

+++ AEG +++ Bestron +++ Bosch +++ Clatronic +++ Dirt Devil +++ Dyson +++ Hoover +++ Philips +++
Rowenta +++ Samsung +++ AEG +++ Bestron +++ Bosch +++ Clatronic +++ Dirt Devil +++ Dyson +++ Hoover

Studiensteckbrief

Marketing-Mix-Analyse Bodenstaubsauger (beutellos) 2015

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

März 2015

powered by:



Data-driven insights



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse
Bodenstaubsauger (beutellos) 2015

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Die Sortimente der zehn analysierten Hersteller umfassen zwischen drei und 23 beutellose Bodenstaubsauger. Profilierung im Markt findet dabei stark über Produktfeatures statt, fast alle Anbieter können diesbezüglich Alleinstellungen generieren.
- Ein Preisvergleich zeigt, dass zwei Anbieter sich auf das Niedrigpreissegment beschränken, von einem Anbieter nur hochpreisige Geräte erworben werden können und zwei Anbieter mehr als die übrigen ihre Preise streuen. Vier Anbieter veröffentlichen keine Gerätepreise auf der Unternehmenshomepage.
- Über 90% der Investitionen in mediale Werbung wurden von zwei Anbietern vorgenommen. Insgesamt vier Anbieter schalten kostenpflichtige Anzeigen in Suchmaschinen.
- Tendenziell korrespondieren vordere Platzierungen in Onlineshops mit vorderen Platzierungen in Vergleichsportalen.
- Die Antwortqualität bei Telefonanfragen lag zwar deutlich über der Antwortqualität von Mailanfragen, jedoch zeigen sich in beiden Bereichen deutliches Potenzial. Vier Anbieter heben sich positiv ab und beantworten die telefonischen Fragen zufriedenstellend.

Informationen zur Studie

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

Kern der Analyse ist 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 sowie an sonstige Entscheider im Bereich Bodenstaubsauger. Die vorliegenden Marktinformationen sind die Grundlage für eine klare Positionierung und adäquate Reaktionen auf Marketingmaßnahmen der Wettbewerber. In der Studie wird der Markt der Bodenstaubsauger aus Sicht der Anbieter analysiert.

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

Untersucht wurden **zehn Staubsaugerhersteller** hinsichtlich ihres Marketingverhaltens bezogen auf beutellose Bodenstaubsauger. Es handelt sich dabei um **AEG, Bestron, Bosch, Clatronic, Dirt Devil, Dyson, Hoover, Philips, Rowenta** und **Samsung**.

Informationen zur Studie

Die **Marketing-Mix-Analyse Bodenstaubsauger (beutellos) 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 Positionierung in Vergleichsportalen, Onlineshops 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 361 Seiten umfassende Studie kostet 3.400 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	6
➤ Forschungsdesign	17
➤ Produkt	20
▪ Anzahl Produkte	27
▪ Preisklassen	28
▪ Produktfeatures	29
▪ Produkteigenschaften	59
▪ Zubehör und Ersatzteile	67
▪ Farben	72
▪ Auszeichnungen und Gütesiegel	76
▪ Weitere Produktmaßnahmen	78
▪ Alleinstellungsmerkmale	83
➤ Konditionen	85
▪ Preisspanne	89
▪ Preisklassen	90
▪ Preise	91
▪ Zubehör und Ersatzteile	95

Inhaltsverzeichnis

▪ Aktuelle Konditionenmaßnahmen	103
▪ Alleinstellungsmerkmale	108
➤ Distribution	110
▪ Vertriebswege	118
▪ Homepage	120
▪ Apps	126
▪ Kontaktmöglichkeiten	128
▪ Präsenz in Onlineshops	132
▪ Präsenz in Vergleichsportalen	139
▪ Beratungs- und Verkaufsprozess bei Telefonanfragen	146
▪ Beratungs- und Verkaufsprozess bei Onlineanfragen	151
▪ Weitere Distributionsmaßnahmen	158
▪ Alleinstellungsmerkmale	163
➤ Kommunikation	165
▪ Homepage	175
▪ Flyer und Prospekte	185
▪ Kundenmedien	200

Inhaltsverzeichnis

▪ Werbeaufwendungen	201
▪ Werbemotive	209
▪ Präsenz in Suchmaschinen	218
▪ Präsenz in Social Media	226
▪ Pressemitteilungen	250
▪ Presseresonanz	255
▪ Presseeffizienz	258
▪ USP Analyse	259
▪ Motivanalyse	275
▪ Weitere Kommunikationsmaßnahmen	287
▪ Alleinstellungsmerkmale	292
➤ Stärken und Schwächen der Anbieter	294
➤ Marketingranking	305
▪ Produkt	309
▪ Konditionen	322
▪ Distribution	328
▪ Kommunikation	337



Inhaltsverzeichnis

▪ Übersicht Marketing-Mix	347
▪ Marketing-Mix gesamt	348
➤ Marketing-Similarity	350
➤ Quellenverzeichnis	358
➤ Kontakt	360

Beispielseiten (1)

Produkt Versicherungsumfang

Produktfeatures

Anbieter	1	2	3	4
AEG	x	x	x	x
Bestron				
Bosch	x	x	x	x
Clatronic				
Dirt devil	x	x	x	x

Quelle: Homepage d...



**Mit welchen
Produktfeatures
punkten die Anbieter?**

Produkt Produkteigenschaften

Produkteigenschaften

Anbieter	Max. Aufnahmeleistung in W
Dyson	170-260 Ø X48,8
Hoover	700-2300 Ø X87
Philips	1400-2200 Ø X31,8
Rowenta	700-1300 Ø X35,7
Samsung	700-1300 Ø X00

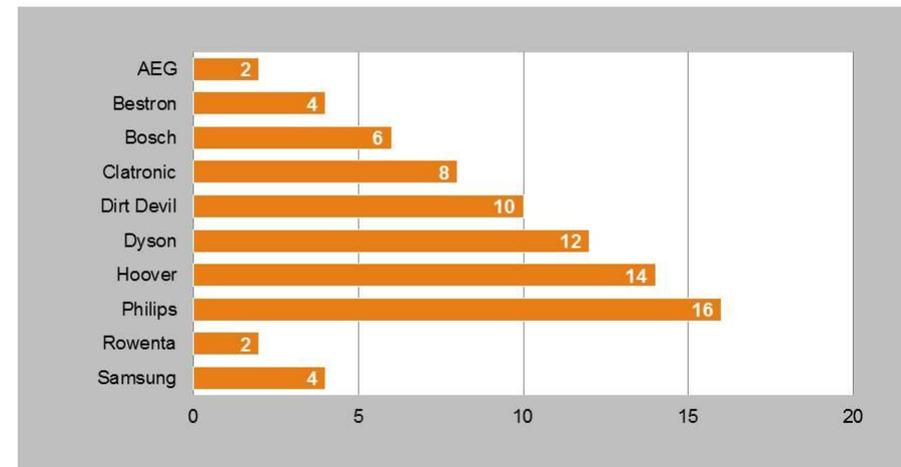
eter, research tools; * A=

ools

**Welche Anzahl an
beutellosen Staubsaugern
offerieren die Anbieter?**

Produkt Portfolio

Anzahl der Produkte der Hersteller



Quelle: research tools



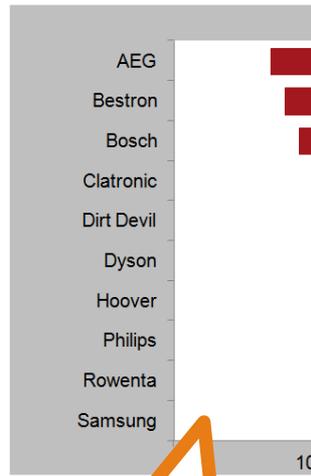
Marketing-Mix-Analyse
Bodenstaubsauger (beutellos) 2015

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (2)

Konditionen Preisspanne

Preisspanne (Angaben in Euro)



Quelle: Homepage von Bestron, Amazon



Konditionen Zubehör und Ersatzteile

Preise für optionales Zubehör (Angabe in Euro)

Anbieter	Preise für optionales Zubehör (Angabe in Euro)		
	27	28	29
AEG	19,99		
Bestron			25,00
Bosch		22,99	
Clatronic	19,99		
Dirt Devil			25,00
Dyson		22,99	
Hoover	19,99		
Philips			25,00
Rowenta		22,99	
Samsung	19,99		

Welche Leistung 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	31
AEG	13	3	2	22	1	7	2	6	10		6	2	13	3	2	22
Bestron	1	5		1	4		1	3	7		1	1	1	5		1
Bosch	13	3	2	22	1	7	2	6	10		6	2	13	3	2	22
Clatronic	1	5		1	4		1	3	7		1	1	1	5		1
Dirt Devil	13	3	2	22	1	7	2	6	10		6	2	13	3	2	22
Dyson	13	3	2	22	1	7	2	6	10		6	2	13	3	2	22
Hoover	1	5		1	4		1	3	7		1	1	1	5		1
Philips	13	3	2	22	1	7	2	6	10		6	2	13	3	2	22
Rowenta	1	5		1	4		1	3	7		1	1	1	5		1
Samsung	13	3	2	22	1	7	2	6	10		6	2	13	3	2	22

Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse
Bodenstaubsauger (beutellos) 2015

Welche unterschiedlichen Preisspannen ergeben sich bei den Anbietern?

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (3)

Distribution

Beratungs- und Verkaufsprozess bei Telefonanfragen

Telefonanfragen

Anbieter	Erster Kontakt
Dyson	Bandansage
Hoover	Bandansage
Philips	Bandansage
Rowenta	Bandansage
Samsung	Bandansage

Quelle: research tools



Kommunikation

Werbeaufwendungen

Werbeausgaben der Anbieter für beutellose Bodenstaubsauger im Zeitraum Oktober 2013 bis September 2014 (Angaben in Tausend Euro)



Quelle: Ebiquty; Berechnungen durch research tools

Mit welchen Werbemotiven arbeiten die Anbieter?

Kommunikation

Werbemotive

Bosch – Internet

Der neue Relaxx'x ProSilence.
Der leiseste beutellose Staubsauger am Markt.
Jetzt erleben!

BOSCH
Technik fürs Leben

Jetzt keine schlafenden Tiger wecken.

Das ist die normale Herausforderung für einen Staubsauger.

Und das die Herausforderung für einen Brush Staubsauger.

Unter extremen Bedingungen getestet.

Der neue Relaxx'x ProSilence. Der leiseste beutellose Staubsauger am Markt.

Jetzt erleben!

Der leiseste beutellose Staubsauger am Markt.

Der neue Relaxx'x ProSilence. Unter extremen Bedingungen getestet.

Jetzt erleben!

BOSCH
Technik fürs Leben

Quelle: Ebiquty



Marketing-Mix-Analyse
Bodenstaubsauger (beutellos) 2015

Welche Antwortqualität ergibt sich bei Telefonanfragen?

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (4)

Kommunikation Präsenz in Suchmaschinen

Platzierungen in Suchmaschinen (Anzahl in Anzahl Platzierungen)

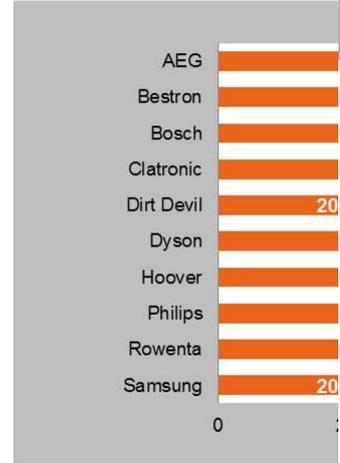
Anbieter	bing.de		
	1	2	3
AEG	2		2
Bestron		3	
Bosch			1
Clatronic			
Dirt Devil			1
Dyson		1	
Hoover			1
Philips		2	
Rowenta			1
Samsung			

Quelle: research tools



Kommunikation Motivanalyse

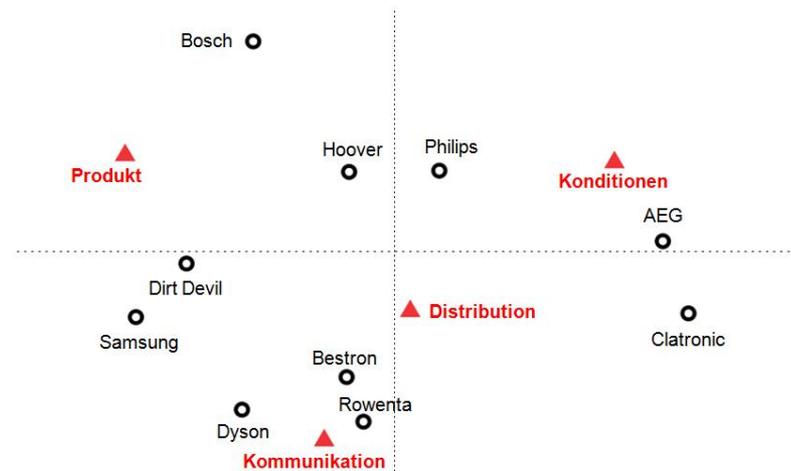
Konsistenz der Motive der Anbieter



Welche Anbieter ähneln sich hinsichtlich ihrer Fokussierung auf einzelne Marketingbereiche?

Marketing-Similarity

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Mit welcher Präsenz machen die Anbieter in Suchmaschinen auf sich aufmerksam?



Marketing-Mix-Analyse Bodenstaubsauger (beutellos) 2015

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

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 Bodenstaubsauger (beutellos) 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 Handel erschienen:

- Werbemarktanalyse Haushalt und Garten 2015
- E-Shop-Analyse Unterhaltungselektronik 2015
- eShop-Analysis Department Stores 2015
- Marketing-Mix-Analyse Filterkaffeemaschinen 2015
- Studie Sanitär-Zielgruppe Anschaffungsabsicht Bad 2014
- Studie Wäschepflege-Zielgruppe Junge Singles 2013

Seit 2005 arbeitete research tools für zahlreiche namhafte Unternehmen. Seit Anfang 2013 veröffentlichte research tools insgesamt 112 Marktstudien. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen sind bisher 36 Marktstudien erschienen.