

+++ aks +++ bock +++ Burmeier +++ FMB care +++ Malsch +++ Mühle Müller +++ Stiegelmeyer +++ TekVor
Care +++ Völker +++ wissner-bosserhoff +++ aks +++ bock +++ Burmeier +++ FMB care +++ Malsch +++ Müh

Studiensteckbrief
**Marketing-Mix-Analyse
Pflegetbetten 2021**

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Februar 2021

powered by: 

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die zehn analysierten Anbieter halten zwischen drei und 27 Pflegebetten in ihrem Produktportfolio.
- Die Spannweite der Pflegebetten-Preise beträgt im Durchschnitt der zehn Anbieter rund 4.000 Euro.
- Zwischen fünf und acht unterschiedliche Kontaktwege stellen die Anbieter zu Verfügung.
- Die Antwortqualität des Kundendienstes liegt bei Telefonanfragen deutlich höher als bei per E-Mail eingereichten Fragen.
- Für die mediale Kommunikation verwenden die zehn untersuchten Anbieter nur zwei der fünf Mediengattungen.
- Fünf Hersteller kommunizieren produktrelevante Inhalte über ihre Social Media-Kanäle. Ein Anbieter dominiert stark bei der Anzahl der Beiträge.
- Im Marketing-Efforts-Ranking klafft eine beträchtliche Lücke zwischen dem aktivsten und dem am wenigsten aktiven Anbieter.

Informationen zur Studie

Key Facts der Marketing-Mix-Bereiche:



Product

➤ **Ø 13,9**
Pflegebetten
pro Anbieter



beste Performance
Telefonanfragen:

➤ **aks, FMB care**



Place

höchste Anzahl angebotener
Kontaktwege:

➤ **bock, wissner-bosserhoff**

Marketing-Mix Pflegebetten




Price

größte
Preisspanne:


➤ **Burmeier**

➤ **Ø 0,5** Pressemeldungen
pro Anbieter p.a.

➤ **Ø 5,7** 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 346 **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 Pflegebetten

- aks
- bock
- Burmeier
- FMB care
- Malsch
- Mühle Müller
- Stiegelmeyer
- TekVor care
- Völker
- wissner-bosserhoff

Informationen zur Studie

Analysierte Anbieter:

aks




günstigster Medianpreis

bock




zahlreiche Zielgruppen

Burmeier



größte Preisspanne

FMB care




100% Antwortqualität bei Telefonanfragen

Malsch




hohe Anzahl kommunizierter Dekore

Mühle Müller




größtes Produktportfolio

Stieglmeyer



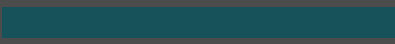
starke Suchmaschinenpräsenz

TekVor care



beste Antwortqualität bei Onlineanfragen

Völker



hohe Konsistenz in der Motivanalyse

wissner-bosserhoff

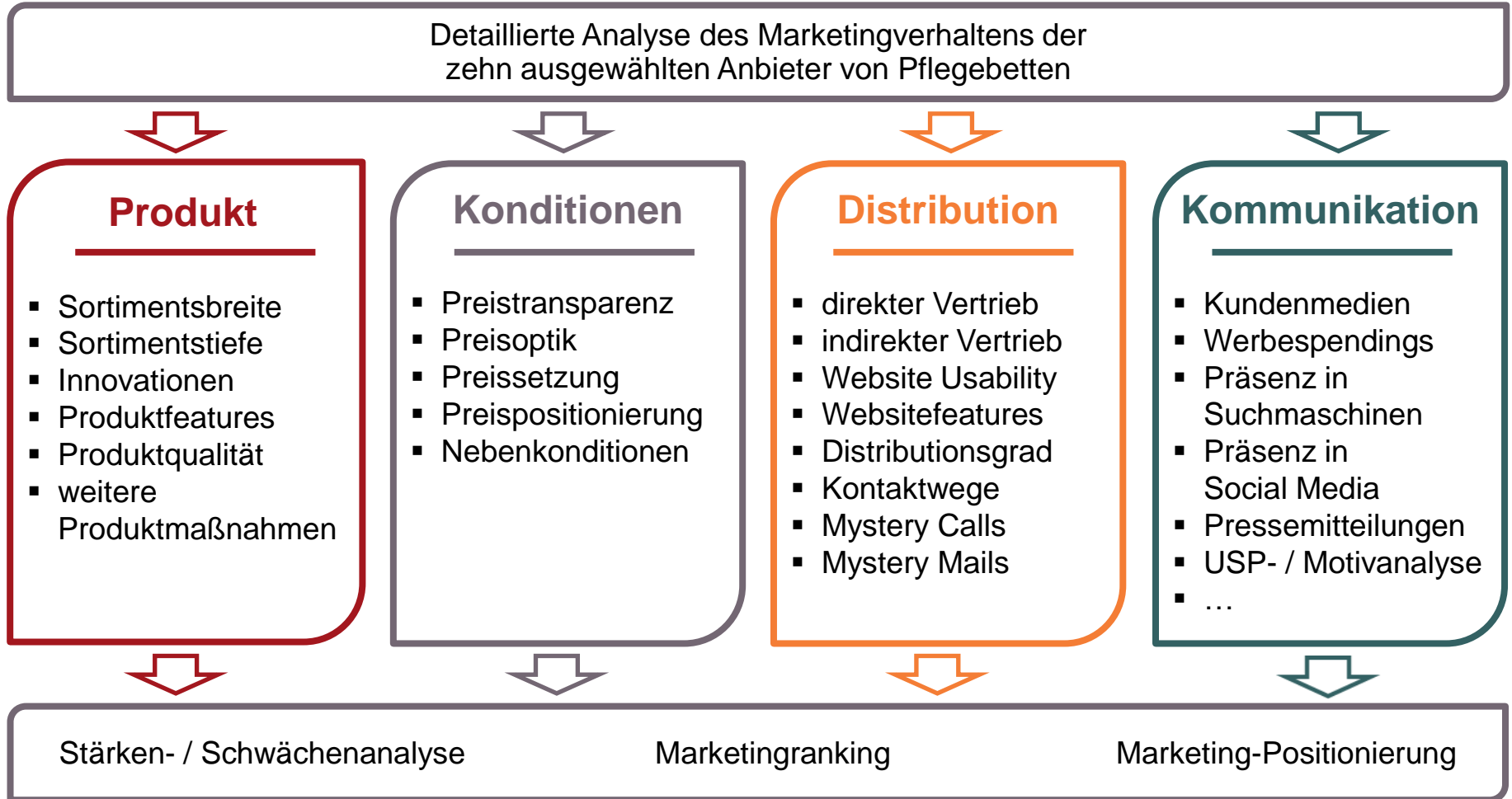


höchster Impact in Social Media

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

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Analysierte Aspekte:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Analysen:

- Produktportfolio-Vergleich, Produktfeatures
- Jahreskosten, Nutzerprofile
- Positionierung in Vergleichsportalen
- 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, Twitter, YouTube)
- Analyse der Vorteilsargumente und Werbemotive
- Marketing-Mix-Ranking auf Basis aller erfassten Marketingmaßnahmen
- statistische Analyse der Marketing-Positionierung

Die Studie in Zahlen:

- 10 Anbieter im Vergleich
- Analyse von 139 Produkten
- 6 Produktkategorien
- 7 Kanäle für Preisinformationen
- 50 Mystery Calls, 50 Mystery Mails
- Werbeausgaben und -motive in 5 Mediengattungen
- 4 Social Media-Kanäle
- 66 Marketing-Mix-Faktoren

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 Februar 2021 erschienen.

Preis: Die 346 Seiten umfassende Studie kostet **3.600 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	6
➤ Forschungsdesign	11
➤ Produkt	14
▪ Sortimentsbreite	19
Anzahl der Produkte, Produktkategorien, Produktbezeichnung, Naming	
▪ Sortimentstiefe	30
Zielgruppen: Senioren (pflegebedürftig), Senioren (nicht-pflegebedürftig), schwergewichtige Personen, Kinder und Jugendliche (pflegebedürftig), Pflegeheime	
▪ Innovationen	32
Alleinstellungen	
▪ Produktfeatures	35
Grundausrüstung, Liegenflächenbreite, Liegenflächentiefe	
▪ Weitere Grundausrüstung	53
▪ Zubehör/Optionen	65
▪ Produktpositionierung	69
▪ Produktqualität	71
Auszeichnungen, Testberichte, Gütesiegel	
▪ weitere Produktmaßnahmen	76
weitere Maßnahmen	



Inhaltsverzeichnis

➤	Konditionen	78
▪	Preistransparenz	83
	Kanäle mit Preisinformationen	
▪	Preisoptik	84
	Designfeatures, Kosten, Preisattribute, Usability	
▪	Preissetzung	90
	Preise der angebotenen Pflegebetten	
▪	Preispositionierung	99
	Preisspanne, günstigstes Produkt, teuerstes Produkt, Medianpreis	
▪	Nebenkonditionen	103
	Vergünstigungen	
➤	Distribution	105
▪	Vertriebswege direkter Vertrieb	110
	Agenturen, Internet, Mobiler Vertrieb, Telefon, Apps	
▪	Vertriebswege indirekter Vertrieb	114
	Freundschaftswerbung und Vertriebspartner	
▪	Website Usability	116
▪	Website Features	117

Inhaltsverzeichnis

▪ Distributionsgrad	120
▪ Kontaktwege	123
▪ Servicecenter-Performance bei Telefonanfragen	127
Telefonanfragen: Hotlinezeiten, Mystery Calls zu Wartezeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
Servicecenter-Performance bei Onlineanfragen	136
Onlineanfragen: Formulareigenschaften, Mystery Mails zu Reaktionszeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
▪ Servicecenter-Performance insgesamt	145
➤ Kommunikation	148
▪ Website	156
Slogans, Nutzenargumente	
▪ Flyer und Prospekte	166
Formate, Inhalte, Motive	
▪ Kundenmedien	180
Kundenmagazin, Newsletter, Blog, Forum	
▪ Werbung	181
Werbeausgaben, Werbemotive	
▪ Suchmaschinen	194
Organische Suchergebnisse und Paid Search	



Inhaltsverzeichnis

▪ Social Media & PR	218
Social Media: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube; Influencer; PR: Pressemitteilungen, Presseresonanz, Presseeffizienz, Kommunikationstiming	
▪ USP-Analyse	257
Verwendete USPs nach Medien, Alleinstellungen	
▪ Motivanalyse	266
Verwendete Motive nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
➤ Stärken und Schwächen	281
➤ Marketingranking	295
▪ Produkt	298
▪ Konditionen	309
▪ Distribution	315
▪ Kommunikation	323
▪ Marketing-Mix gesamt	332
➤ Marketing-Positionierung	335
➤ Quellenverzeichnis	343
➤ Kontakt	345



Analysebeispiele (1)

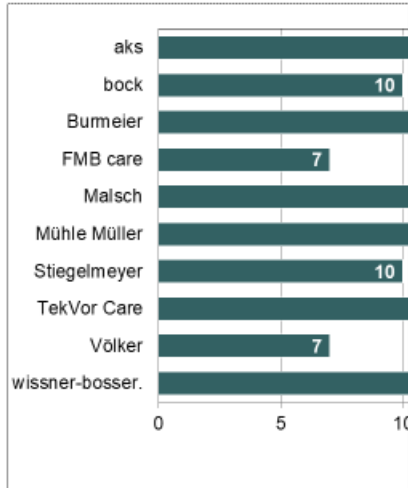
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Wie positionieren sich die Anbieter beim Preis?

Produkt

Sortimentsbreite

Anzahl Produkte



Quelle: Website der Anbieter



Produkt

Produktfeatures

Grundausstattung – Standard Pflegebetten

Anbieter	Spanne Höhenverstellung (cm)	Max
aks	50-80	
bock	35-75	
Burmeier	20-70	
FMB care	35-85	
Malsch	45-85	
Mühle Müller	50-80	
Stieglmeyer	35-75	
TekVor Care	20-70	
Völker	35-85	
wissner-bosser.	45-85	

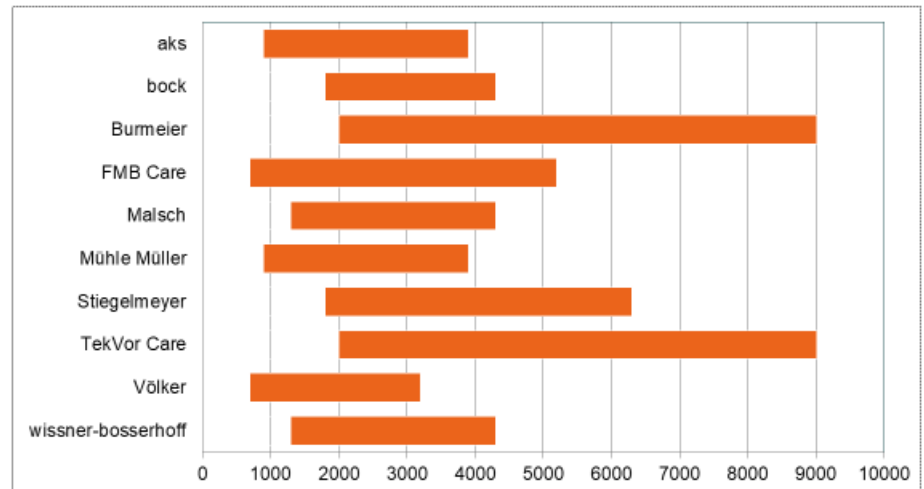
Quelle: Website der Anbieter



Konditionen

Preispositionierung

Preisspanne Pflegebetten (Angaben in Euro)



Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse
Pflegebetten 2021

Welches Produktportfolio offerieren die Anbieter?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Konditionen Preispositionierung

Preisspanne* Pflegebetten und Medianpreis in Euro

Anbieter	günstigstes Produkt	teuer
aks	800,00	
bock	1000,00	
Burmeier	600,00	
FMB care	650,00	
Malsch	1500,00	
Mühle Müller	800,00	
Stiegelmeyer	1000,00	
TekVor Care	600,00	
Völker	650,00	
wissner-bosser.	1500,00	

Quelle: Websites und Broschüren der Anbieter, Vergleichsportale, S...



Welche Unternehmen profilieren sich mit günstigen Konditionen?

Distribution Distributionsgrad

Vertrieb von Pflegebetten über Sanitätshäuser und Spezialhändler

Anbieter	Sanitätshäuser			
	1	2	3	4
aks				x
bock				
Burmeier	x			
FMB care		x		
Malsch		x		x
Mühle Müller				
Stiegelmeyer			x	
TekVor Care		x		
Völker	x			
wissner-bosser.				

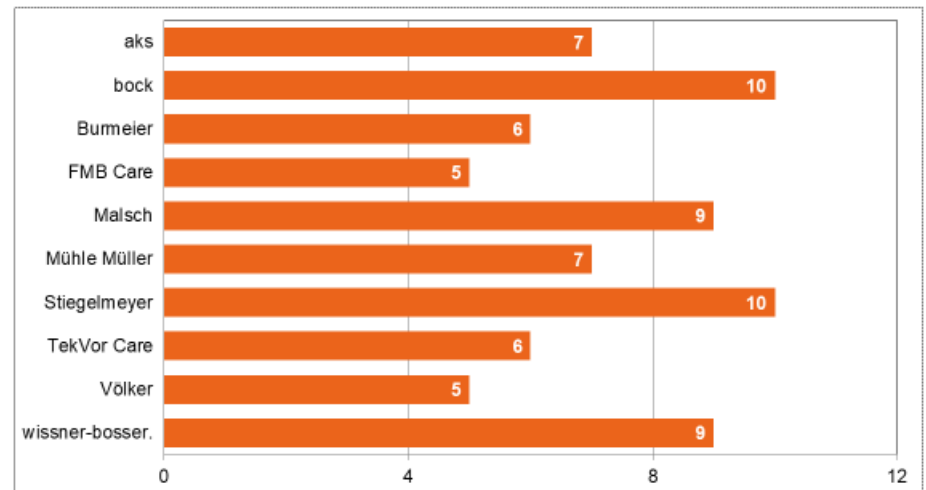
Quelle: Sanitätshäuser, Spezialhändler



Welche Anbieter punkten durch ihre Vergleichsportalpräsenz?

Distribution Kontaktwege

Anzahl der angebotenen Kontaktwege



Quelle: Website der Anbieter



Marketing-Mix-Analyse
Pflegebetten 2021

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation Suchmaschinen

Erstplatzierung der kostenpflichtigen Anzeigen in Suchmaschinen (Angabe: Position der ersten Listing)

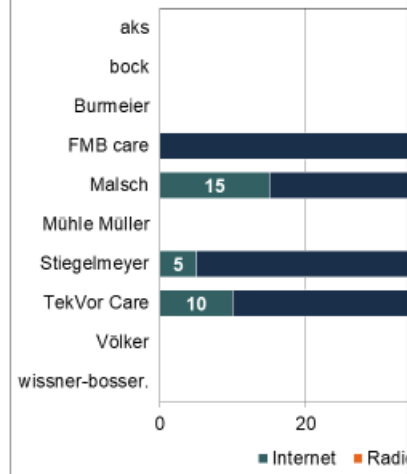
Anbieter	bing.de			
	1	2	3	4
aks				
bock		15		
Burmeier	7			
FMB care				9
Malsch	10	10	14	
Mühle Müller				
Stiegelmeyer				
TekVor Care				8
Völker				
wissner-bosser.				

Quelle: research tools; Berechnung: $„(100 - \text{Wert der Platzierung}) \times 4“$
Ergebnisse werden summiert und durch 500 geteilt



Kommunikation Werbung

Verteilung der Werbeausgaben für Pflegebetten auf die Medien nach Anbieter im Zeitraum Dezember 2019 und November 2020 (Angaben in Prozent)



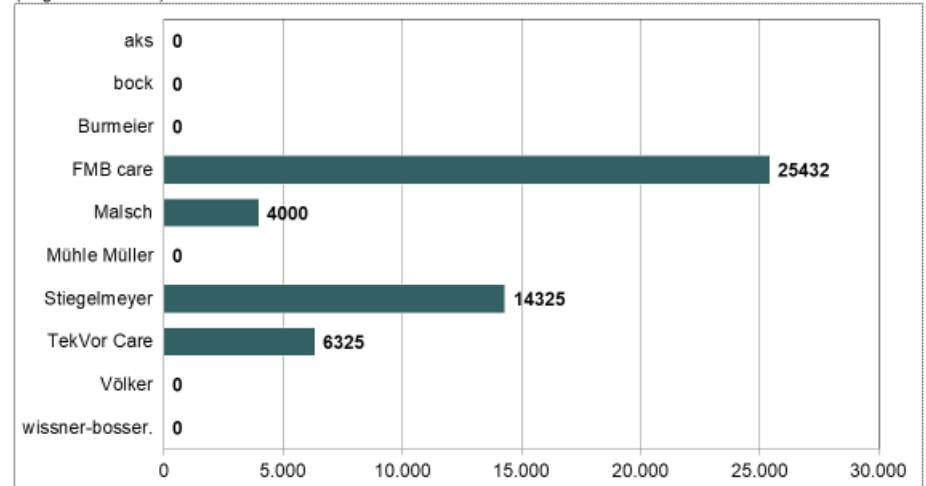
Quelle: AdVision digital, Berechnung durch research tools



Welche Ausgaben für mediale Werbung tätigen die Unternehmen?

Kommunikation Werbung

Werbeausgaben der Anbieter für Pflegebetten im Zeitraum Dezember 2019 und November 2020 (Angaben in Euro)



Quelle: AdVision digital, Berechnung durch research tools



Marketing-Mix-Analyse
Pflegebetten 2021

Welche Präsenz zeigen die Anbieter in Suchmaschinen?

Analysebeispiele (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation Social Media & PR

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

Anbieter	Facebook	Instagram	T
aks			
bock	42,0		
Burmeier	2,0		
FMB care			
Malsch		25,1	
Mühle Müller	13,0		
Stiegelmeyer	43,0		
TekVor Care		74,9	
Völker			
wissner-bosser.			

Quelle: research tools; * Pressemitteilungen; ** Presseartikel



Marketing-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter

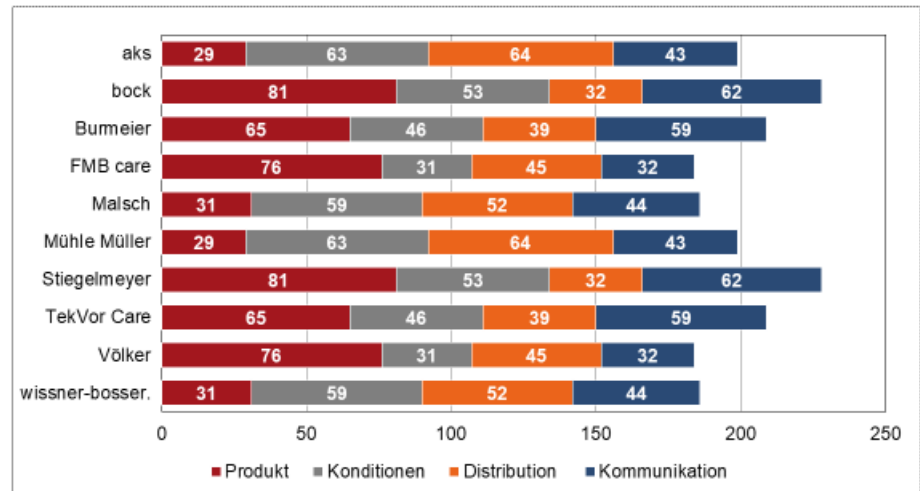


Welche Anbieter betreiben im Marketing-Mix hohen Aufwand?

Marketingranking

Marketing-Mix gesamt

Marketing-Mix-Efforts (Angaben in Prozent)



In welchen PR-Medien weisen die Unternehmen Stärken auf?



Marketing-Mix-Analyse
Pflegebetten 2021

Bestellformular

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

E-Mail: matijas.kocijan@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 3.600 EUR zzgl. MwSt. die

Marketing-Mix-Analyse Pflegebetten 2021.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Matijas Kocijan



Marketinganalytiker

M.Sc. Economics

Tel. +49 (0)711 - 55090382, Fax +49 (0)711 - 55090384

E-Mail: matijas.kocijan@research-tools.net

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt erschienene Studien zur Zielgruppe Senioren:

- Werbemarktanalyse Nahrungsergänzungsmittel 2020
- Social Media-Performance Arzneimittelhersteller 2020
- Werbemarktanalyse Schlaf- und Beruhigungsmittel 2020
- Werbemarktanalyse Hörsysteme 2020
- Marketing-Mix-Analyse Krankenhauszusatzversicherung 2020
- Studie eVisibility Sanitätsbedarf 2020

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen wurden seit 2018 mehr als 20 Studien veröffentlicht.

