



Pressemitteilung

Telefónica und Drillisch mit Submarken dominant im Portalmarketing



Rund zehn Prozent der in Vergleichsportalen präsenten Telekommunikationsunternehmen sind Handelsketten. Laut der ‚Studie Vergleichsportal-Marketing Telekommunikation 2015‘ haben vor allem die Kabelnetzbetreiber Nachholbedarf.

Esslingen am Neckar, 22. Juli 2015 – Die „Studie Vergleichsportal-Marketing Telekommunikation 2015“ untersucht die Präsenz von 129

Telekommunikationsanbietern auf 87 Vergleichsportalen. Dabei berücksichtigt die Analyse neben der Anzahl der genutzten Portale auch die Listungsanzahl und die Platzierungen in neun angebotenen Tarifkategorien. Von den präsentesten Top 20-Telekommunikationsunternehmen decken sechs Anbieter alle Kategorien ab, neun bieten keine Festnetztarife an. Beachtlich ist die starke Portalpräsenz der Konzerne Telefónica und Drillisch. Elf der Top 20-Anbieter entfallen auf deren Marken. Von den drei größten Kabelnetzbetreibern platziert sich nur Telecolumbus unter den Top 20.

Auch Handelsunternehmen haben inzwischen einen beachtlichen Anteil am Mobilfunkmarkt. Etwa zehn Prozent der in Vergleichsportalen präsentesten Telekommunikationsunternehmen sind Handelsketten. Als bestplatzierte Händler taucht Lidl im vorderen Mittelfeld auf. Auch Aldi, Edeka und Tchibo sind hier zu finden. Bemerkenswert ist dabei, dass diese Discounttarifanbieter in den Preisvergleichen keine noch dominanteren Platzierungen erreichen. Die Telekommunikationsspezialisten sind hinsichtlich der Vergleichsportalpräsenz unerreicht.

Ebenso sind Medienunternehmen unter den 129 Telekommunikationsanbietern gelistet. Bildmobil findet sich in mehr als einem Drittel der Portale, MTV, NTV und Weltbild sind nicht ganz so präsent.

Die in der Studie untersuchten 72 Vergleichsportale lassen sich in die Kategorien Allroundportale, Elektronikportale, Telekommunikationsportale und produktspezifische Portale unterteilen. Im Unterschied zu anderen Branchen ist im Telekommunikationsmarkt nur eine vergleichsweise geringe Anzahl an Allroundportalen zu finden. Dennoch platzieren sich mit Check24.de und verivox.de zwei Allroundportale auf den vorderen Plätzen. An die Rankingspitze nach Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen setzt sich jedoch ein Telekommunikationsportal.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Studie Vergleichsportal-Marketing Telekommunikation 2015“ von *research tools* untersucht auf 106 Seiten die Auftritte von 129 Telekommunikationsanbietern auf 87 Vergleichsportalen. Neben einer produktübergreifenden Analyse der Präsenz der Telekommunikationsanbieter in den Vergleichsportalen wird die Vermarktung von neun Produktkategorien mit verschiedenen Kennzahlen und Indizes untersucht. Eine Analyse der Listungen zu Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen ergeben ein Ranking der Vergleichsportale für Telekommunikation.

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