



Pressemitteilung

3D-Drucker: Hersteller mit Kommunikationsschwächen



5,3 Druckermodelle offerieren die Anbieter im Durchschnitt. Positionierung findet in der Branche vorwiegend über Produkt- und Konditionenmarketing statt. Der größte Teil der Anbieter besetzt die Preisklasse von 1.500 bis 2.000 Euro.

Esslingen am Neckar, 18. Juli 2018 – Die zehn untersuchten Hersteller offerieren in ihrem Produktportfolio zwischen einem und 19 unterschiedliche 3D-Drucker. Neben den quantitativen Unterschieden generieren die Anbieter Alleinstellungen bei den verwendeten Filamenten. Sie setzen neben dem durchgängig angebotenen Material PLA auf bis zu zehn weitere Filamentarten. Ferner gelingt Differenzierung durch angebotene Bausätze mit Preisvorteil, 3D-Drucker mit webfähigen Kameras oder durch Anleitungsvideos bzw. Schulungen im Bereich des Customersupport. Einsteigergeräte gibt es von drei Anbietern bereits für weniger als 500 Euro, weitere drei Anbieter bedienen das Premiumsegment mit Preisklassen ab 5.000 Euro aufwärts. Am häufigsten ist die mittlere Preisklasse von 1.500 bis 2.000 Euro besetzt.

Für die Produktpräsentation spielt die Website eine wichtige Rolle. Hier werden die Drucker prominent präsentiert, acht der zehn analysierten Anbieter veröffentlichen an dieser Stelle Produktpreise. Hinsichtlich der Präsenz in Vergleichsportalen schneiden preisgünstige Hersteller besser ab als hochpreisige. Die Antwortqualität des Kundendienstes liegt bei Telefonanfragen über alle Anbieter hinweg betrachtet deutlich höher als bei per E-Mail eingereichten Fragen. Die Servicecenter beantworten Kundenanfragen in der Regel gut und nur in wenigen Fällen liegen die durchschnittlichen Zeiten in der Warteschleife bei über zwei Minuten. Die Hotlines von zwei Anbietern sind rund um die Uhr erreichbar, die übrigen Unternehmen verfügen über eingeschränkte Betriebszeiten, meist nur von Montag bis Freitag.

Kommunikationsmaßnahmen setzen die Anbieter der Branche eher punktuell ein. Fünf Unternehmen kommunizieren in den Social Media produktrelevante Inhalte, ein Anbieter veröffentlicht Pressemitteilungen, nur ein Unternehmen setzt auf Suchmaschinenanzeigen. Mediale Werbung findet mit einem Jahresvolumen von unter 100.000 Euro marginal statt und beschränkt sich überwiegend auf Fachzeitschriften, um gezielt technikaffine Käuferschichten anzusprechen.

Über die Studie:

Die "Marketing-Mix-Analyse 3D-Drucker 2018" von *research tools* gibt auf 283 Seiten Einblick in das Marketingverhalten der zehn berücksichtigten Anbieter BQ, Dremel, FELIXprinters, Freesculpt, Leapfrog, Multec, Polaroid, Renkforce, Sharebot, XYZprinting. Analysiert wurden die vier Marketing-Ps Product, Price, Place, Promotion. Stärken-Schwächen-Analyse und Marketing-Ranking führen sämtliche Ergebnisse zusammen und eine statistische Marketing-Positionierung visualisiert die Ergebnisse.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/marketing-mix-analyse-3d-drucker-2018/>

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