



Studiensteckbrief

Studie Vergleichsportal- Marketing Sport 2015

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Dezember 2015



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Vergleichsportal-
Marketing Sport 2015

Ausgewählte Ergebnisse:

- Die Studie analysiert die Präsenz der 200 Top-Sportmarken und 200 Top-Sportonlineshops in den zuvor ermittelten 54 Top-Vergleichsportalen. Dabei berücksichtigt die Analyse neben der Anzahl der genutzten Portale und Listungen die Platzierungen in 18 Produktkategorien.
- 144 Vergleichsportale für Sportprodukte wurden im Rahmen der Studie ermittelt und auf Basis ihrer Präsenz in 18 Produktkategorien gerankt.
- Die 54 Top-Vergleichsportale Sport vergleichen die Preise von 989 Sportartikel-Marken und 625 E-Shops.
- Zwölf der Top 20 Sportartikelmarken sind als Spezialanbieter in nur einer Produktkategorie gelistet. Topmarken haben bis zu 265 Listungen in Portalen.
- Von den Top 20 Sportshops legen etwa die Hälfte der Anbieter ihren Hauptfokus auf Sportartikel.
- Unter den insgesamt 144 untersuchten Portalen sind Allroundportale am häufigsten vertreten.
- Auch unter den bedeutendsten 20 Vergleichsportale für Sportprodukte dominieren Allround-Portale. Sportportale haben einen Anteil von 25 Prozent, produktspezifische Portale schaffen es nicht unter die Top 20.

Informationen zur Studie

Wichtigste USPs:

Analyse von **200 Sportmarken** und **200 Sportonlineshops**

in den **54 Top-Vergleichsportalen** für Sportprodukte

für **18 Produktkategorien**

alle Informationen komprimiert auf **224 PowerPoint-Seiten**

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

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

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

Inhalte:

- Ranking von 200 Sportmarken
- Ranking von 200 Sportonlineshops
- diverse Portalmarketing-Kennzahlen
- Analyse Sonderplatzierungen
- Ranking von 144 Vergleichsportalen
- Top 10 Marken nach Produktkategorien
- Top 10 E-Shops in 18 Produktkategorien

Informationen zur Studie

Detaillierte Analyse von Präsenz, Leistung und Platzierung von 200 Sportartikelshops und 200 Sportmarken auf 54 Vergleichsportalen in 18 Produktkategorien

Sportmarken-Präsenz in Vergleichsportalen

- 200 Top-Sportmarken im Ranking
- Portalpräsenz in 18 Produktkategorien
- Sonderplatzierungen
- Nutzung der Top 20-Portale
- Top 10-Marken je Kategorie

Sport-E-Shop-Präsenz in Vergleichsportalen

- 200 Top-Onlineshops im Ranking
- Portalpräsenz in 18 Produktkategorien
- Nutzung der Top 20-Portale
- Top 10-Anbieter je Produktkategorie

Vergleichsportals-ranking

- 144 Vergleichsportale im Ranking
- Anteile der Portalarten
- Suchtreffer- und Anzeigenplatzierung
- Kennzahlen Top 20-Portale

Marken- und E-Shop-Ranking

Top 10 nach Produktkategorien

Portal-Ranking

Informationen zur Studie

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

- welche Sportartikelmarken und Sportshops sind in den 54 Top-Vergleichsportalen wie stark präsent?
- welche Produktgruppen stehen in den Online-Vergleichsportalen im Vordergrund?
- welche Sonderplatzierungen wurden auf Vergleichsportalen vorgenommen?
- welche Sportartikelmarken und Sportshops gehören zu den Top 20 und wo setzen sie ihre Schwerpunkte?
- welches sind die Top 10-Sport-Marken und -E-Shops innerhalb der einzelnen Produktkategorien?
- welche Vergleichsportale sind in welchen Produktkategorien bedeutsam?
- welches sind die Top-Vergleichsportale in der Sportbranche?

Die **224 Seiten umfassende Studie kostet 4.800 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Die Studie in Zahlen:

- für Top 200 Marken Kennzahlen u. Ränge
- für Top 200 -Shops Kennzahlen u. Ränge
- für Top 20 Marken und Top 20 E-Shops Präsenz in Portalen
- Top 10 Marken in zehn Produktkategorien
- für 144 Portale Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen
- insgesamt 989 Marken und 625 Shops erfasst

Forschungsdesign:

Recherche sämtlicher relevanter deutscher Vergleichsportale mit Vergleichen von Sportprodukten. Auf Basis eVisibility wurde ein Vergleichsportale-Ranking erstellt. Für die 54 Top-Portale wurde die Präsenz der Sportmarken und Sportonlineshops anhand verschiedener Portalmarketing-Kennzahlen ermittelt.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	10
➤ Präsenz der Marken auf Vergleichsportalen	17
▪ Kennzahlen der Portalpräsenz (Top 200 Marken)	21
▪ Indizes und Ränge der Portalpräsenz (Top 200 Marken)	41
▪ Sonderplatzierungen der Marken auf den Vergleichsportalen	61
▪ Nutzung der Top 20 Vergleichsportale (Top 20 Marken)	72
▪ Kennzahlen der Portalpräsenz (Top 20 Marken)	74
▪ Indizes und Ränge der Portalpräsenz (Top 20 Marken)	76
▪ Anzahl der genutzten Portale nach Produktkategorie (Top 20 Marken)	78
▪ Produktschwerpunkte (Top 20 Marken)	80



Inhaltsverzeichnis

➤ Die Marken in den Produktkategorien	82
▪ Anteile der gelisteten Marken an allen Marken in den Produktkategorien	84
▪ Anteile der gelisteten Top 20 Marken in den Produktkategorien	85
▪ Top 10 Marken in den Produktkategorien	86
➤ Präsenz der Shops auf Vergleichsportalen	104
▪ Kennzahlen der Portalpräsenz (Top 200 Shops)	107
▪ Indizes und Ränge der Portalpräsenz (Top 200 Shops)	127
▪ Nutzung der Top 20 Vergleichsportale (Top 20 Shops)	147
▪ Kennzahlen der Portalpräsenz (Top 20 Shops)	149
▪ Indizes und Ränge der Portalpräsenz (Top 20 Shops)	151
▪ Anzahl der genutzten Portale nach Produktkategorie (Top 20 Shops)	153
▪ Produktschwerpunkte (Top 20 Shops)	155



Inhaltsverzeichnis

➤ Die Online-Shops in den Produktkategorien	157
▪ Anteile der gelisteten Shops an allen Shops in den Produktkategorien	159
▪ Anteile der gelisteten Top 20 Shops in den Produktkategorien	160
▪ Anteile der Portale in den Produktkategorie	161
▪ Top 10 Shops in den Produktkategorien	162
➤ Vergleichsportale	180
▪ Portalart	183
▪ Listungen in Suchmaschinen	184
▪ Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen der Vergleichsportale nach Produktkategorie (alle Portale)	186
▪ Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen der Vergleichsportale nach Produktkategorie (Top 20 Portale)	217
▪ Abschlussmöglichkeiten der Portale (Top 20 Portale)	221
➤ Kontakt	223



Beispieleiten (1)

Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten

Präsenz der Marken auf Vergleichsportalen Kennzahlen der Portalpräsenz (Top 200 Marken)

Kennzahlen der Vergleichsportportalpräsenz (1/20)

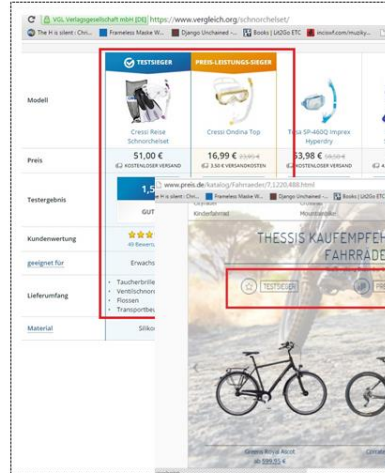
Marken	Anzahl d. Portale	Anzahl d. Listungen
11-SPORT	50	150
2Fast4You	40	50
4You	30	150
Abus	20	50
Acerbis	10	150
Adidas	50	50
Adore	40	150
Airtracks	30	50
AktivShop	20	150
All Stars	10	50

* dominierende Produktgruppe: im Vergleich Marketing, Studie V



Präsenz der Marken auf Vergleichsportalen Sonderplatzierung der Marken auf den Vergleichsportalen

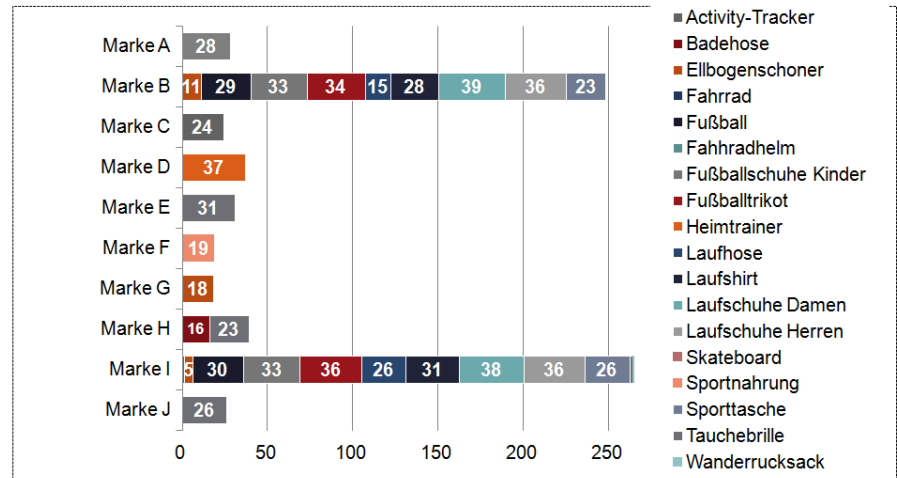
Screenshots ausgewählter Sonderplatzierungen (1/2)



Wo setzen die Top 20 Sportmarken ihre Produktschwerpunkte?

Präsenz der Marken auf Vergleichsportalen Anzahl der genutzten Portale nach Produktkategorie (Top 20 Marken)

Anzahl der genutzten Portale* nach Produktkategorie (Top 1-10) (Angaben in absoluten Werten)



* die Summe der genutzten Portale ergibt die Anzahl der Listungen, zur besseren Lesbarkeit werden in der Grafik nur Werte > 4 ausgewiesen



Studie Vergleichsportportal-Marketing Sport 2015

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

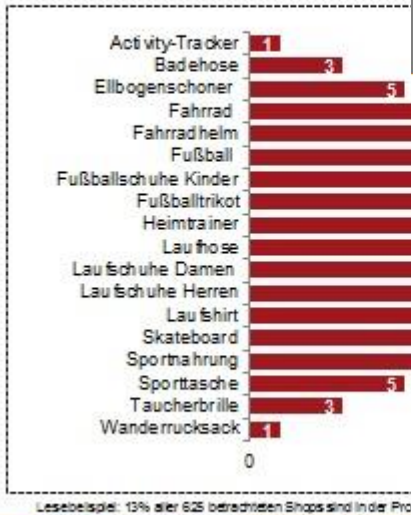
Beispieleiten (2)

Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

Anteile der gelisteten Shops an allen Shops in den Produktkategorien

Anteile der gelisteten Shops an allen Shops in den Produktkategorien (Angaben in %)



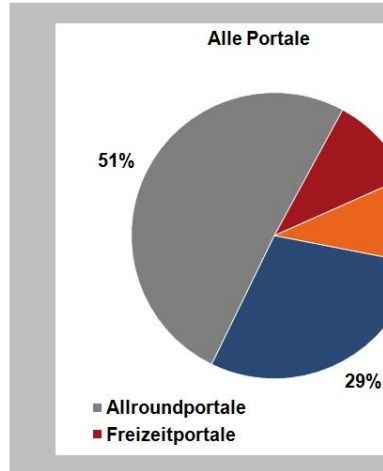
Lesbeispiel: 13% aller 625 betrachteten Shops sind in der Pro



Vergleichsportale

Portalart

Anteile der Portalarten für alle Portale und



Studie Ve

Wer ist der in den Vergleichsportalen führende Online-Shop bei dem Produkt Fahrrad?

Die Online-Shops in den Produktkategorien

Top 10 Shops in den Produktkategorien

Fahrrad (Suchbegriff: Fahrradhelm)

Shops	Anzahl der Portale bzw. Listungen	Ø Erstplatzierung	Anzahl Platz 1	Anzahl Top 3	Anzahl Top 10	Rang
Onlineshop A	29	2	12	23	29	1
Onlineshop B	15	1	4	9	15	2
Onlineshop C	13	2	1	2	13	3
Onlineshop D	14	1	1	13	14	4
Onlineshop E	12	1	1	6	12	4
Onlineshop F	11	1	1	3	11	6
Onlineshop G	9	1	1	1	9	7
Onlineshop H	7	1	1	1	7	8
Onlineshop I	6	1	0	1	6	9
Onlineshop J	5	0	0	3	5	10

Wie viele Online-Shops werden in den Produktkategorien der Vergleichsportale gelistet?



Studie Vergleichsportale-Marketing Sport 2015

163

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 Sport 2015.

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Datum, Ort, Unterschrift:

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

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt erschienen zur Sportbranche:

- E-Shop-Analyse Sport 2015
- Stud. Unternehmensprofile Sport- und Outdoorbekleidung 2014

Zuletzt erschienen in der Studienreihe Vergleichsportal-Marketing:

- Studie Vergleichsportal-Marketing Telekommunikation 2015
- Studie Vergleichsportal-Marketing Fotografie 2015
- Studie Vergleichsportal-Marketing Energie 2014

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Studienreihe Vergleichsportal-Marketing sind seit 2013 sechs Marktstudien zu verschiedenen Branchen erschienen.



Analysierte Aspekte und Anbieter (Auswahl)

21run.com, activinstinct.de, Activity-Tracker, aktivshop.de, Allroundportale, alternate.de, amazon.de, Anzahl der Listungen, Anzahl der Portale, Anzahl Top 10, Anzahl Top 3, Anzeigenplatzierungen, avalingo.de, babista.de, baby-walz.de, Badehose, baur.de, Bekleidung, bergfreunde.de, bergzeit.de, bike24.de, billiger.de, bing.de, bodybrands4you.de, bruegelmann.de, chilli24.de, conrad.de, craft-helme.de, cyberport.de, de.allyouneed.com, deal-fuchs.net, decathlon.de, discount24.de, duckduckgo.de, durchschnittliche Erstplatzierung, ebay.de, Einschränkungen, Ellbogenschoner, engelhorn.de, exxpozed.de, Fahrrad, fahrrad.de, Fahrradhelm, Freizeitportale, Fußball, Fußballschuhe Kinder, Fußballtrikot, galeria-kaufhof.de, gelistete Marken, globetrotter.de, google.de, guenstiger.de, handyschot-te.com, Heimtrainer, helmfabrik.com, hitmeister.de, idealo.de, Indizes, intersport.de, jago24.de, jako-o.de, Kaufabschluss auf dem Portal, keller-sports.de, klingel.de, koffer-direkt.de, ladenzeile.de, laufband.org, lauf-bar.de, Laufhose, Laufschuhe Damen, Laufschuhe Herren, Laufshirt, lesara.de, lidl.de, mandmdirect.de, Marken, markenkoffer.de, mcgregor.de, mediamarkt.de, micsbodyshop.de, mitaso-bike.de, motorradb.de, mysport.de, mytoys.de, nu3.de, online-fitness-coaching.com, otto.de, outfitter.de, pearl.de, plus.de, pluto-sport.de, Portalnutzung, Portalpräsenz, preis.de, preissuchmaschine.de, preisvergleich.de, primäre Produktgruppe, Produktkategorie, Produktschwerpunkte, produktspezifische Portale, quelle.de, Ränge, redcoon.de, rehkids.de, Rucksäcke, Schwimmen, Screenshots Sonderplatzierungen, shop4runners.com, shopping24.de, Skateboard, Sonderplatzierungen, sportarena.de, sport-fischmann.de, Sportgeräte, Sportnahrung, Sportportale, sport-redler.de, sports99.de, sportscheck.com, Sportschuhe, sportshop24-web.de, Sporttaschen, sport-tiedje.de, sport-und-abenteuer.de, sportworld24.de, sportxshop.de, Suchtrefferplatzierungen, taschen-kaufhaus.de, Taucherbrille, tennistown.de, terrific.de, testberichte.de, titus.de, Top 20 Marken, Top 20 Portale, trekkingstar.de, ts-heinemann.com, vaola.de, vergleich.org, vergleiche.de, Verlinkung zum Shop, zalando.de, Zubehör