

+++ Blau +++ Congstar +++ Fonice +++ MTV Mobile +++ Otelu +++ RedBull Mobile ++
+ Simyo +++ Tchibo +++ Telering +++ Yourfone +++ Blau +++ Congstar +++ Fonice ++

Studiensteckbrief
E-Shop-Analyse
Mobilfunk-Discounter 2014

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Dezember 2014

Information zur Studie

Key facts (Auswahl):

- Die E-Shops der Mobilfunkdiscounter strukturieren ihr Sortiment in sehr unterschiedlichen Warengruppen.
- Der Sortimentsumfang der zehn untersuchten Mobilfunk-Online-Shops reicht von 30 bis hin zu über 1.700 Einzelprodukten.
- Hinsichtlich des Markenportfolios zeigen sich bei einzelnen E-Shops mit Anteilen zwischen 20% und annähernd 90% der untersuchten Standard-Marken erhebliche Sortimentslücken.
- Keiner der E-Shops bietet offensichtliche Rabatte an. Auch andere finanzielle Anreize wie Freundschaftsprämien, Treueboni oder Gewinnspiele werden selten geboten.
- Eine Differenzierung erfolgt über den Produktpreis. Auffällig dabei sind deutliche prozentuale Preisunterschiede zwischen den einzelnen E-Shops.
- Der Bereich Serviceorientierung zeigt, dass verlängerte Hotline-Zeiten, Beratung am Wochenende oder mobile Angebote nicht überall offeriert werden.
- Die Zahlungsmöglichkeiten differieren stark. Gastbestellungen sind nur bei einem E-Shop möglich. Im Kundenservice werden teilweise Kündigungswecker, Testberichte oder Aufladefinder angeboten.

Information zur Studie

Sie möchten wissen:

- wie gut unterstützen die E-Shops der Mobilfunk-Discounter die Orientierung der Kunden?
- wie ist das Sortiment der E-Shops im Wettbewerbsvergleich strukturiert?
- welche Warengruppen zeichnen einzelne E-Shops aus?
- wie sind die E-Shops im Wettbewerbsumfeld preislich ausgerichtet?
- wie serviceorientiert sind die E-Shops aufgebaut?
- wie wirken sich die Stärken und Schwächen der E-Shops auf die Performance aus?
- wo positionieren sich die E-Shops im Wettbewerbsumfeld?

Forschungsdesign:

Die vorliegende Studie basiert auf Daten, die im Zeitraum September bis Dezember 2014 von research tools auf den einzelnen Seiten der E-Shops von zehn Mobilfunk-Discountern **Blau, Congstar, Fonice, MTV Mobile, Otelo, RedBull Mobile, Simyo, Tchibo, Teling** und **Yourfone** untersucht wurden. Die Online-Shops wurden im Hinblick auf Orientierung, Produktsortiment, Konditionen und Service analysiert und bewertet. Es wurden stichprobenartig Produkte ausgewählt um Preisvergleiche durchzuführen. Um die Ergebnisse vergleichbar zu gestalten, wurden die Stärken und Schwächen der einzelnen Shops zusammengefasst. Mit Hilfe eines Scoringsystems wurde darüber hinaus ein Ranking der untersuchten Anbieter vorgenommen.

Die 141 Seiten umfassende Studie ist für 2.400 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer erhältlich und wird als PDF- und PowerPoint-Datei per CD zur Verfügung gestellt.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	8
➤ Orientierung	10
▪ USP	13
▪ Shopstruktur	15
▪ Navigation – Features	27
▪ Navigation – Suchfunktion	28
▪ Shopdesign	38
▪ Gütesiegel & Testergebnisse	42
▪ Datenschutz	44
▪ Besonderheiten	45
➤ Produkte	46
▪ Sortiment	49
▪ Warengruppen	52
▪ Standard-Marken	65
▪ branchenfremde Warengruppen	68
▪ Angebote	69
▪ Besonderheiten	70

Inhaltsverzeichnis

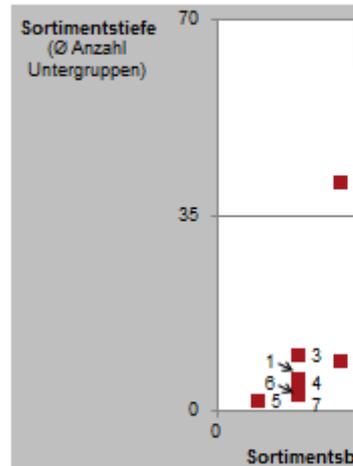
➤ Konditionen	71
▪ Preisvergleiche Standardsortiment	74
▪ Durchschnittliche Rabattierung	88
▪ Bezahlkonditionen	89
▪ Versandkosten	90
▪ Ermäßigungen	92
▪ Besonderheiten	93
➤ Service	94
▪ Beratung	98
▪ Kundenservice - Features	99
▪ Ländershops	102
▪ Registrierungsangaben	104
▪ Kontaktmöglichkeiten	107
▪ Zahlungsmöglichkeiten	108
▪ Lieferservice	110
▪ Besonderheiten	111
➤ Stärken und Schwächen	112
➤ Ranking	119
➤ E-Shop Similarity	133
➤ Kontakt	140



Beispielseiten (1)

Orientierung Shopstruktur

Positionierung der Anbieter anhand der Sortimentstiefe und -breite



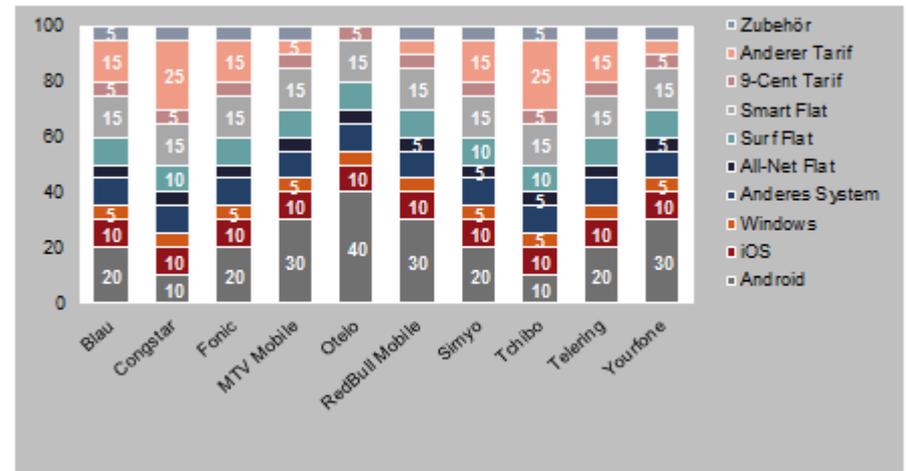
Produkte Standard-Marken

Standard-Marken im Sortiment

E-Shop	10	1
Blau	X	-
Congstar	-)
Fonic	X	-
MTV Mobile	-)
Otelo	X	-
RedBull Mobile	-)
Simyo	X	-
Tchibo	-)
Teling	X	-
Yourfone	-)

Produkte Warengruppen

Verteilung der Artikel auf die Standard-Warengruppen (Angaben in %)



Welche Schwerpunkte hinsichtlich der Warengruppen setzen die E-Shops?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools

Welche Sortimentspolitik verfolgen die Anbieter?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

E-Shop-Analyse
Mobilfunk 2014

Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (2)

Konditionen

Preisvergleiche Standardsortiment

Preisvergleich – 8.9-Cent Tarif

E-Shop	9-Cent Tarif inkl. 100MB**
Blau	X,90
Congstar	-
Fonic	-
MTV Mobile	-
Otelo	-
RedBull Mobile	-
Simyo	-
Tchibo	X,00
Telering	-
Yourfone	-

*monatliche Kosten **D...men



Welche E-Shops schneiden bei Preisvergleichen am besten ab?

Service

Registrierungsangaben

Registrierungsangaben (3)

E-Shop	Ausweisnummer
Blau	X
Congstar	X
Fonic	X
MTV Mobile	-
Otelo	X
RedBull Mobile	X
Simyo	X
Tchibo	-
Telering	X
Yourfone	X

*Optional

In welchen Servicebereichen zeigt sich Potenzial zum Ausbau des Kundenservice?

Service

Beratung

Hotline

E-Shop	Mo.-Fr.	Sa.	So. und Feiertage	Betriebszeit h/Woche	Hotline-Gebühren/Min. (Festnetz)
Blau	10 - 18	-	-	40,0	0,14
Congstar	8 - 20	10 - 20	10 - 18	78,0	0,20
Fonic	10 - 16	-	-	20,0	0,20
MTV Mobile	7 - 23	10 - 18	10 - 18	96,0	0,49*
Otelo	k.A.	k.A.	k.A.	-	-**
RedBull Mobile	k.A.	k.A.	k.A.	-	k.A.
Simyo	8 - 20	10 - 18	-	68,0	kostenlos
Tchibo	8 - 20	8 - 20	8 - 20	84,0	0,14
Telering***	10 - 17:30	10 - 17:30	-	45,0	1,36
Yourfone	8 - 21	10 - 18	10 - 18	83,0	0,20****

*je Anruf; **Preis variiert je nach Anbieter; ***technischer Support; ****je Anruf oder 0,99€ aus dem Yourfone Netz



E-Shop-Analyse
Mobilfunk 2014

Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (3)

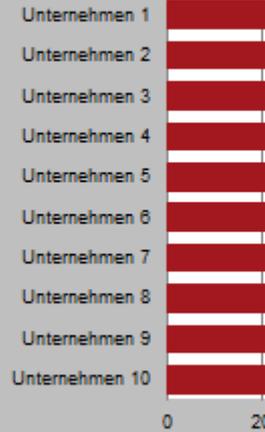
Stärken und Schwächen

Stärken und Schwächen der Anbieter

E-Shop	Stärken
E-Shop X	<ul style="list-style-type: none"> + Versand per + kostenloser + einfache Re + schneller Ve
E-Shop Y	<ul style="list-style-type: none"> + Platz 4 im F + Hotline Betr + Hotline sam + erreichbar + einfache Re + viele Kontal + Akzeptanz :

Ranking

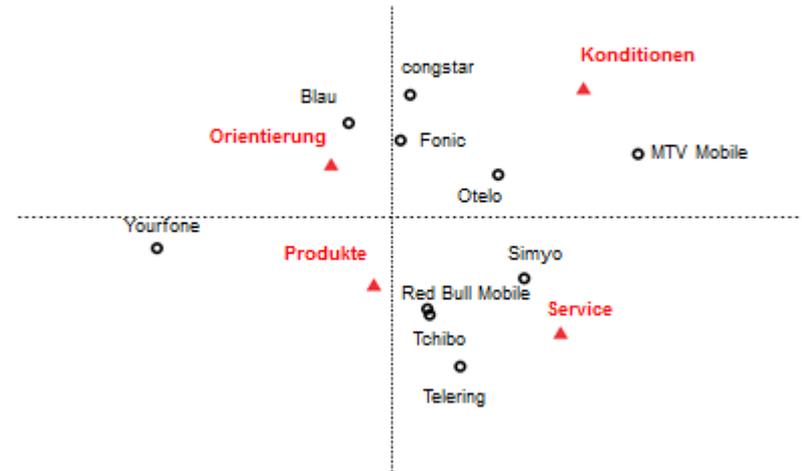
Gesamtranking (Angaben in % der ...)



Welche Positionierung weisen die zehn E-Shops auf?

E-Shop-Similarity

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Welche Stärken und Schwächen offenbaren sich im Unternehmensvergleich?

Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Bestellformular

FAX: +49 (0)711 - 55090384

Auftragnehmer:

research tools

Herrn Dipl.-Kfm. Uwe Matzner, Marktforscher BVM

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 2.400 EUR zzgl. MwSt die
E-Shop-Analyse Mobilfunk-Discounter 2014.

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Unterschrift:

Datum/ Ort:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief E-Shop-Analyse
Mobilfunk-Discounter 2014

Kontakt

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer, Diplom-Kaufmann
Marktforscher BVM
Tel. +49 711 55090381, Fax +49 711 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

Weitere Studien zur Mobilfunkbranche:

- Studie Mobilfunk-Zielgruppe Nutzer kostenpflichtiger Apps 2014 (September 2014)
- Studie Mobilfunk-Zielgruppe DINKS 2014 (Juli 2014)
- Werbemarktanalyse Telekommunikation 2014 (Juli 2014)
- Studie Mobilfunk-Zielgruppe Männliche Prepaidkunden 2014 (Januar 2014)
- Studie Unternehmensprofile Mobilfunk 2013 (November 2013)
- Studie Mobilfunk-Zielgruppe Direktanbieterkunden 2013 (Juli 2013)