



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Kaminofenhersteller kommunizieren auf Sparflamme



Hersteller von Kaminöfen präsentieren mit durchschnittlich 28,1 Kaminöfen eine breite Produktpalette. In der Kommunikation zeigt sich ein Großteil der Hersteller zurückhaltend. Neben schwacher Präsenz in Social Media fallen hintere Platzierungsränge bei der Suchergebnislistung auf.

Esslingen am Neckar, 18. August 2017 – Die Portfolios der zehn Hersteller umfassen zwischen 5 und 46 Kaminofen-Produkte. Bis zu 14 unterschiedliche Baumaterialien und 45 Farbnuancen offerieren die Hersteller. Der Kunde hat die Wahl unter zahlreichen technischen Features wie beispielsweise Heat Memory, Heat-Stopper, H2O-Wassertechnik oder App-Überwachung. Ein weiteres Ausstattungsmodul ist der ECOplus-Filter gegen Feinstaub für schonendes und effizientes Verbrennen. Die Preisspanne der Kaminöfen bewegt sich zwischen 230 und über 5.000 Euro. Vier Anbieter zeigen sich mit niedrigen Einstiegspreisen von unter 300 Euro preisorientiert.

Für die Hersteller spielt die Website zur Produktpräsentation eine wichtige Rolle. Alle zehn Hersteller präsentieren hier ihre Kaminöfen mit Fotos nebst Produktblatt-Download. Eine Herstellerpräsenz in 20 relevanten Vergleichsportalen ist nur teilweise vorhanden und drei Hersteller verzichten ganz darauf. Für Kundenanfragen ist eine telefonische Erreichbarkeit der Anbieter mit durchschnittlich 42,7 Wochenstunden zu den Kernzeiten gesichert. Bei insgesamt 50 Testanrufen beantworten deren Servicecenter im Durchschnitt jedoch nur drei der fünf gestellten Kundenfragen zufriedenstellend. Bei per Mail eingereichten Fragen liegt die Antwortqualität noch darunter.

Die mediale Werbung beläuft sich auf ein Volumen von nur 670.000 Euro innerhalb eines Jahres. Diverse Anbieter verzichten komplett auf klassische Werbung. In Suchmaschinen präsentiert sich Hark durch Suchanzeigen und vordere Platzierungsränge bei den organischen Suchergebnissen weit stärker als die Mitbewerber, während die anderen Anbieter zurückhaltend agieren. Potenzial zeigt sich zudem in weiteren Kommunikationsbereichen. So platzieren in Social Media lediglich drei Anbieter relevante Postings. Nur ein Unternehmen veröffentlicht innerhalb von zwölf Monaten Pressemitteilungen zum Thema.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die "Marketing-Mix-Analyse Kaminöfen 2017" von *research tools* gibt auf 298 Seiten Einblick in das Marketingverhalten der zehn berücksichtigten Anbieter Austroflam, Brunner, Ganz, Haas + Sohn, Hark, Justus, La Nordica, Olsberg, Rink, Wamsler. 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.

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