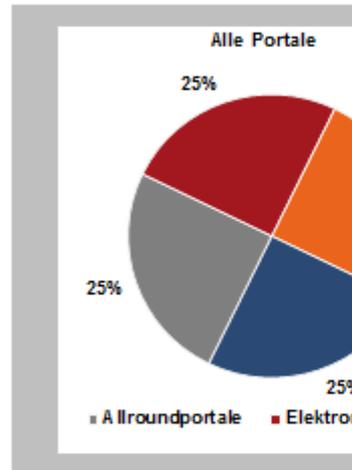


Lesbeispiel: Die meisten Vergleichsportale (22%) führen



### Vergleichsportale Portalart

Anteile der Portalarten für alle Portale



Welches sind die Top 20-Portale im Telekommunikationsmarkt in unterschiedlichen Kategorien?

### Vergleichsportale

Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen der Vergleichsportale nach Produktkategorie (alle Portale)

Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen der Vergleichsportale nach Produktkategorie (3/9)

Portal-ID	Suchtreffer/Anzeigen (Angaben in Prozent von max.)									Index*	Rang
	Festnetz			Mobilfunk							
	F	FI	FITV	AF	HmV	HV	IF	PP	TmV		
21	5	44	2					5		282	29
22			48	3	7		58	10		632	12
23	4	1						21		128	43
24					28		13	13		270	30
25					19	48	32			496	16
26	1									6	82
27		8	15							116	49
28	38	38	9	4	10		3	32		666	10
29	32	13	32	3						400	20
30	13	6	13					26		288	28

\* berechnet als Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen in Relation zu den maximal möglichen Besplatzierungen multipliziert mit 100



Studie Vergleichsportale/Marketing Telekommunikation 2015

Wie viele TK-Anbieter sind in den verschiedenen Produktkategorien der Vergleichsportale gelistet?

# Bestellformular

**FAX: +49 (0)711 – 55090384**

**Auftragnehmer:**

research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 4.800 EUR zzgl. MwSt. die  
**Studie Vergleichsportal-Marketing Telekommunikation 2015.**

**Auftraggeber:**

Firma:

---

Ansprechpartner:

---

E-Mail:

---

Position/Funktion:

---

Datum, Ort, Unterschrift:

---

# Kontakt / Branchenerfahrung

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

**Uwe Matzner**



Geschäftsführer

Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM

Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384,

E-Mail: [uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt erschienen zur Telekommunikationsbranche:

- E-Shop-Analyse Mobilfunk-Discounter 2014
- Marketing-Mix-Analyse Handy-und Tabletversicherung 2014
- Studie Mobilfunk-Zielgruppe Nutzer kostenpfl. Apps 2014
- Studie Mobilfunk-Zielgruppe DINKS 2014
- Werbemarktanalyse Telekommunikation 2014
- Studie Mobilfunk-Zielgruppe Männl. Prepaid-Kunden 2014

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Branche Telekommunikation sind seit 2011 16 Marktstudien zu unterschiedlichen Themen erschienen.