

+++ Audio Service +++ Beltone +++ Bernafon +++ Oticon +++ Phonak +++ ReSound +++ Signia +++ Starkey +++  
++ Unitron +++ Widex +++ Audio Service +++ Beltone +++ Bernafon +++ Oticon +++ Phonak +++ ReSound ++

# Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse Hörgeräte 2023

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

September 2023

powered by: 

# Informationen zur Studie

## Nutzwert der Studie:



Welche der zehn analysierten Anbieter punkten mit einem breiten **Produktportfolio**?



Welche **Preispositionierung** weisen die Marken auf?



Wie überzeugend ist die **Servicequalität** am Telefon und per Mail?



Welche Anbieter zeigen starke Präsenz über **Vergleichsportale** und in **Suchmaschinen**?



Über welche **Medien** kommunizieren die Marken?



Welche Anbieter sind in den **Social Media** am aktivsten?



Welche Marken sind die **Benchmarks** in den vier Mix-Bereichen Product, Price, Place, Promotion?

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Marketing-Mix-Bereiche:



**Product**

➤ **Ø 26,1**  
Hörgeräte  
pro Anbieter



Beste Performance in  
Vergleichsportalen:

➤ **Phonak**



**Place**

Beste Servicecenter-Performance:

➤ **Signia, Widex**

### Marketing-Mix Hörgeräte



**Price**

Bei Preisvergleichen  
häufig **Erstplatziertes**:

➤ **ReSound**

➤ **Ø 6,4** Pressemeldungen  
pro Anbieter p.a.

➤ **Ø 27,0** Postings  
in Social Media  
pro Anbieter p.a.



**Promotion**

# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

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

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

ganzheitliche Wettbewerbsanalyse aus **Anbietersicht**

alle Information auf **430 PowerPoint-Seiten**

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

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

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

## zehn Anbieter von Hörgeräten:

- Audio Service
- Beltone
- Bernafon
- Oticon
- Phonak
- ReSound
- Signia
- Starkey
- Unitron
- Widex

# Informationen zur Studie

## Analysierte Anbieter:

### Audio Service

hohe Anzahl an  
Produktreihen

### Beltone

Nennung zahlreicher  
Auszeichnungen

### Bernafon

hohe Anzahl an Allein-  
stellungen bei Motiven

### Oticon

hohe Werbeausgaben

### Phonak

starke Vergleichs-  
portalpräsenz

### ReSound

bei Preisvergleichen  
viele Erstplatzierungen

### Signia

erweiterte Hotline-  
Betriebszeiten

### Starkey

zahlreiche Beiträge auf  
Social Media

### Unitron

viele produktbezogene  
Alleinstellungen

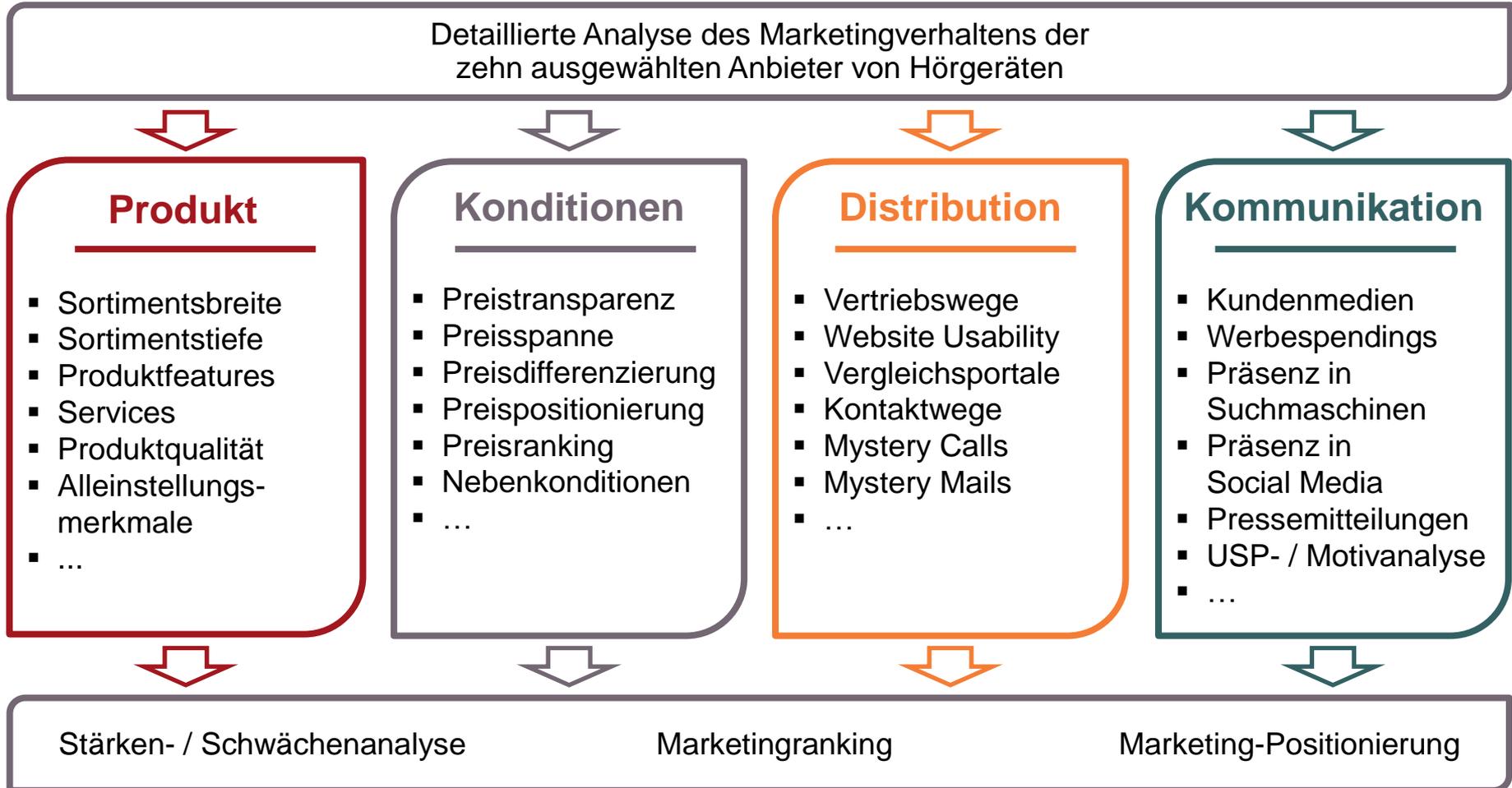
### Widex

Ansprache spezieller  
Zielgruppen

Diese Studie analysiert im Bereich Hörgeräte besonders marketing-aktive Anbieter. Basis der Anbieterauswahl ist eine Vorrecherche zu Produktportfolio, Pricing, Distribution und Kommunikation.

# Informationen zur Studie

## Konzeption:





# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:

### Analysen:

- Produktportfolio-Vergleich, Zielgruppen, Produktfeatures
- Preisniveau, Preispositionierung, Preisvergleiche bei fünf Händlern
- Auswertung von Telefonanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Auswertung von Onlineanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Werbeausgaben / Motive in Internet, Print, Radio, TV
- Positionierung in Suchmaschinen
- Präsenz in Social Media (Facebook, Instagram, X, YouTube)
- Analyse von Konsistenz und Alleinstellung bei Vorteilsargumenten und Werbemotiven
- Marketing-Mix-Ranking auf Basis der erfassten Marketingmaßnahmen
- statistische Analyse der Marketing-Positionierung

### Die Studie in Zahlen:

- 10 Anbieter im Vergleich
- Analyse von über 250 Produkten
- umfangreiche Preisvergleiche bei fünf Händlern
- 50 Mystery Calls, 50 Mystery Mails
- Werbeausgaben und Werbemotive in 5 Mediengattungen
- 4 Social Media Kanäle

### Forschungsdesign:

Die Studie basiert auf Marktinformationen aus eigenen Erhebungen, Online-Datenbanken, Mystery Research und verschiedenen Sekundärquellen. Hier sind insbesondere die kostenpflichtigen Daten von **AdVision digital** (Werbespendings, Werbemotive) zu nennen. Die Studie ist im September 2023 erschienen.

**Preis:** Die 430 Seiten umfassende Studie kostet **4.200 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	7
➤ Forschungsdesign	20
➤ Produkt	23
▪ Produktportfolio	29
Sortimentsbreite: Anzahl kommunizierter Produkte und Produktreihen, Abdeckung der Bauformen; Sortimentstiefe: Angesprochene Zielgruppen; Naming	
▪ Produktfeatures	67
Kommunizierte Produktfeatures: Anzahl, Abdeckung über die Produkte, Grad der Abdeckung (Technologie, Design, Akkulaufzeit und Komfort); Farbauswahl: Anzahl der verfügbaren Verfügbare Farben nach Hörgeräten, am häufigsten verwendete Farben; Zubehör: Bestandteile und Funktionen, Anzahl, Abdeckung des Zubehörs durch die Anbieter, Grad der Abdeckung; Apps: Von den Anbietern bereitgestellte Apps	
▪ Produktpositionierung	119
Positionierung hinsichtlich der Sortimentsbreite und Sortimentstiefe	
▪ Services	120
Produktbezogene Services: Anzahl, Abdeckung	
▪ Produktqualität	122
Auszeichnungen: Anzahl der Auszeichnungen, Verwendung auf der Homepage, Auflistung	
▪ Weitere Produktmaßnahmen	130
Alleinstellungsmerkmale, Besonderheiten	



# Inhaltsverzeichnis

➤ <b>Konditionen</b>	134
▪ <b>Preiswahrnehmung</b>	139
Preistransparenz: Kanäle mit Preisinformationen	
▪ <b>Preissetzung</b>	140
Preisspanne: Günstigste und hochpreisigste IdO- und HdO-Hörgeräte;	
Preisdifferenzierung: Kennzahlen der Preise nach Bauart und Händler (Min, Max, Mittelwert, Median, Varianz), durchschnittliche Medianpreise, prozentuale Abweichung vom mittleren Preisniveau	
▪ <b>Preispositionierung</b>	161
Preisranking: Ranking nach dem günstigsten Preis, Kennzahlen der Rangplätze, durchschnittliche Rangplätze, Anteile an Erstplatzierungen	
▪ <b>Nebenkonditionen</b>	165
Zubehör: Günstigstes und hochpreisigstes Zubehör (Ladestationen, Fernbedienungen, Adapter, Hörer, Mikrofone), Medianpreise	
▪ <b>Weitere Konditionenmaßnahmen</b>	180
Alleinstellungen und Besonderheiten	

# Inhaltsverzeichnis

➤ Distribution	182
▪ Vertriebswege	187
Direkter Vertrieb: genutzte Vertriebswege, verfügbare Betriebssysteme für Apps, Eigenschaften der Android-Apps; Indirekter Vertrieb: Freundschaftswerbung und Vertriebspartner	
▪ Website	193
Usability: Produktbezogene Benutzerfreundlichkeit; Features: produktbezogene Merkmale und Informationen; Positionierung: Positionierung der Anbieter	
▪ Vergleichsportal-Marketing	197
Genutzte Portale; Platzierungen: Platzierungen in Vergleichsportalen, Listungen, Portalpräsenz, Anteile an Top10-Platzierungen	
▪ Servicecenter-Performance	201
Kontaktwege: Anzahl der Kontaktwege, Anteil an genutzten Kontaktwegen; Telefonanfragen: Hotlinezeiten, Mystery Calls zu Wartezeiten, Antwortqualität, Besonderheiten; Onlineanfragen: Formulareigenschaften, Mystery Mails zu Reaktionszeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	



# Inhaltsverzeichnis

➤ Kommunikation	226
▪ Eigenmedien	234
Website: Slogans und Nutzenargumente; Flyer und Prospekte: Formate, Inhalte, Motive; Kundenmedien: Kundenmagazin, Newsletter, Blog, Forum	
▪ Werbung	262
Werbeaufwendungen: Nach Mediengattungen, nach Anbieter, im Zeitverlauf; Werbemotive	
▪ Suchmaschinenmarketing	273
Organische Suchergebnisse: Anzahl der Platzierungen, Erstplatzierung; Paid Search: Anzahl der Platzierungen, Erstplatzierung, Punktwerte	
▪ Social Media & PR	283
Social Media Profile: Facebook, Instagram, Twitter/ X, YouTube; Influencer: Anzahl Influencer, Follower, Beiträge; Pressemitteilungen: Anzahl, Anteile und Inhalte; Pressemeldungen: Anzahl nach Medien, Anteile, im Zeitverlauf; Zusammenfassung: Presseeffizienz, Timeline	
▪ Kommunikationsstrategie	344
USP-Analyse: Leistungsargumente, Serviceargumente, Positionierung, Alleinstellungen; Motivanalyse: Verwendete Motive nach Medien, Alleinstellungen, Konsistenz	
▪ Weitere Maßnahmen	367
Weitere Kommunikationsmaßnahmen	



# Inhaltsverzeichnis

➤ Stärken und Schwächen der Anbieter	369
➤ Marketingranking	384
▪ Produkt	387
▪ Konditionen	394
▪ Distribution	401
▪ Kommunikation	408
▪ Marketing-Mix gesamt	416
➤ Marketing-Positionierung	419
➤ Quellenverzeichnis	427
➤ Kontakt	429



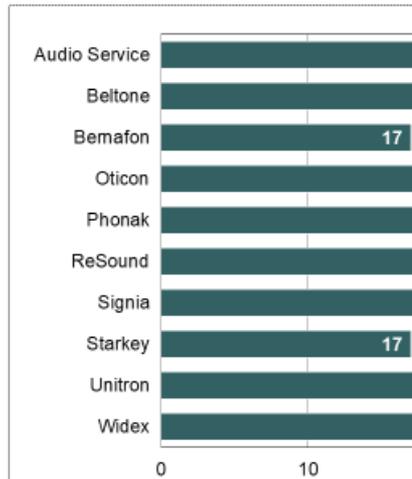
# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Produkt

Produktportfolio – Sortimentsbreite

Anzahl kommunizierte Produkte<sup>1</sup>



Quelle: Website der Anbieter; 1: Summe aller untersuchten Bauweisen. Im Durchschnitt werden 26,1 verschiedene Produkte angeboten.

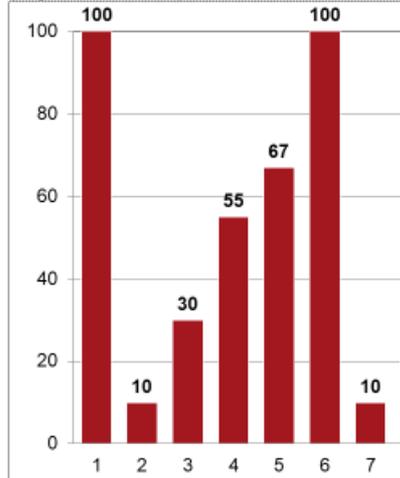


**Welches Produktportfolio offerieren die Anbieter?**

### Produkt

Produktfeatures – Kommunizierte Produktfeatures

Grad der Abdeckung der kommunizierten Produktfeatures – Technologie (Angaben in Prozent)



Quelle: Website der Anbieter

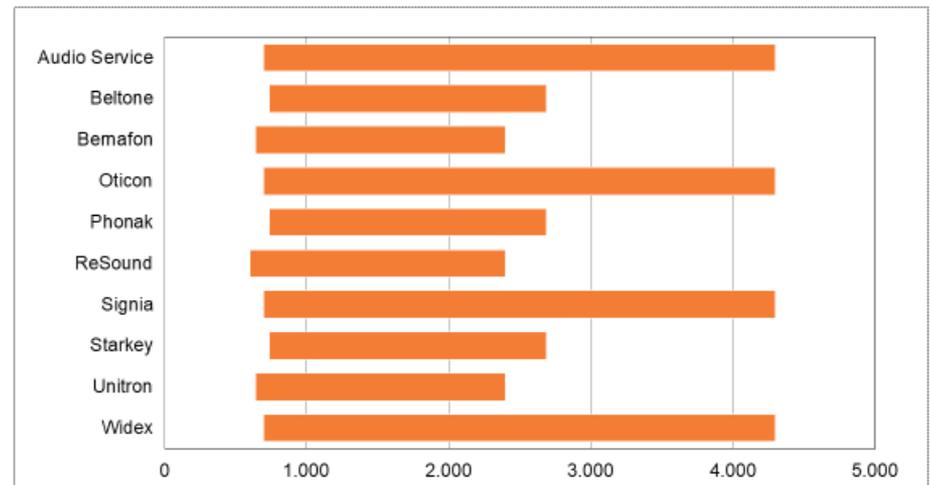


**Welche Anbieter decken die meisten Preissegmente ab?**

### Konditionen

Preissetzung – Preisspanne

Preisspannen der Ido-Hörgeräte bei fünf Onlinehändlern (Angaben in Euro)



Quelle: Die zu Beginn des Kapitels „Preissetzung“ aufgelisteten Websites der Händler; eigene Berechnungen



Marketing-Mix-Analyse  
Hörgeräte 2023

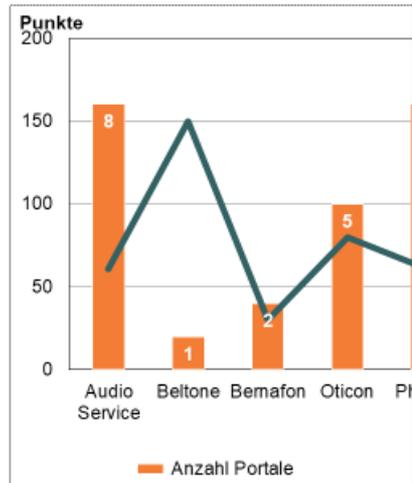
# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Distribution

Vergleichsportal-Marketing – Platzierungen

Portalpräsenz nach Anbieter



Quelle: research tools



### Distribution

Servicecenter-Performance – Telefonanfragen

Telefonanfragen

Anbieter	Erster Kontakt	Anzahl Menu-schritte
ReSound	Bandansage	1
Signia	Bandansage	2
Starkey	Bandansage	3
Unitron	Bandansage	1
Widex	Bandansage	2

Quelle: research tools bzw. Verweis an Hörakustiker/Partner des



Mit welchen Websites-Features punkten die Anbieter?

### Distribution

Website – Features

Websites-Features nach Anbieter

Anbieter	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Audio Service	x	x	x	x	x			x	x	x			x	x	x		x			x
Beltone		x	x	x	x	x		x	x	x			x		x		x			x
Bernafon	x		x	x		x			x	x			x		x	x	x			x
Oticon	x	x	x	x	x			x	x	x			x	x	x		x			x
Phonak		x	x	x	x	x		x	x	x			x		x		x			x
ReSound	x		x	x		x			x	x			x		x	x	x			x
Signia	x	x	x	x	x			x	x	x			x	x	x		x			x
Starkey		x	x	x	x	x		x	x	x			x		x		x			x
Unitron	x		x	x		x			x	x			x		x	x	x			x
Widex	x	x	x	x	x			x	x	x			x	x	x		x			x

Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse  
Hörgeräte 2023

Welche Anbieter überzeugen bei Kundenanfragen?

# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Kommunikation

Suchmaschinenmarketing – Organische Suchergebnisse

Organische Platzierungen in Suchmaschinen (Angabe in Anzahl Platzierungen)

Anbieter	bing.de			
	1	2	3	4
Audio Service				
Beltone	3			
Berafon	1	5	2	
Oticon				
Phonak	3			
ReSound	1	5	2	
Signia				
Starkey	3			
Unitron	1	5	2	
Widex				

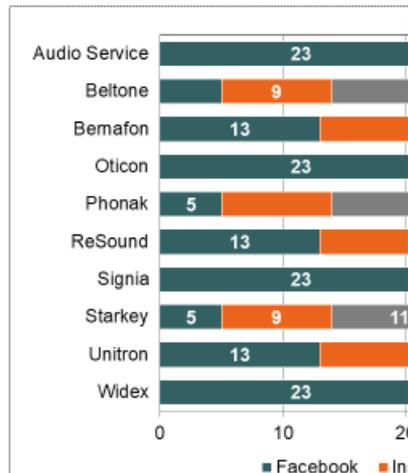
Quelle: research tools



### Kommunikation

Social Media & PR – Social Media Profile

Relevante Beiträge der Anbieter in den Social-Media-Kanälen (Anzahl der Beiträge)



Quelle: research tools; Innerhalb eines Jahres wurden von einem HK veröffentlicht.

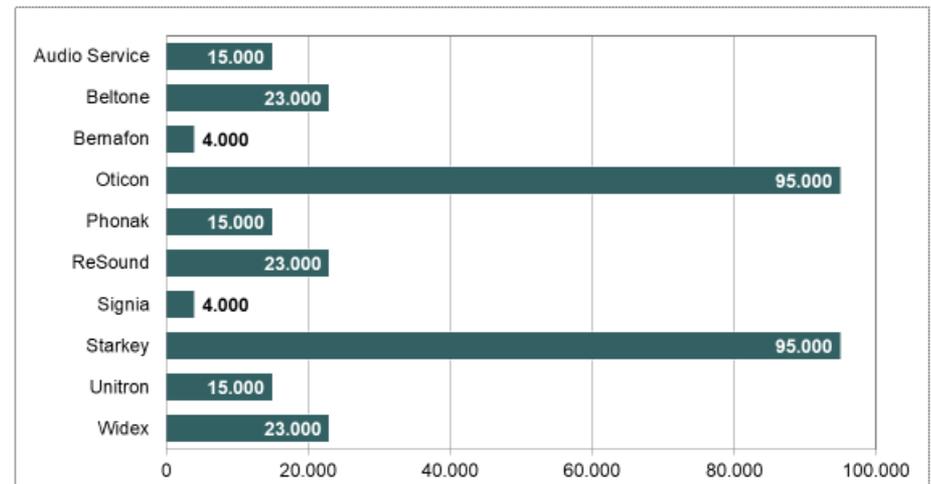


Welche Ausgaben für mediale Werbung tätigen die Anbieter?

### Kommunikation

Werbung – Werbeaufwendungen

Werbeausgaben der Anbieter für Hörgeräte im Zeitraum Juli 2022 und Juni 2023 (Angaben in Euro)



Quelle: AdVision digital



Marketing-Mix-Analyse  
Hörgeräte 2023

Welche Präsenz zeigen die Anbieter in Suchmaschinen

# Analysebeispiele (4)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Kommunikation

Social Media & PR – Zusammenfassung

Aktive und passive Medienpräsenz: Verteilung des Impacts betreffend Facebook, Instagram, Twitter/ X und YouTube sowie Anteile bei Pressemitteilungen und Presseresonanz (Angaben in Prozent)

Anbieter	Facebook	Instagram	Twitter/ X	YouTube
Audio Service	3,7	1,5		
Beltone	6,4	8,3		
Bernafon	0,1	0,2		
Oticon	19,3	12,2		
Phonak	3,7	1,5		
ReSound	6,4	8,3		
Signia	0,1	0,2		
Starkey	19,3	12,2		
Unitron	3,7	1,5		
Widex	6,4	8,3		

Quelle: research tools; 1: Pressemitteilungen; 2: Presseartikel



### Marketing-Positionierung

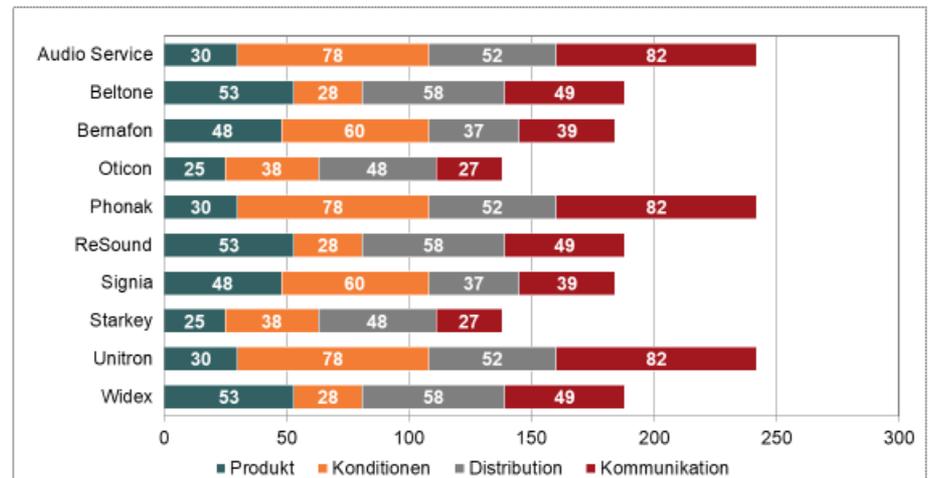
Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



### Marketingranking

Marketing-Mix gesamt

Marketing-Mix-Efforts Marketing-Mix gesamt (Angaben in Punkten)



Welche Anbieter betreiben im Marketing-Mix hohen Aufwand?

In welchen PR-Medien weisen die Anbieter Stärken auf?

# Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

**E-Mail:** [uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

**FAX:** +49 (0)711 – 55090384

**Auftragnehmer:** research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 4.200 EUR zzgl. MwSt. die  
**Marketing-Mix-Analyse Hörgeräte 2023.**

**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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Weitere relevante Studien zum Thema Hör- und Sehhilfen:

- Werbemarktanalyse Brillen und Kontaktlinsen 2023
- Studie eVisibility Brillen 2022
- Werbemarktanalyse Hörsysteme 2022
- Werbemarktanalyse Brillen und Kontaktlinsen 2021
- Werbemarktanalyse Hörsysteme 2020
- Marketing-Mix-Analyse Hörgeräte 2016

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen wurden seit 2019 mehr als 30 Studien veröffentlicht.

