



Studiensteckbrief

Studie Vergleichsportal- Marketing Fotografie 2015

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar, research-tools.net

Januar 2015



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Vergleichsportal-
Marketing Fotografie 2015

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- 101 Kamerahersteller bewerben auf 72 untersuchten Vergleichsportalen ihre Kameras. In der Studie unterscheiden wir die zehn Produktkategorien Bridgekamera, Camcorder, Digitalkamera, Einwegkamera, Kompaktkamera, Sofortbildkamera, Spiegelreflexkamera, Sucherkamera, Systemkamera und Unterwasserkamera.
- Innerhalb der Top 20 Kamerahersteller sind im Portalmarketing nur wenige spezialisierte Anbieter vorhanden. Die Mehrzahl ist in mehreren Produktmärkten präsent.
- Es zeigen sich deutliche Unterschiede der Präsenz in verschiedenen Produktkategorien. Über die Hälfte der Hersteller sind im Camcordervergleich der Portale vertreten. Eine Kompaktkamera bieten nur etwa ein Viertel der 101 Kamerahersteller an.
- Unter den wichtigsten 20 Vergleichsportalen für Fotokameras und Camcorder finden sich vor allem Allroundportale. Das bestplatzierte Fotografieportal belegt Rang 13 im Portalranking.

Informationen zur Studie

Sie möchten wissen:

- welche Kamerahersteller in den zahlreichen Online-Vergleichsportalen präsent sind und welche Platzierung sie dort einnehmen?
- welche Produktgruppen im Bereich Fotografie auf den Online-Vergleichsportalen im Vordergrund stehen?
- welche Sonderplatzierungen von Kameras auf den Vergleichsportalen vorgenommen werden?
- welche Kamerahersteller zu den Top 20 im Vergleichportalmarketing gehören und wo sie ihre Schwerpunkte setzen?
- welche Bedeutung die zehn untersuchten Produktkategorien bei den Top 20 Kameraherstellern aufweisen?
- welches die Top 10 Kamerahersteller innerhalb der einzelnen Produktkategorien sind?
- welche Vergleichsportale in welchen Produktkategorien bedeutsam sind?
- welchen Rang (Indikator für Traffic im Portal) jedes der Vergleichsportale im Portalranking einnimmt?

Informationen zur Studie

Forschungsdesign:

Untersucht wurde die Präsenz und Platzierung von Fotokameras und Camcordern auf deutschen Online-Vergleichsportalen. Die Datenbasis bilden eigene Erhebungen in Vergleichsportalen und deren Präsenz in Online-Suchmaschinen. Insgesamt wurden 72 Portale und die dort vertretenen 101 Kamerahersteller analysiert. Ergebnisse liegen teilweise differenziert für zehn Produktkategorien vor: Bridgekamera, Camcorder, Digitalkamera, Einwegkamera, Kompaktkamera, Sofortbildkamera, Spiegelreflexkamera, Sucherkamera, Systemkamera und Unterwasserkamera.

Die 125 Seiten umfassende Studie ist für 4.800 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer erhältlich und wird als PDF- und PowerPoint-Datei per CD zur Verfügung gestellt.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Präsenz der Kamerahersteller auf Vergleichsportalen	15
▪ Kennzahlen der Portalpräsenz (alle Kamerahersteller)	19
▪ Indizes und Ränge der Portalpräsenz (alle Kamerahersteller)	36
▪ Sonderplatzierung der Kamerahersteller auf den Vergleichsportalen	47
▪ Nutzung der Top 20 Vergleichsportale (Top 20 Kamerahersteller)	49
▪ Kennzahlen der Portalpräsenz (Top 20 Kamerahersteller)	51
▪ Indizes und Ränge der Portalpräsenz (Top 20 Kamerahersteller)	53
▪ Anzahl der genutzten Portale nach Produktkategorie (Top 20 Kamerahersteller)	55
▪ Produktschwerpunkte (Top 20 Kamerahersteller)	59
▪ Kennzahlen der Portalpräsenz (Top 50 Kameras)	61
▪ Indizes und Ränge der Portalpräsenz (Top 50 Kameras)	67

Inhaltsverzeichnis

➤ Produktkategorie	75
▪ Anteil der gelisteten Kamerahersteller an allen Kameraherstellern in den Produktkategorien	78
▪ Anteil der gelisteten Top 20 Kamerahersteller in den Produktkategorien	80
▪ Anteil der Portale in den Produktkategorien	82
▪ Rankingumfang in den Produktkategorien	83
▪ Top 10 Kamerahersteller in den Produktkategorien	93
➤ Vergleichsportale	103
▪ Portalart	106
▪ Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen der Vergleichsportale nach Produktkategorie (alle Portale)	109
▪ Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen der Vergleichsportale nach Produktkategorie (Top 20 Portale)	117
▪ Anzahl der gelisteten Kamerahersteller in den Portalen nach Produktkategorie (Top 20 Portale)	120
▪ Abschlussmöglichkeiten der Portale (Top 20 Portale)	122
➤ Kontakt	124

Beispielseiten (1)

Präsenz der Hersteller auf Vergleichsportalen

Kennzahlen der Portalpräsenz (alle Kameras)

Kennzahlen der Vergleichsportalspräsenz (6/141)

Kameras	Anzahl d. Portale	Anzahl Listung
Xook	2	4
XUID	4	4
Xaphy	5	16
Xolor	5	9
Xnon	1	1
Xion	9	13
Xand	2	2
Xlta	1	2
Xnox		6
XOC		1

* dominierende Produkte / Portal/Markt

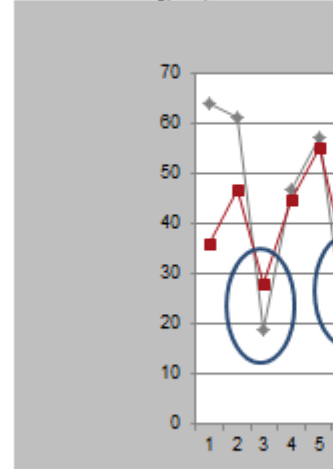


Wo setzen die Top 20 Hersteller ihre Produktschwerpunkte?

Präsenz der Hersteller auf Vergleichsportalen

Anzahl der genutzten Portale nach Rang (Top 20 Kameras)

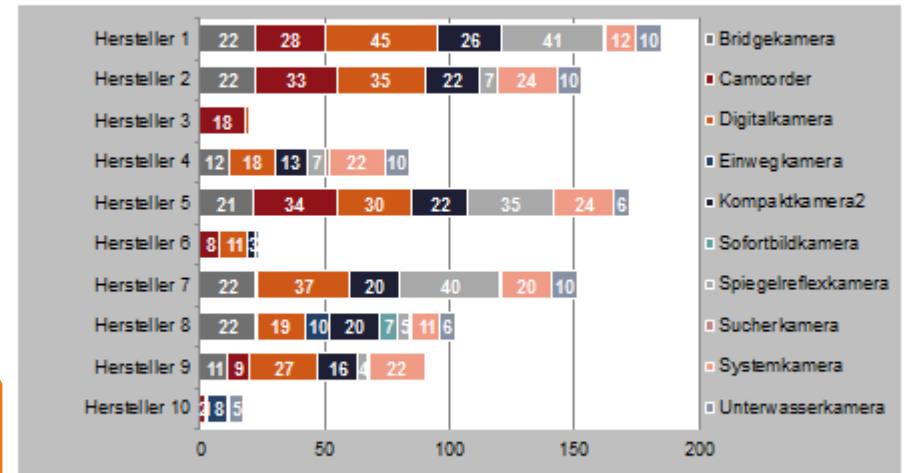
Anzahl der genutzten Portale und Rang Erstplatzierung nach Gesamtrang (Angaben in absoluten Werten bzw. Rangplatz)



Präsenz der Hersteller auf Vergleichsportalen

Anzahl der genutzten Portale nach Produktkategorie (Top 20 Hersteller)

Anzahl der genutzten Portale* nach Produktkategorie (1/2) (Angaben in absoluten Werten)



* die Summe der genutzten Portale ergibt die Anzahl der Listungen



Studie Vergleichsportale-
Marketing Fotografie 2015

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

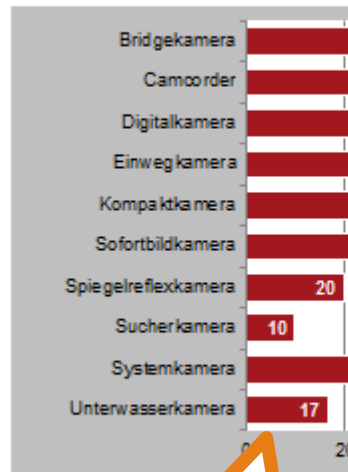
Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (2)

Produktkategorien

Anteil der Portale nach Produktkategorie

Anteil der Portale nach Produktkategorie (Anteile in Prozent)



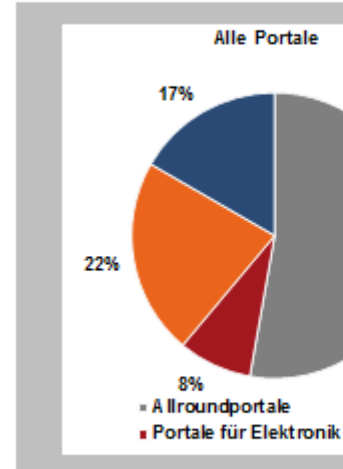
Lesebeispiel: 28% aller 72 Vergleichsportale



Vergleichsportale

Portalart

Portalart: Alle Portale und Top 20 Portalarten



Wer ist der führende Hersteller in der Produktkategorie Unterwasserkamera?

Produktkategorien

Top 10 Kameras in den Produktkategorien

Unterwasserkamera (10/10)

Kamera	Anzahl der Portale	Anzahl der Listungen	Ø Erstplatzierung	Anzahl Platz 1	Anzahl Top 3	Anzahl Top 10	Rang
Xpus	X0	X27	X,5	X3	7	X8	X
Xnic	X0	X18	X,0	X3	5	X3	X
Xkon	X0	X19	X,4	X1	6	X3	X
Xnon	X0	X13	X,9	X2	5	X0	X
Xdak	X5	X8	X,5	X1	4	X8	X
Xtax	X4	X8	X,0	X1	3	X8	X
Xpix	X2	X9	X,5	X1	2	X8	X
Xony	X6	X8	X,8	X0	1	X5	X
Xlei	X5	X7	X,8	X0	1	X4	X
Xilm	X6	X12	X,2	X0	0	X5	X
Xife	X2	X3	X,0	X0	1	X2	X

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



Studie Vergleichsportale Marketing Fotografie 2015

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 4.800 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Vergleichsportal-Marketing Fotografie 2015.

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Unterschrift:

Datum/Ort:

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 Vergleichsportal-Marketing- und Fotomarkt-Studien:

- Studie Fotomarkt-Zielgruppe Junge Erwachsene 2014 (Oktober 2014)
- Studie Vergleichsportal-Marketing Energie 2014 (September 2014)
- Studie Vergleichsportal-Marketing Versicherungen 2014 (Januar 2014)
- Studie Vergleichsportal-Marketing Banken 2013 (März 2013)