



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Thema Smart Home mit großer Social Media-Affinität



Die zehn analysierten Anbieter für intelligente Raum- und Gebäudesysteme bieten neben unterschiedlichen Einsteigerpaketen eine große Auswahl an Einzelkomponenten zur Erweiterung. Deutlich sichtbar sind die Fokussierungen der Anbieter auf Bereiche wie Energieeinsparung, Heizung oder Sicherheit. Die Branche zeigt sich sehr Social Media affin.

Esslingen am Neckar, 18. Januar 2017 – Auf dem Produktmarkt für Smart Home begegnen sich neben Spezialisten auch Energieunternehmen, Telekommunikationsdienstleister sowie allgemeine Gerätehersteller. Ein Großteil der Anbieter führt Einsteigerpakete, die mit unterschiedlichen Geräten als Set konzipiert sind. Die meisten Smart Home-Anbieter setzen zur Steuerung auf die Kombination App und zentrale Steuereinheit. Die größte Verbreitung haben Sicherheitspakete, die von sechs Anbietern geführt werden, auch Pakete aus den Bereichen Heizung und Energieeinsparung werden gerne angeboten.

Während mehrheitlich die Geräte mit einem einmaligen Kauf erworben werden, offerieren die Mobilfunkanbieter mobilcom-debitel und Telekom eine Vermietung mit monatlicher Gebühr. Konditionenvergleiche bei Steuerungseinheiten und Paketen sind aufgrund unterschiedlicher Zusammenstellungen nur bedingt aussagekräftig. Bei Einzelbestandteilen und Komponenten sind hingegen deutlich Preisunterschiede ausmachen. Acht der zehn Anbieter bieten in zwölf Produktkategorien mindestens einmal das jeweils günstigste Gerät. Die Anbieter eQ-3, Panasonic und die Stadtwerke Kassel offerieren häufiger günstige Geräte. Jung und Loxone wenden sich mit breiten Preisspannen an unterschiedliche Zielgruppen.

Wichtigster Vertriebsweg ist das Internet, acht Anbieter vertreiben ihre Produkte über einen eigenen Online-Shop. Kundenfreundlich zeigen sich die Servicecenter der Unternehmen bei Telefonanfragen mit einer durchschnittlichen Antwortqualität von 84 Prozent. Nur zwei Anbieter muten dem Anrufer dabei hohe Wartezeiten von durchschnittlich über zehn Minuten zu.

Im Mittelpunkt der Kommunikation stehen bei fast allen Anbietern die Social Media. Acht der zehn Unternehmen haben innerhalb von zwölf Monaten 833 Smart Home-relevante Postings sowie 44 Videos veröffentlicht. Bemerkenswert ist hier, dass mehr Unternehmen YouTube-Videos einsetzen als Facebook-Postings veröffentlichen. Obwohl das Thema Smart Home in aller Munde ist, setzen nur vier der zehn untersuchten Anbieter auf klassische Werbung; über die Hälfte der Werbeausgaben entfällt dabei auf die Telekom.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die "Marketing-Mix-Analyse Smart Home 2016" von *research tools* gibt auf 365 Seiten Einblick in das Marketingverhalten der zehn berücksichtigten Anbieter Bosch, devolo, eQ-3, Jung, Loxone, mobilcom-debitel, Panasonic, RWE, Stadtwerke Kassel, Telekom. 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