

+++ 1und1.de +++ base.de +++ mobilcom-debitel.de +++ simyo.de +++ telekom.de +++ t-mobile.de +++ o2online.de +++ otelo.de +++ unitymedia.de +++ vodafone.de +++ und 143 weitere eShops für Telekommunikation

Studiensteckbrief

# Studie eVisibility Telekommunikation 2016

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

April 2016

## Ausgewählte Ergebnisse:

- Die Liste der Top 10-Unternehmen mit der größten eVisibility stellt acht Allrounder für Telekommunikation sowie einen Universalhändler und einen Elektronikhändler.
- Die Hälfte der zehn Top-Unternehmen sind in allen vier Online-Kategorien sichtbar.
- Bei vier der zehn Top-Unternehmen entfällt die eVisibility zu mindestens 50 Prozent auf nur eine Online-Kategorie.
- Herstellershops stellen zwei Prozent der Gesamt-eVisibility der Telekommunikationsbranche.

# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

**Detaillierte Analyse von 100 E-Shops** für Telekommunikation;  
Gesamtränge für **insgesamt 143 E-Shops**

mit der höchsten **eVisibility**

in den **vier Online-Kategorien** Suchtreffer, Suchanzeigen,  
Vergleichsportale, Social Media auf Basis von **96 Top 10-Rankings**

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**  
auf 57 PowerPoint-Seiten

als PDF-Datei **kurzfristig** verfügbar

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

**Nutzen:** Analyse der Sichtbarkeit im Internet,  
umfassender Wettbewerbsüberblick

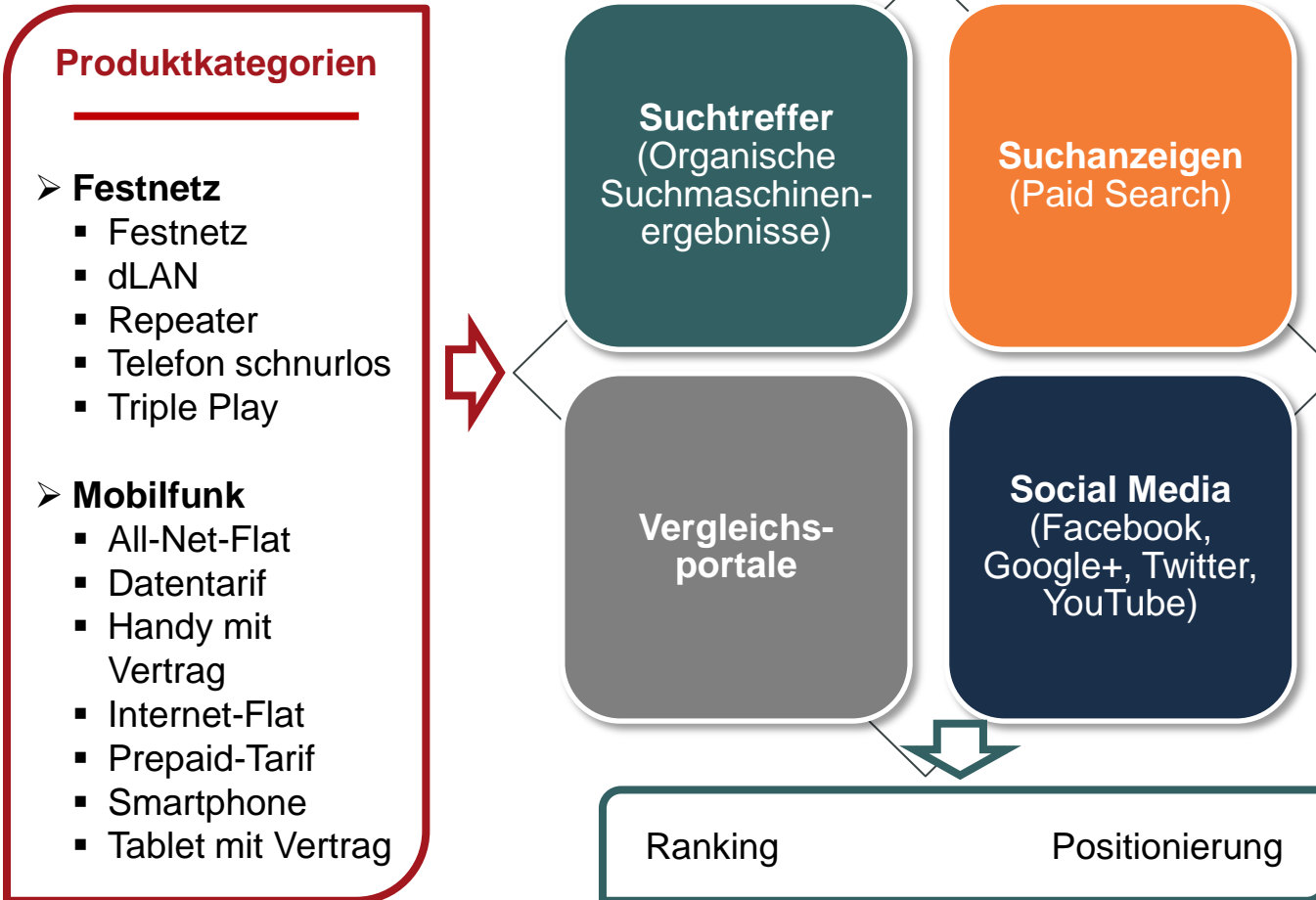
## Untersuchte E-Shops:

- 1und1.de
- 7mobile.de
- alditalk.de
- ...
- simfinity.de
- simplytel.de
- simyo.de
- ....
- tele2.de
- telecolumbus.de
- telefon.de
- telefoncall.de
- ...



# Forschungsdesign

## Konzeption:



# Informationen zur Studie

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

- welche Anbieter erreichen die beste Gesamt-eVisibility?
- welche Anbieter schalten Suchanzeigen in Suchmaschinen?
- welche Unternehmen sind bei der Suchergebnislistung on Top gelistet?
- welche Mitbewerber sind in Vergleichsportalen weit vorne?
- mit welcher Präsenz machen die Unternehmen in Social Media auf sich aufmerksam?
- welche Anbieter zeigen in ihrer eVisibility eine durchgehende Präsenz in allen vier Online-Kategorien?
- welchen Anteil an der gesamten eVisibility nehmen die einzelnen Kategorien ein?
- in welchen Produktkategorien besteht für welche Anbieter Handlungsbedarf?
- welche großen Marken und Hersteller finden sich unter den Top 100 eVisibility?
- welche Positionierung nehmen die Top 10 Anbieter im Wettbewerbsvergleich ein?

Die **57 Seiten umfassende Studie kostet 380 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

## **Forschungsdesign:**

research tools ermittelt für die wichtigsten Produktkategorien zentrale Suchbegriffe und analysiert auf dieser Basis die Sichtbarkeit der Online-Shops im Internet. Dabei werden die Platzierungen in Suchtreffern, Suchanzeigen, Vergleichsportalen und Social Media ausgewertet und zu einem Gesamtranking verdichtet. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im April 2016 erschienen.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	7
➤ eVisibility-Rankings nach Online-Kategorien	10
▪ Suchtreffer	11
▪ Suchanzeigen	13
▪ Vergleichsportale	16
▪ Social Media	19
▪ Gesamtranking nach Online-Kategorien	22
▪ Gesamtranking Ränge 101ff	34
➤ eVisibility-Rankings nach Suchbegriffen	35
▪ Performance der Top 10 nach Suchbegriffen	37
▪ Performance der Top 100 nach Suchbegriffen	39
➤ eVisibility der Anbietergruppen	45
▪ Gesamtranking nach eShop-Typen	46
▪ Anteile der Top-Anbieter	51
➤ eVisibility-Positionierung	53
➤ Kontakt	56



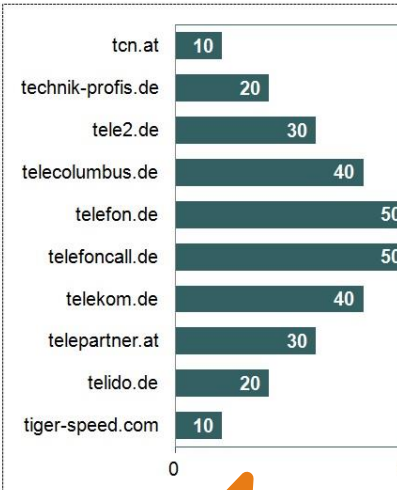
# Beispielseiten (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### eVisibility-Rankings

Suchtreffer

Ranking Suchtreffer (Top 10)



### eVisibility-Rankings

Suchanzeigen

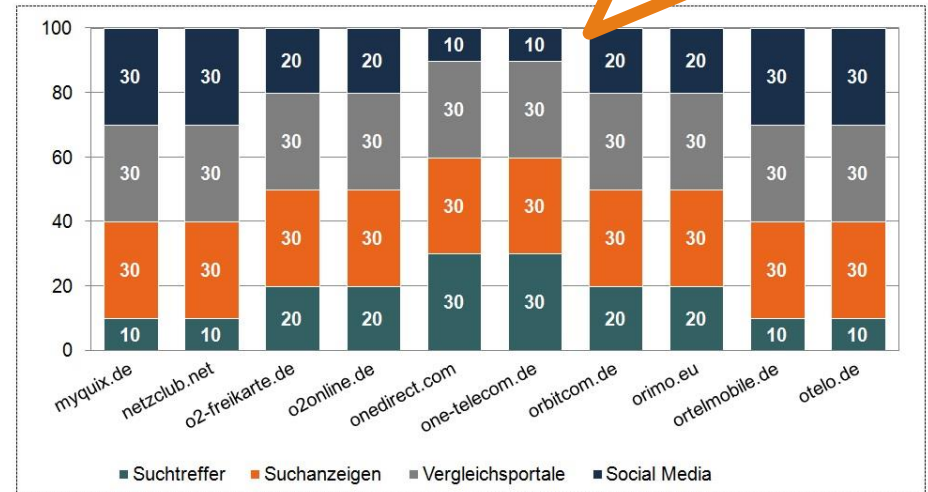
Ranking Suchanzeigen (Top 30)

Rang	eShop	Pu
1	gmx.net	60
2	gravis.de	55
3	greenstars.de	55
4	gsm-repeater-shop.de	55
5	haider-telekom.de	55
6	handydealer24.de	57
7	handyservice.de	57
8	handytick.de	55
9	it-haus.com	55
10	kabelbude.eu	55
11	kabeldeutschland.de	55
12	...	54
13	...	54
14	...	53
15	...	53,0

### eVisibility-R

Gesamtranking nach

Gesamtranking (Top 10) in Anteilen (Angaben in %)



Welche Schwerpunkte in den Bereichen der eVisibility setzen die Unternehmen?

Welche Anbieter werden in Suchmaschinen on Top gelistet?



Studie eVisibility  
Telekommunikation 2016

Studie eVisibility  
Telekommunikation 2016

# Beispieleiten (2)

## Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten

### eVisibility-Rankings nach Online-Kategorien

Gesamtranking nach Online-Kategorien

Ranking eVisibility gesamt nach Kategorien (Top 100)

Rang	eShop	Such-treffer		Such-anzeigen		Vergleichs-portale		Social Media	
		Pkt.	%	Pkt.	%	Pkt.	%	Pkt.	%
1	simdiscount.de	89,8	23,0	115,4	29,8	57,2	14,7	127,8	32,8
2	simfinity.de	71,5	32,4	28,8	13,0	63,2	28,6	57,5	26,0
3	simplytel.de								
4	simyo.de								
5	sipgate.de								
6	smartmobil.de								
7	sparhandy.de								
7	star79.de								
9	talkthisway.de								
10	tchibo.de								
11	ton.at								
12	technik-profis.de								
13	tele2.de								
14	telecolumbus.de								
15	telefon.de								

### eVisibility-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Welche Performance zeigen die Top 10 eVisibility-Unternehmen in den Detailrankings?

### eVisibility Gesamtranking

Ranking eVisibility gesamt nach Kategorien (Top 10)

Rang	eShop	Such-treffer		Such-anzeigen		Vergleichs-portale		Social Media		Punkte gesamt
		Pkt.	Rang	Pkt.	Rang	Pkt.	Rang	Pkt.	Rang	
1	telefoncall.de	6,8	10	22,9	5	10,8	10	31,0	6	71,5
2	telekom.de	36,4	3	27,3	2	12,6	9	49,9	2	126,2
3	telepartner.at	20,5	7	25,3	3	50,8	4	44,6	4	141,2
4	telido.de	22,7	4	8,7	7	52,0	3	37,3	5	120,7
5	tiger-speed.com	22,7	4	5,1	9	13,3	8	66,3	1	107,4
6	tinydeal.com	18,2	8	7,3	8	33,3	6	14,5	8	73,3
7	t-mobile.de	47,7	1	0,0	10	75,5	2	46,6	3	169,8
8	t-online.de	9,1	9	49,7	1	86,5	1	0,0	10	145,3
9	tophandy.de	22,7	4	23,8	4	37,4	5	0,0	10	83,9
10	turkcell.de	45,5	2	22,0	6	15,2	7	17,7	7	100,4



Welche Positionierung und Fokussierung nehmen die Anbieter im Wettbewerbsumfeld ein?



Studie eVisibility  
Telekommunikation 2016

Studie eVisibility  
Telekommunikation 2016



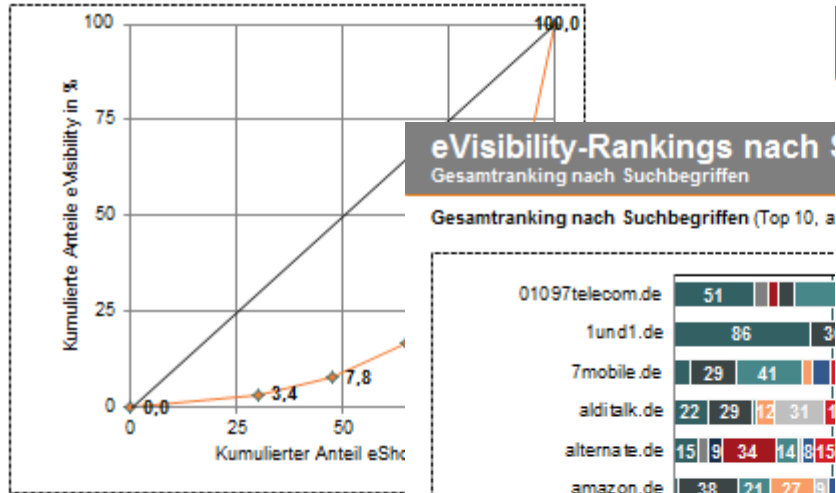
# Beispielseiten (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### eVisibility der Anbietergruppen

Anteile der Top-Anbieter

Kumulierte Anteile eVisibility (Angaben in %, Darstellung als Lorenzkurve)



Welches sind die Top-Shops bei Differenzierung nach Händlerart?

### eVisibility der Anbietergruppen

Gesamtranking nach eShop-Typ (Rang und Punktezahl)

Allgemeine Fachhändler	Spezialfachhändler
1. 01097telecom.de 390,2	6. amazon.de 107,8
2. 1und1.de 221,1	8. antennenshop.com 99,8
3. 7mobile.de 140,8	11. base.de 85,7
4. alditalk.de 122,9	12. bildmobil.de 85,1
5. alternate.de 111,3	13. blau.de 83,9
Elektronikhändler	Universalhändler
7. bluesip.net 99,8	10. congstar.de 86,8
15. bluesip.net 80,0	24. conrad.de 50,3
19. bueromarkt 73,3	25. contorion.de 50,2
26. callax.de 46,0	67. crash-tarife.de 11,2
27. comtech.de 45,6	90. csl-computer.com 6,8



Welche Trefferquote ergeben die Suchbegriffe?

# Bestellformular

**FAX: +49 (0)711 – 55090384**

**Auftragnehmer:**

research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 380 EUR zzgl. MwSt. die  
**Studie eVisibility Telekommunikation 2016.**

**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](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

### Jüngste Studien aus dem Bereich

- Vergleichsportal-Marketing Telekommunikation 2015
- E-Shop-Analyse Mobilfunk-Discounter 2014
- Marketing-Mix-Analyse Handy- und Tabletversicherung 2014
- Werbemarktanalyse Telekommunikation 2014
- Studie Mobilfunk-Zielgruppe Nutzer kostenpflicht. Apps 2014
- Studie Mobilfunk-Zielgruppe DINKS 2014

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Branche Telekommunikation sind seit 2011 19 Marktstudien zu unterschiedlichen Themen erschienen.

