

+++ Adria +++ Carthago +++ Chausson +++ Dethleffs +++ Eura Mobil +++ Frankia +++ Hobby +++ Knaus +++
Laika +++ LMC +++ Adria +++ Carthago +++ Chausson +++ Dethleffs +++ Eura Mobil +++ Frankia +++ Hobby

Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse Reisemobile teilintegriert 2015

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2015

powered by:



Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Die Portfolios der zehn untersuchten Hersteller umfassen zwischen zwei und acht Baureihen. Dabei werden zwischen zehn und 33 unterschiedliche Modelle und Grundrisse angeboten.
- Der Grundpreis der untersuchten Reisemobile bewegt sich zwischen knapp 40.000 und etwa 96.000 Euro. Bei optionalen Extras sind jeweils ganz unterschiedliche Hersteller am günstigsten. Einsparmöglichkeiten bei zusätzlichen Einbauten werden in Form von Ausstattungspaketen geboten.
- Die Antwortqualität bei Onlineanfragen differiert sehr stark und liegt zwischen zehn und 80 Prozent. Ebenso zeigen sich enorme Unterschiede beim Telefonkontakt. Zwei Anbieter unterhalten keine deutsche Hotline.
- Über 400.000 Euro haben die Anbieter innerhalb eines Jahres für mediale Kommunikation aufgewendet. Es wurde ausschließlich in Printmedien, bevorzugt in Zeitschriften, geworben. Zwei Hersteller haben im Untersuchungszeitraum ganz auf mediale Werbung verzichtet.
- Relevante Postings in Social Media Kanälen tätigen vier Hersteller überwiegend in Facebook. Die Hälfte der Anbieter nutzt für das Thema teilintegrierte Reisemobile YouTube. Einen Blog oder ein Forum unterhält keiner der zehn Anbieter.

Informationen zur Studie

Wichtigste USPs:

Kern der Analyse ist das **Marketingverhalten** der zehn Anbieter

Analyseinhalte: **Product, Price, Place, Promotion**

ganzheitliche Wettbewerbsanalyse aus **Anbietersicht**

alle Informationen auf **358 PowerPoint-Seiten**

als **PDF-** und **PPT-Datei** kurzfristig verfügbar

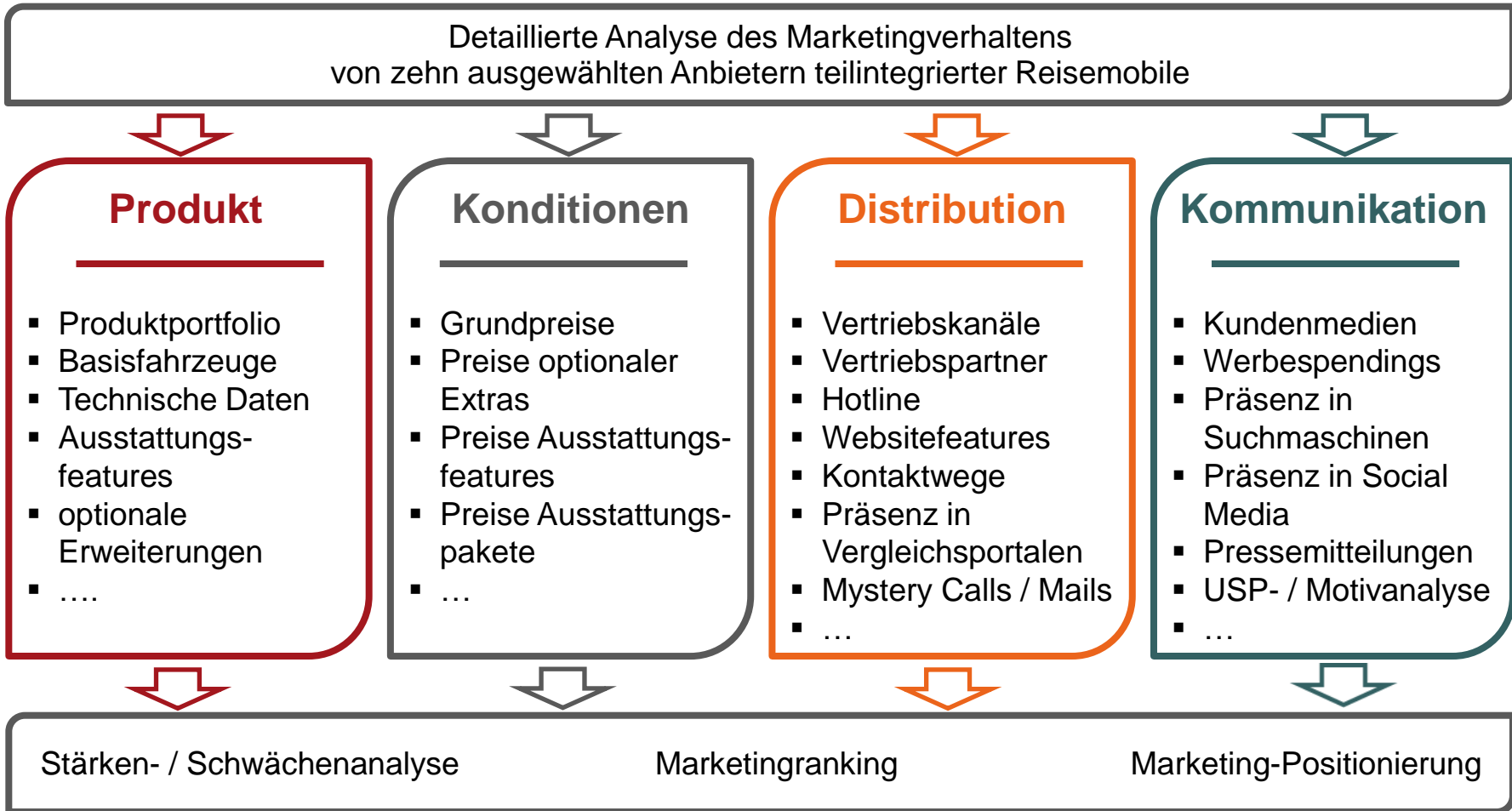
die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

Nutzen: Basis für klare Positionierung und adäquate Reaktionen auf Marketingmaßnahmen der Wettbewerber

Zehn Anbieter von teilintegrierten Reisemobilen

- Adria
- Carthago
- Chausson
- Dethleffs
- Eura Mobil
- Frankia
- Hobby
- Knaus
- Laika
- LMC

Informationen zur Studie



Informationen zur Studie

Die Studie enthält unter anderem folgende **Analysen**:

- Produktportfolio-Vergleich
- Vergleichsanalyse Produktfeatures
- Preisvergleiche zu Basis- und Featurepreisen
- Positionierung in Vergleichsportalen und Suchmaschinen
- Auswertung von Telefonanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Auswertung von Onlineanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Werbeausgaben/Motive, differenziert nach Mediengattungen, vom Werbebeobachter **AdVision digital**
- Präsenz der Anbieter in Social Media Kanälen
- Analyse von Konsistenz und Alleinstellung bei Vorteilsargumenten und Werbemotiven
- Marketing-Mix-Ranking auf Basis aller erfassten Marketingmaßnahmen
- statistische Marketing-Similarity Analyse

Die 358 Seiten umfassende Studie kostet 3.400 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer.

Forschungsdesign:

Die Studie basiert auf Marktinformationen aus eigenen Erhebungen, Online-Datenbanken, Mystery Research und verschiedensten Sekundärquellen. Hier sind insbesondere die kostenpflichtigen Daten von AdVision digital (Werbespendings, Werbemotive) zu nennen. Die Studie ist im Juli 2015 erschienen.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	6
➤ Forschungsdesign	16
➤ Produkt	19
▪ Anzahl Produkte	23
▪ Portfolio	25
▪ Basisfahrzeuge	27
▪ Technische Daten	29
▪ Ausstattungsfeatures	34
▪ Ausstattungsfeatures nach Preisklassen	45
▪ Ausstattungspakete	61
▪ Besonderheiten	68
▪ Weitere Produktmaßnahmen	70
▪ Alleinstellungsmerkmale	75
➤ Konditionen	77
▪ Preisspanne der Hersteller	81
▪ Grundpreisübersicht	82
▪ Preisvergleich optionaler Extras	97
▪ Preise Ausstattungspakete	105

Inhaltsverzeichnis

▪ Rabatte Ausstattungspakete	114
▪ Hotline	115
▪ Weitere Konditionenmaßnahmen	117
▪ Alleinstellungsmerkmale	122
➤ Distribution	124
▪ Vertriebswege	132
▪ Vertriebspartner	133
▪ Website	135
▪ Apps	140
▪ Kontaktmöglichkeiten	142
▪ Präsenz in Vergleichsportalen	148
▪ Servicecenter-Performance bei Telefonanfragen	150
▪ Servicecenter-Performance bei Onlineanfragen	155
▪ Weitere Distributionsmaßnahmen	167
▪ Alleinstellungsmerkmale	172
➤ Kommunikation	174
▪ Website	185
▪ Flyer und Prospekte	195

Inhaltsverzeichnis

▪ Kundenmedien	209
▪ Werbeaufwendungen	210
▪ Werbemotive	219
▪ Präsenz in Suchmaschinen	229
▪ Präsenz in Social Media	237
▪ Pressemitteilungen	254
▪ Presseresonanz	260
▪ Presseeffizienz	263
▪ USP Analyse	264
▪ Motivanalyse	279
▪ Weitere Kommunikationsmaßnahmen	291
▪ Alleinstellungsmerkmale	296
➤ Stärken und Schwächen der Anbieter	298
➤ Marketingranking	309
▪ Produkt	313
▪ Konditionen	319
▪ Distribution	325
▪ Kommunikation	334

Inhaltsverzeichnis

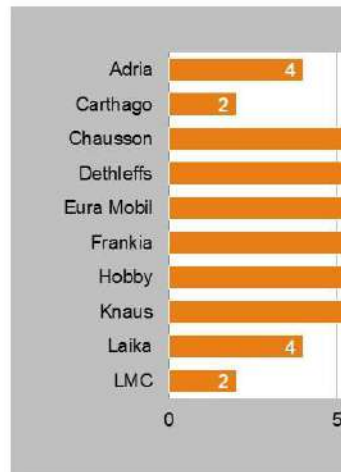
▪ Übersicht Marketing-Mix	344
▪ Marketing-Mix gesamt	345
➤ Marketing-Positionierung	347
➤ Quellenverzeichnis	355
➤ Kontakt	357

Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produkt
Anzahl Produkte

Anzahl der Baureihen



Quelle: research tools



Produkt
Ausstattungsfeatures

Ausstattungsfeatures Fahrgestell

Hersteller	1	2	3	4	5	6
Adria	x	(x)	(x)	(x)	x	(x)
Carthago	x	(x)	(x)	x	x	(x)
Chausson	(x)	(x)	(x)	(x)	(x)	(x)
Dethleffs	x	(x)	(x)	(x)	x	(x)
Eura Mobil	x	(x)	(x)	x	x	(x)
Frankia	(x)	(x)	(x)	(x)	(x)	(x)
Hobby	x	(x)	(x)	(x)	x	(x)
Knaus	x	(x)	(x)	x	x	(x)
Laika	(x)	(x)	(x)	(x)	(x)	(x)
LMC	(x)	(x)	(x)	(x)	(x)	(x)

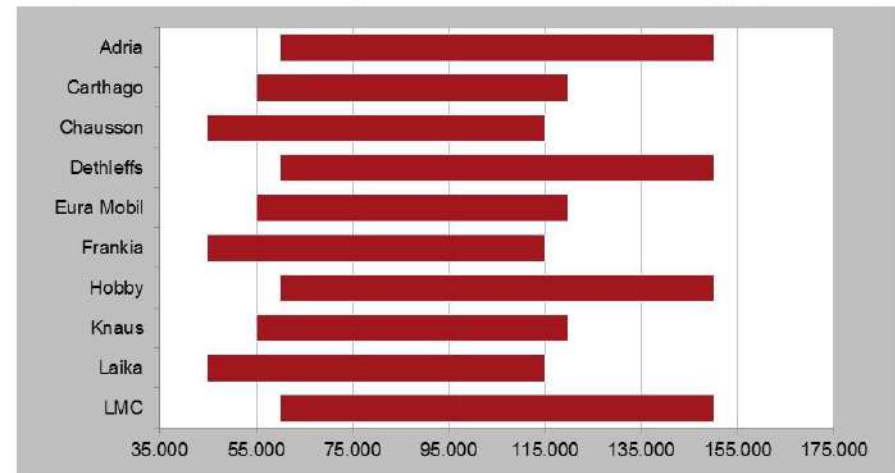
Quelle: Preislisten/techn. Datenblätter der Hersteller; x = in



Welche Preisklassen werden von den Herstellern bedient?

Produkt
Preisspanne der Hersteller

Preisspanne der Hersteller der teilintegrierten Reisemobile in Grundausführung (Angaben in Euro)



Quelle: Preislisten der Hersteller



Marketing-Mix-Analyse
Reisemobile teilintegriert 2015

Welches Produktportfolio offerieren die Anbieter?

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Konditionen

Preisvergleich optionaler Extras

Preisvergleich optionaler Extras außerhalb des Mietpreises

Hersteller	6	7
Adria	196	-
Carthago	151	175
Chausson	-	260
Dethleffs	196	-
Eura Mobil	151	175
Frankia	-	260
Hobby	196	-
Knaus	151	175
Laika	-	260
LMC	196	-

Quelle: Preislisten der Hersteller, * nur im Paket erhältlich



Distribution

Servicecenter-Performance bei Onlineanfragen

Onlineanfragen

Hersteller	Autoreply	individuelle Antworten
Adria	0/5	5/5
Carthago	1/5	4/5
Chausson	2/5	3/5
Dethleffs	3/5	2/5
Eura Mobil	4/5	1/5

erhältlich innerhalb der Zeitspanne 9-18 Uhr

Welche Anbieter profilieren sich durch gute Vergleichsportalspräsenz?

Distribution

Präsenz in Vergleichsportalen

Erstplatzierung in Vergleichsportalen

Hersteller	Erstplatzierung															
	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
Adria	13	3	2	22	1	7	2	6	10		6	2	13	3	2	22
Carthago	1	5		1	4		1	3	7		1	1	1	5		1
Chausson	13	3	2	22	1	7	2	6	10		6	2	13	3	2	22
Dethleffs	1	5		1	4		1	3	7		1	1	1	5		1
Eura Mobil	13	3	2	22	1	7	2	6	10		6	2	13	3	2	22
Frankia	13	3	2	22	1	7	2	6	10		6	2	13	3	2	22
Hobby	1	5		1	4		1	3	7		1	1	1	5		1
Knaus	13	3	2	22	1	7	2	6	10		6	2	13	3	2	22
Laika	1	5		1	4		1	3	7		1	1	1	5		1
LMC	13	3	2	22	1	7	2	6	10		6	2	13	3	2	22

Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse
Reisemobile teilintegriert 2015

Welche Anbieter überzeugen bei Kundenanfragen mit hoher Antwortqualität?

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation Präsenz in Suchmaschinen

Platzierungen in Suchmaschinen (Angabe der Platzierung in den Suchmaschinen)

Hersteller	bing		
	1	2	3
Adria		2	
Carthago			
Chausson			
Dethleffs		2	1
Eura Mobil		2	
Frankia			
Hobby	1		
Knaus			
Laika		2	1
LMC		2	

Quelle: research tools



Marktforschung
für Innovation und Rendite

Welche Präsenz zeigen die Anbieter in Suchmaschinen?

Kommunikation Presseeffizienz

Presseeffizienz
Berechnung: Anteil bei Presseartikeln mind.



Quelle: Deutsche Tageszeitungen, Publikumszeitschriften u

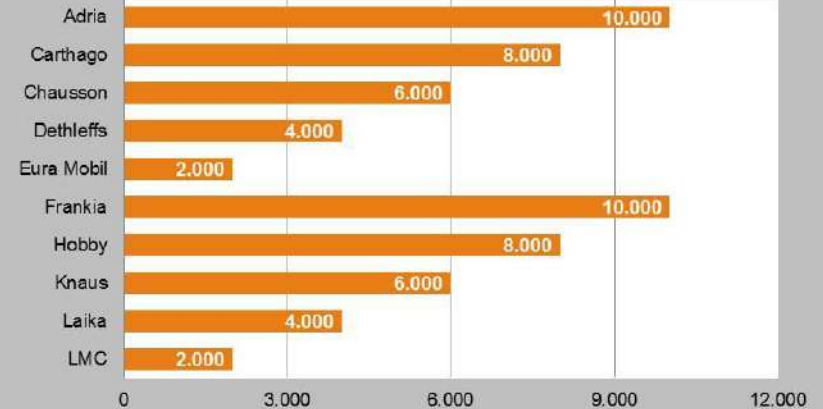


Re

Welche medialen Ausgaben tätigen die Anbieter?

Kommunikation Werbeaufwendungen

Werbeausgaben der Anbieter für teilintegrierte Reisemobile im Zeitraum Mai 2014 bis April 2015
(Angaben in Tausend Euro)



Quelle: AdVision digital; Berechnungen durch research tools



Marketing-Mix-Analyse
Reisemobile teilintegriert 2015

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation

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

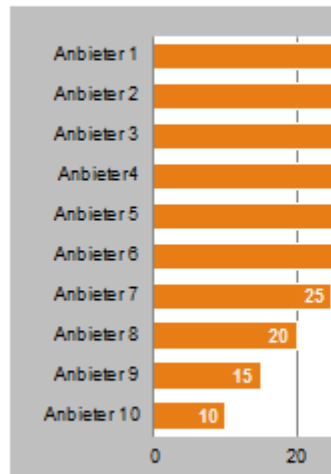
Hersteller	Facebook	Google+
Adria	20,0	20,0
Carthago	40,0	20,0
Chausson	-	20,0
Dethleffs	-	-
Eura Mobil	-	-
Frankia	20,0	20,0
Hobby	-	-
Knaus	-	-
Laika	-	-
LMC	20,0	20,0

Quelle: research tools: Pressemitteilungen ** Presseartikel



Marketingranking Marketing-Mix gesamt

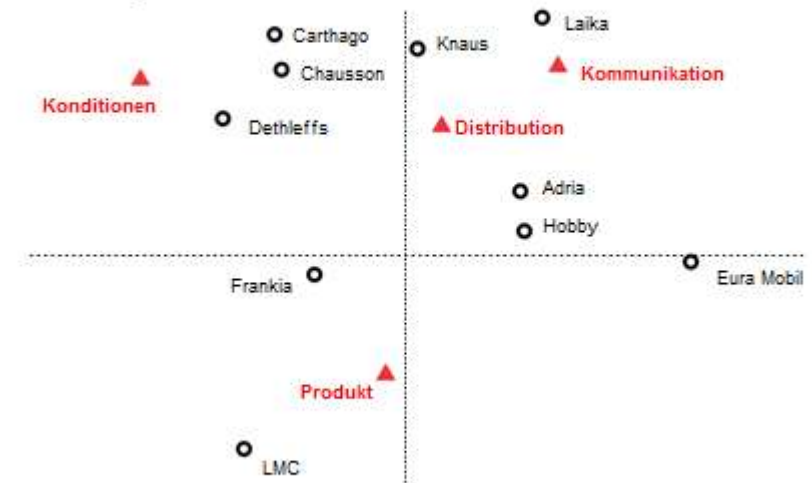
Marketing-Efforts-Ranking gesamt (Angaben in Prozent)



Welche Anbieter ähneln sich hinsichtlich ihrer Fokussierung auf einzelne Marketingbereiche?

Marketing-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



In welchen PR-Medien weisen die Anbieter Stärken auf?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Marketing-Mix-Analyse
Reisemobile teilintegriert 2015

Bestellformular

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer:

research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 3.400 EUR zzgl. MwSt. die
Marketing-Mix-Analyse Reisemobile teilintegriert 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:

- Marketing-Mix-Analyse SUV-Mietwagen 2015
- E-Shop-Analyse Kfz-Teile 2015
- E-Shop-Analyse Reifen 2014
- Marketing-Mix-Analyse Autokredit 2014
- Werbemarktanalyse Automotive-Umfeld 2014
- Marketing-Mix-Analyse Kfz-Versicherungen 2013

Seit 2005 arbeitete research tools für über 15 Unternehmen der Automotive-Branche. In der Branche Automotive erschienen seit Anfang 2013 zwölf Marktstudien. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen sind bisher 40 Marktstudien erschienen.