



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Filterkaffeemaschinenhersteller üben mediale Askese



Esslingen am Neckar, 06. November 2014 – Im reichhaltigen Produktangebot der Filterkaffeemaschinenhersteller bleiben aufgrund zahlreicher Produktfeatures keine Kundenwünsche offen. Laut der „Marketing-Mix-Analyse Filterkaffeemaschinen 2014“ verzichten dennoch zehn bedeutende Filterkaffeemaschinenhersteller völlig auf die entsprechende mediale Produktwerbung.

In zwei von drei deutschen Haushalten steht eine Filterkaffeemaschine. Die Hersteller versorgen den Markt mit einem üppigen Produktangebot, in dem der Kunde sich zwischen zahlreichen Produktfeatures entscheiden kann. Dennoch gleicht der Markt medial einem Nebenschauplatz, denn alle zehn Hersteller für Filterkaffeemaschinen verzichten völlig auf mediale Produktwerbung. Die „Marketing-Mix-Analyse Filterkaffeemaschinen 2014“ untersucht und analysiert die Marketinganstrengungen der zehn untersuchten Marken Bosch, Braun, Kenwood, Krups, Melitta, Philips, Russell Hobbs, Severin, Siemens, WMF in den vier Marketing-Mix-Bereichen Product, Price, Place, Promotion.

Die Anzahl der angebotenen Filterkaffeemaschinen variiert bei den zehn Herstellern stark. Zwischen sechs und 33 Produkte werden angeboten, mehrheitlich sind es Maschinen mit Glaskannen, Thermokannen befinden sich in der Minderzahl. Zahlreiche Produktfeatures zeigen deutliche Unterschiede in Ausstattung, Zubehör und Brühverfahren. Allein in der Brühtemperatur reicht das Leistungsvermögen der Geräte von 78 Grad bis 98 Grad.

Severin verfolgt eine Niedrigpreisstrategie und liegt mit drei Viertel seiner angebotenen Maschinen in der Preisklasse unter 40 Euro. Philips hingegen bietet die höchste Anzahl an Maschinen in der Preisklasse über 70 Euro an. Die Preisspanne zwischen billigster und teuerster angebotener Kaffeemaschine liegt laut den Homepages der Anbieter jeweils zwischen 70 und 145 Euro.

Die wichtigsten Vertriebswege für Filterkaffeemaschinen sind derzeit Elektro-Großmärkte und Fachhandel. Sechs der Anbieter verkaufen im Internet über einen eigenen Shop. Für den Internethandel ist eine gute Präsenz und Listung in Vergleichsportalen wichtig. Sieben der zehn untersuchten Marken sind in mindestens 70 Prozent der 34 untersuchten Vergleichsportale gelistet, überwiegend jedoch mit durchschnittlichen Erstplatzierungen jenseits der 20. Listung. Einen echten Vorteil generieren Philips und WMF, deren Filterkaffeemaschinen in jeweils acht Vergleichsportalen einen ersten Platz besetzen.

Trotz der hohen Verbreitung der Filterkaffeemaschine spielt die Vermarktung bei den untersuchten Herstellern eine untergeordnete Rolle. Wie schon im Vorjahr verzichteten alle zehn Hersteller auf produktspezifische mediale Werbeausgaben. Vollautomaten und Espresso-maschinen hingegen waren mit mehr als fünf Millionen Euro deutlich stärker im Fokus der Werbemacher.

Die zehn Unternehmen setzen unterschiedliche Schwerpunkte innerhalb ihres Marketing-Mix. Von den vier marketingpolitischen Säulen setzen Braun, Kenwood und WMF einen Schwerpunkt in der Distribution. Russell Hobbs und Siemens fokussieren auf die Maßnahmenbereiche Produkt und Konditionen.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die "Marketing-Mix-Analyse Filterkaffeemaschinen 2014" von *research tools* gibt auf 370 Seiten Einblick in das Marketingverhalten der zehn berücksichtigten Filterkaffeemaschinenmarken Bosch, Braun, Kenwood, Krups, Melitta, Philips, Russell Hobbs, Severin, Siemens, WMF. Analysiert wurden die vier Marketing-Ps Product, Price, Place, Promotion. Stärken-Schwächen-Analyse und Marketing-Ranking führen sämtliche Ergebnisse zusammen und eine statistische Marketing-Similarity-Analyse visualisiert die Ergebnisse.

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