

++ Avis +++ Buchbinder +++ Caro +++ Dollar +++ Enterprise +++ Europcar +++ Hertz +++ Sixt +++ Starcar ++
+ Sunny Cars +++ Avis +++ Buchbinder +++ Caro +++ Dollar +++ Enterprise +++ Europcar +++Hertz +++ Sixt

Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse SUV-Mietwagen 2015

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Februar 2015

powered by:



©Riccardo Piccinini / 123RF.COM

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Die Portfolios der Autovermieter umfassen zwischen einem und neun zur Verfügung gestellten SUV-Modellen. Profilierung findet im Bereich Produkt ferner über zusätzliche Extras wie beispielsweise erweiterte Ausstattung der Kraftfahrzeuge oder Ergänzungen bei Vertragsbestandteilen statt.
- Die Preise für SUV-Anmietungen divergieren deutlich und betragen z.B. für eine eintägige Anmietung in Berlin je nach Anbieter und Fahrzeugmodell zwischen 99 und 365 Euro. Die Anbieter wurden mittels zehn typischer Kundenprofile miteinander verglichen.
- Die Listung in 40 untersuchten Vergleichsportalen ergibt für den präsentesten Anbieter eine Listung in 65 Prozent der Portale. Hinsichtlich Platzierung liefert ein Anbieter mit einem Median von 1,0 ein überragendes Ergebnis.
- Die Antwortqualität vieler Anbieter ist sowohl bei Telefonanfragen als auch bei Mailanfragen nicht durchgehend zufriedenstellend und offenbart deutliches Verbesserungspotenzial.
- Im Untersuchungszeitraum wurden für das Segment SUV-Mietwagen insgesamt bescheidene 186.000 Euro für mediale Werbung ausgegeben. Der Großteil der Investitionen entfällt auf drei der Anbieter.
- Nur vier Anbieter präsentieren SUV-relevante Beiträge in Social Media, sogar nur ein Anbieter nutzt die Plattform YouTube. Zwei der Anbieter kommunizieren unique Vorteilsargumente.

Informationen zur Studie

Sie möchten wissen, worin sich die Sortimente der zehn untersuchten Anbieter unterscheiden, auf welchen Wegen diese ihre Leistungen anbieten, welche Konditionenunterschiede bestehen, mit welchen Slogans in der Werbung argumentiert wird, welche finanziellen Mittel für mediale Kommunikation ausgegeben werden, wie die Anbieter auf Telefon- und E-Mail-Anfragen reagieren, wie gut sie in Vergleichsportalen und Suchmaschinen sowie in Social-Media-Kanälen positioniert sind?

Die Marktstudie analysiert das **Marketingverhalten** der berücksichtigten Anbieter in Bezug auf die 4Ps des Marketing: Product, Price, Place, Promotion. Diese Studie richtet sich an Marketing- und Vertriebsverantwortliche, Produktmanager, Unternehmensentwickler und andere Entscheider in der Mietwagenbranche. Die vorliegenden Marktinformationen sind die Grundlage für eine klare Positionierung und adäquate Reaktionen auf Marketingmaßnahmen der Wettbewerber. In der Studie wird der SUV-Mietwagenmarkt aus Sicht der Anbieter analysiert.

Forschungsdesign: Die Studie basiert auf Marktinformationen aus eigenen Analysen, Online-Datenbanken und Mystery Research. Hier sind insbesondere die kostenpflichtigen Daten von Ebiquity (Werbespendings, Werbemotive) zu nennen. Die Studie ist im Februar 2015 erschienen.

Untersucht werden **zehn Mietwagenanbieter** hinsichtlich ihres Marketingverhaltens bezogen auf SUV-Mietwagen. Es handelt sich dabei um **Avis, Buchbinder, Caro, Dollar, Enterprise, Europcar, Hertz, Sixt, Starcar** und **Sunny Cars**.

Informationen zur Studie

Die **Marketing-Mix-Analyse SUV-Mietwagen 2015** wird als PDF- und PowerPoint-Datei angeboten, um eine unmittelbare Nutzung im Unternehmen, zum Beispiel für interne Präsentationen zu ermöglichen.

Die Studie enthält unter anderem folgende **Besonderheiten & Features**:

- Werbespendings und Motive, differenziert nach Mediengattungen, vom Werbebeobachter **Ebiquity**
- Auswertung von Telefonanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Auswertung von Onlineanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Produktportfolio-Vergleich
- Konditionenvergleich
- Homepage-Analysen
- Analyse der Positionierungen in Vergleichsportalen und Suchmaschinen
- Präsenz der Anbieter in Social Media Kanälen
- Konsistenzanalyse und Alleinstellungsmerkmale bei Vorteilsargumenten und Werbemotiven
- Marketing-Mix-Ranking auf Basis aller erfassten Marketingmaßnahmen
- Statistische Marketing-Similarity Analyse mit grafischer Positionierung der Anbieter

Die 377 Seiten umfassende Studie kostet 3.400 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	6
➤ Forschungsdesign	17
➤ Produkt	20
▪ Produktportfolio	26
▪ Eigenschaften der SUVs und Anmietvoraussetzungen	36
▪ Extras	46
▪ Vertragsbestandteile	48
▪ Mietbedingungen	54
▪ Zusätzliche Leistungs- und Serviceangebote	64
▪ Auszeichnungen	66
▪ Weitere Produktmaßnahmen	68
▪ Alleinstellungsmerkmale	73
➤ Konditionen	75
▪ Preisspanne	80
▪ Profilabhängige Konditionen	81
▪ Kautionen	108
▪ Gebühren im Umfeld einer Anmietung	110

Inhaltsverzeichnis

▪ Servicegebühren	114
▪ Zusätzliche Gebühren	116
▪ Weitere Konditionenmaßnahmen	125
▪ Alleinstellungsmerkmale	130
➤ Distribution	132
▪ Vertriebswege	140
▪ Stationsnetz	141
▪ Verfügbarkeit	143
▪ Freundschaftswerbung, Loyalitätsprogramme, Vertriebspartner	144
▪ Homepage	148
▪ Apps	157
▪ Hotline	159
▪ Präsenz in Vergleichsportalen	161
▪ Beratungs- und Verkaufsprozess bei Telefonanfragen	168
▪ Beratungs- und Verkaufsprozess bei Onlineanfragen	176
▪ Weitere Distributionsmaßnahmen	186
▪ Alleinstellungsmerkmale	191

Inhaltsverzeichnis

➤ Kommunikation	193
▪ Homepage	204
▪ Flyer und Prospekte	209
▪ Kundenmedien	215
▪ Werbeaufwendungen	216
▪ Werbemotive	224
▪ Präsenz in Suchmaschinen	233
▪ Bookmark-Services	241
▪ Präsenz in Social Media	242
▪ Pressemitteilungen	271
▪ Presseresonanz	278
▪ Presseeffizienz	281
▪ USP Analyse	282
▪ Motivanalyse	297
▪ Weitere Kommunikationsmaßnahmen	309
▪ Alleinstellungsmerkmale	314
▪ Stärken und Schwächen der Mietwagenanbieter	316



Inhaltsverzeichnis

➤ Marketingranking	327
▪ Produkt	331
▪ Konditionen	338
▪ Distribution	344
▪ Kommunikation	353
▪ Übersicht Marketing-Mix	363
▪ Marketing-Mix gesamt	364
➤ Marketing-Similarity	366
➤ Quellenverzeichnis	374
➤ Kontakt	376

Beispielseiten (1)

Produkt Extras

Optionale Ausstattungselemente und weitere Extras

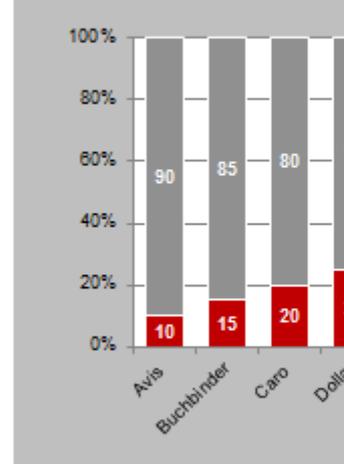
Anbieter	1	2	3
Avis	x	x	x
Buchbinder	x	x	x
Caro	x	x	x
Dollar	x	x	x
Enterprise			
Europcar	x	x	x
Hertz	x	x	x
Sixt	x	x	x
Starcar	x		
Sunny Cars	x		x

Quelle: Homepage der Mietwagenanbieter

Mit welchen optionalen Ausstattungselementen punkten die Anbieter?

Produkt Produktportfolio

Anteil von SUV-Modellen an allen angebotenen PKW-Modellen (Anteil in Prozent)

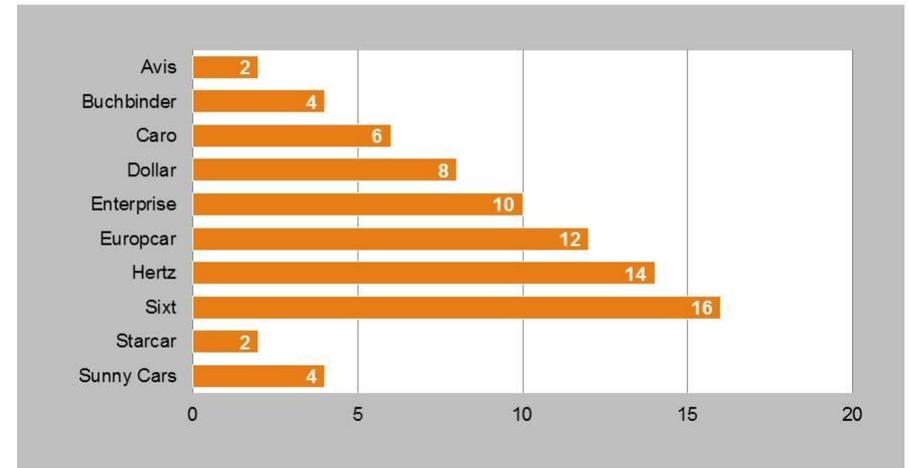


Wagenanbieter; Berechnung

Welche Anzahl an verschiedenen SUV-Modellen offerieren die Anbieter?

Produkt Portfolio

Anzahl der SUV-Modelle der Mietwagenanbieter



Quelle: research tools

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (2)

Konditionen

Profilabhängige Konditionen

Mietwagenpreise – Szenario 6 (Angaben in Euro)

Anbieter	12	13	14
Avis			
Buchbinder			
Caro			X2
Dollar			
Enterprise			
Europocar			
Hertz			
Sixt			X3
Starcar	X35	X45	
Sunny Cars			

Quelle: Homepage der Anbieter, Preise erste



Welcher SUV-Mietpreis ergibt sich in einem konkreten Szenario?

Konditionen

Zusätzliche Gebühren

Preise der optionalen Ausstattungsele

Anbieter	Einheit	1
Anbieter A	€ pro Tag	8
	max. €	80
Anbieter B	€ pro Tag*	18
	max. €*	238
Anbieter C	€ pro Tag	6
	max. €	150
Anbieter D	€ pro Tag	4
	max. €	
Anbieter E	€ pro Tag	8
	max. €	

Wagenanbieter, * gerundete

ols

Welche Listung und Präsenz zeigen die Anbieter in Vergleichsportalen?

Distribution

Präsenz in Vergleichsportalen

Erstplatzierung in Vergleichsportalen

Anbieter	Erstplatzierung														
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Avis	X4						XX								XX
Buchbinder		XX					X3								XX
Caro			XX				X2	XX						XX	
Dollar				XX			X5		XX			XX			
Enterprise					X2	XX	X1			XX	XX				
Europocar					XX	X3	X8			XX	XX				
Hertz				XX			XX		XX				XX		
Sixt			XX				XX	XX						XX	
Starcar		XX					XX								XX
Sunny Cars	XX						X8								XX

Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse
SUV-Mietwagen 2015

156

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (3)

Distribution

Beratungs- und Verkaufsprozess bei Onlineanfragen

Onlineanfragen

Anbieter	Eingangsbestätigung	(individuelle) Antworten
Anbieter V	0/5	5/5
Anbieter W	5/5	5/5
Anbieter X	0/5	3/5
Anbieter Y	0/5	5/5
Anbieter Z	0/5	5/5

Quelle: research tools



Distribution

Hotline

Hotline-Betriebszeiten

Anbieter	Hotline-Betriebszeiten
Anbieter K	Mo.-Fr. 8.00-21.00
Anbieter L	Mo.-So. 0.00-24.00
Anbieter M	Mo.-So. 0.00-24.00
Anbieter N	Mo.-So. 0.00-24.00
Anbieter O	Mo.-Fr. 7.30-18.00 Uhr

Quelle: Homepage der Mietwagenanbieter



Mit welchen Werbemotiven arbeiten die Anbieter?

Kommunikation

Werbemotive

Anbieter A – Internet

Quelle: Eloquity



Marketing-Mix-Analyse
SUV-Mietwagen 2015

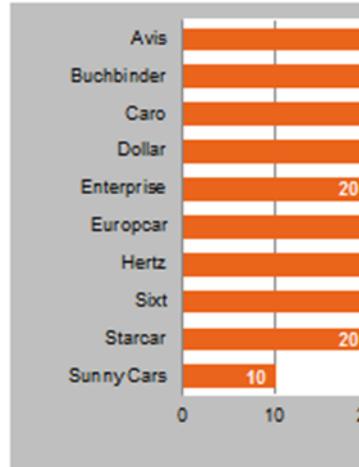
Welche Antwortqualität ergibt sich bei Onlineanfragen?

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (4)

Kommunikation Werbeaufwendungen

Werbeausgaben der Mietwagenanbieter für SUV-Mietwagen im Zeitraum Oktober 2013 bis September 2014 (Angaben in Tausend Euro)



Quelle: Ebiquity; Berechnungen durch research tools



Welche Werbeausgaben tätigen die Autovermieter?

Kommunikation

Aktive und passive Medienpräsenz: Verteilung des Impacts betreffend Facebook, Google+, Twitter und YouTube sowie Anteile bei Presse

Anbieter	Facebook	Google+
Avis	4,4	0,1
Buchbinder	X,0	0,1
Caro	X,0	0,1
Dollar	X,0	0,1
Enterprise	X,0	0,1
Europcar	X4,1	X,1
Hertz	X9,3	0,1
Sixt	X2,3	X,1
Starcar	X,0	0,1
Sunny Cars	X,0	0,1

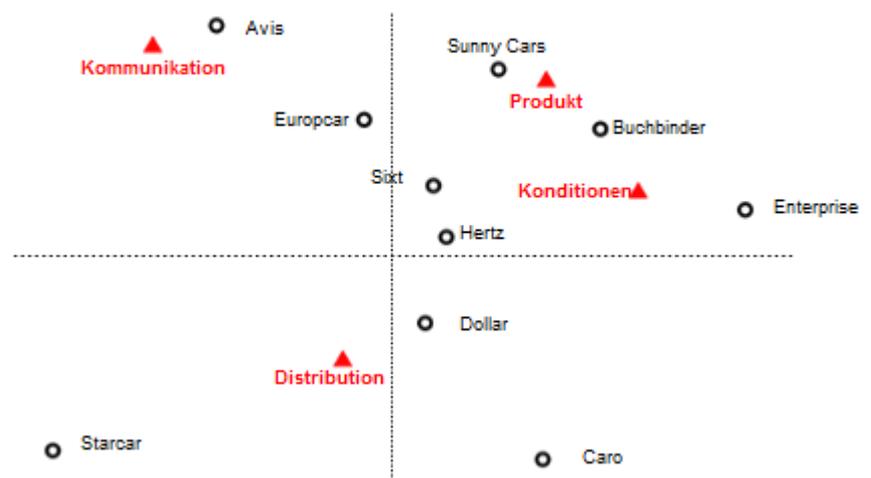
Quelle: research tools; * Pressemitteilungen ** Presse



Welche Anbieter ähneln sich hinsichtlich ihrer Fokussierung auf einzelne Marketingbereiche?

Marketing-Similarity

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Marketing-Mix-Analyse
SUV-Mietwagen 2015

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Bestellformular

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer:

research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar, Deutschland

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 3.400 EUR zzgl. MwSt. die
Marketing-Mix-Analyse SUV-Mietwagen 2015.

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Datum, Ort, Unterschrift:

Kontakt / Branchenerfahrung

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

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt zur Branche Automotive erschienen:

- E-Shop-Analyse Kfz-Teile 2015
- E-Shop-Analyse Reifen 2014
- Studie PKW-Zielgruppe herstellergeb. Werkstätten 2014
- Marketing-Mix-Analyse Autokredit 2014
- Studie Reifenmarkt-Zielgruppe Junge Erwachsene 2014
- Werbemarktanalyse Automotive-Umfeld 2014

Seit 2005 arbeitete research tools für mehr als 15 Automotive-Unternehmen. In dieser Branche sind seit Anfang 2013 elf Marktstudien erschienen. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen wurden bisher 33 Marktstudien veröffentlicht.