

+++ Bosch +++ devolo +++ eQ-3 +++ Jung +++ Loxone +++ mobilcom-debitel +++ Panasonic +++ RWE +++ Stadtwerke Kassel +++ Telekom +++ Bosch +++ devolo +++ eQ-3 +++ Jung +++ Loxone +++ mobilcom-debitel +++



Studiensteckbrief  
**Marketing-Mix-Analyse  
Smart Home 2016**

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Dezember 2016

powered by:



# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Ergebnisse:

- Die berücksichtigten Anbieter von Smart Home-Produkten verfügen über ein Portfolio zwischen zwölf und 113 unterschiedlichen Produkten.
- Sicherheit, Heizung und Energieeinsparung sind die Top-Zielsetzungen der angebotenen Pakete. Nur wenige Pakete verfügen über Bewegungsmelder, Kamera oder Rauchmelder.
- Im Konditionenvergleich setzt ein Anbieter stärker auf niedrige Einstiegspreise, zwei Anbieter fallen mit einer hochpreisigen Strategie auf. Beim Preisvergleich der Einzelgeräte positioniert sich kein Anbieter als durchgehend günstig.
- Die Hälfte der Anbieter ist in Vergleichsportalen vertreten, drei davon mit mindestens einer Top-Platzierung.
- Erhebliche Unterschiede bestehen hinsichtlich der Qualität des Kundendienstes. Ein Anbieter vermochte alle per E-Mail eingereichten Anfragen zu beantworten. Bei telefonischen Anfragen gelang dies der Hälfte der Anbieter.
- Knapp zwei Millionen Euro haben vier der zehn Anbieter für klassische mediale Werbung aufgewendet. Mehr als die Hälfte der Werbespendings tätigte ein Unternehmen.
- Alle Anbieter unterhalten Profile in Social Media und YouTube. Bis auf zwei Anbieter nutzten alle Unternehmen ihre Kanäle auch für Smart Home-relevante Inhalte.

# Informationen zur Studie

## Wichtigste USPs:

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

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

ganzheitliche Wettbewerbsanalyse aus **Anbietersicht**

alle Information auf **365 PowerPoint-Seiten**

als **PDF- und PPT-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 Smart Home:

- Bosch
- devolo
- eQ-3
- Jung
- Loxone
- mobilcom-debitel
- Panasonic
- RWE
- Stadtwerke Kassel
- Telekom

# Informationen zur Studie

Detaillierte Analyse des Marketingverhaltens von zehn ausgewählten Anbietern von Smart Home Produkten

## Produkt

- Portfolio
- Apps
- Pakete
- Einzelgeräte
- Steuerung
- Serverstandort
- Produktabbildungen
- Auszeichnungen
- ...

## Konditionen

- Preise für Pakete, Steuerungseinheit, Einzelgeräte, Zubehör
- Preisspannen
- Rangplätze
- Preisoptik
- Hotline-Gebühren
- ...

## Distribution

- Vertriebskanäle
- Vertriebspartner
- Hotline
- Websitefeatures
- Kontaktwege
- Präsenz in Vergleichsportalen
- Mystery Calls / Mails
- ...

## Kommunikation

- Kundenmedien
- Werbespendings
- Präsenz in Suchmaschinen
- Präsenz in Social Media
- Pressemitteilungen
- USP- / Motivanalyse
- ...

Stärken- / Schwächenanalyse

Marketingranking

Marketing-Positionierung

# Informationen zur Studie

## Analysen:

- Produktportfolio-Vergleich
- Vergleichsanalyse der Smart Home Pakete, Einzelgeräte und Zubehör
- Preise und Preisspannen im Vergleich
- Positionierung in Vergleichsportalen und Suchmaschinen
- Auswertung von Telefonanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Auswertung von Onlineanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Werbeausgaben / Motive in Internet, Print, Radio, TV
- Präsenz in Social Media (Facebook, Google+, Twitter, YouTube)
- Analyse von Konsistenz und Alleinstellung bei Vorteilsargumenten und Werbemotiven
- Marketing-Mix-Ranking auf Basis aller erfassten Marketingmaßnahmen
- statistische Analyse der Marketing-Positionierung

## Die Studie in Zahlen:

- 455 im Detail analysierte Produkte für Smart Home
- Kostenanalyse für 12 Einzelbestandteile
- 10 analysierte Vergleichsportale
- 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 verschiedensten Sekundärquellen. Hier sind insbesondere die kostenpflichtigen Daten von **AdVision digital** (Werbespendings, Werbemotive) zu nennen. Die Studie ist im Dezember 2016 erschienen.

**Preis der Studie:** Die 365 Seiten umfassende Studie kostet **3.600 EUR** zuzüglich MwSt.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	7
➤ Forschungsdesign	14
➤ Produkt	17
▪ Portfolio	22
▪ Apps für mobile Endgeräte	23
▪ Pakete	26
Energieeinsparung, Heizung, Rauchwarnung, Raumklima, Sicherheit, Zusammensetzung	
▪ Einzelkomponenten	31
▪ Produktabbildungen	34
▪ Steuerung	39
Aktive Steuerung durch den User, passive Steuerung durch das System, weitere Sensoren	
▪ Kameras	45
▪ Sicherheit	47
▪ Auszeichnungen	48
▪ weitere Produktfeatures	51
▪ Alleinstellungsmerkmale	56





# Inhaltsverzeichnis

➤	Konditionen	58
▪	Preise Steuerungseinheit	63
▪	Preise für Pakete	64
	Heizung/Energie, Sicherheit	
▪	Preise für Einzelgeräte	67
	Alarm, Bewegungsmelder, Dimmer, Fernbedienungen, Kameras, Luftfeuchtemelder, Rauchmelder, Thermostat, Tür-/Fensterkontakt, Wassermelder, Wetterstation, Zwischenstecker	
▪	Preisoptik	74
	Designfeatures, Beträge, Preisattribute, Usability	
▪	Hotlinegebühren	80
▪	Weitere Konditionenmaßnahmen	81
▪	Alleinstellungsmerkmale	86
➤	Distribution	88
▪	Vertriebswege	93
	Filiale, Internet, mobiler Vertrieb, Telefon	
▪	Vertriebsmodelle	94
	Freundschaftswerbung, Vertriebspartner	
▪	Website	96
	Usability, Features	



# Inhaltsverzeichnis

▪	Kontaktmöglichkeiten	100
▪	Vergleichsportal-Marketing	107
	Portale, Listungen, Platzierungen, Scoring	
▪	Servicecenter-Performance Telefon	111
	50 Mystery Calls zu Wartezeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
▪	Servicecenter-Performance Online	117
	50 Mystery Mails zu Reaktionszeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
▪	Weitere Distributionsmaßnahmen	127
▪	Alleinstellungsmerkmale	132
➤	Kommunikation	134
▪	Website	144
	Slogans, Nutzenargumente	
▪	Flyer und Prospekte	154
	Formate, Inhalte, Motive	
▪	Kundenmedien	165
	Kundenmagazin, Newsletter	
▪	Werbung	166
	Werbeaufwendungen nach Mediengattungen, im Zeitverlauf, wichtige Werbemotive	
▪	Suchmaschinen-Marketing	179
	Platzierung von Suchtreffern und Suchanzeigen, Scoring	





# Inhaltsverzeichnis

▪ Social Media-Marketing	192
Blog, Forum, Facebook, Google+, YouTube, Scoring	
▪ Public Relations	224
Pressemitteilungen, Presseresonanz, Presseeffizienz	
▪ USP-Analyse	256
Verwendete USPs nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
▪ Motivanalyse	282
Verwendete Motive nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
▪ Weitere Kommunikationsmaßnahmen	295
▪ Alleinstellungsmerkmale	300
➤ Stärken und Schwächen	302
➤ Marketingranking	315
▪ Produkt	319
▪ Konditionen	327
▪ Distribution	333
▪ Kommunikation	342
▪ Marketing-Mix gesamt	352



# Inhaltsverzeichnis

➤ Marketing-Positionierung	355
➤ Quellenverzeichnis	362
➤ Kontakt	364

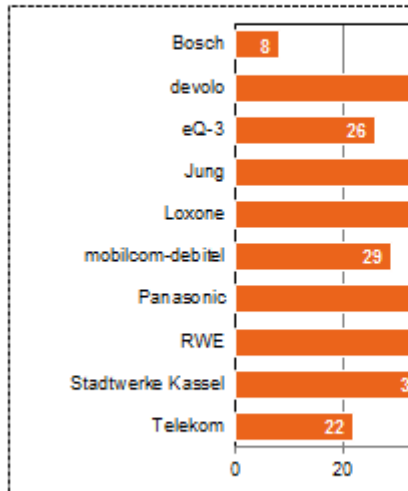


# Beispielseiten (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Produkt Portfolio

Anzahl der Produktangebote in der Kategorie Smart Home der untersuchten Anbieter



Quelle: research tools



### Produkt Pakete

Zusammensetzung der angebotenen (Starter-)Pakete (Anzahl)

Anbieter	Name des Pakets
eQ-3	Starter Set Sicherheit plus
	Starter Set Rauchwarnm.
mobilcom-debitel	Sicherheit Starterpaket
	Heizungssteuerung S
Panasonic	KX-HN8011
	KX-HN8014*
RWE	EnergiePaket
	SicherheitsPaket**
	HeizungsPaket

Quelle: Website der Anbieter; \* zusätzlich mit Gasbruch- und Wass...



Welches Produktportfolio offerieren die Anbieter?

Welche Geräte beinhalten die Pakete der Anbieter?

### Produkt Einzelkomponenten

Anzahl der erwerbbaaren Einzelkomponenten ausgewählter Kategorien

Anbieter	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Bosch	1		1			2		1	1	1			1
devolo	1		1		2	2	1	1	2	1	1		
eQ-3	3		3	8	5		2		4	11			2
Jung		3	11	6	1					1		2	4
Loxone	2			2	2		4				2		1
mobilcom-deb.	1	1	1			4				1	1		1
Panasonic	1	2			2	2					1		
RWE				2		1		1	2	1		2	3
SW Kassel	1	1				1		3	1				1
Telekom		1	3		3	2	1	2	2	2	1		6

Quelle: Website der Anbieter



Marketing-Mix-Analyse  
Smart Home 2016

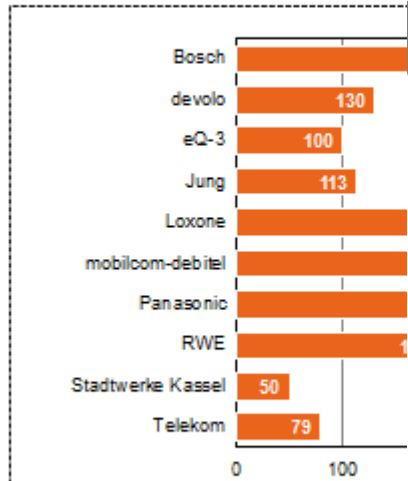
# Beispielseiten (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Konditionen

Preise Steuerungseinheit

Kosten für die zentrale Steuerungseinheit (Angaben in Euro)



Quelle: research tools



### Konditionen

Preise für Einzelgeräte

Preise für Einzelbestandteile, Komponenten und Zubehör (Angaben in Euro)

Anbieter	Rauchmelder
Bosch	19,95
devolo	59,99
eQ-3	49,95-59,95
Jung	47,01-89,13
Loxone	89,25
mobilcom-deb.	49,00
Panasonic	49,95
RWE	29,90
SW Kassel	79,95
Telekom	49,99-54,99

Grün = günstigster Anbieter

Welche Anbieter überzeugen bei Kundenanfragen mit hoher Antwortqualität?

Welche Anbieter profilieren sich durch gute Vergleichsportalpräsenz?

### Distribution

Vergleichsportal-Marketing

Listungen in Vergleichsportalen

Anbieter	Anzahl Vergleichsportale	Platzierung Median	Anzahl erste Plätze	Anzahl Top 10 Plätze	Punkte* aus Top 10-Platzierungen
Bosch	0	-	-	-	-
devolo	7	1	-	5	56
eQ-3	3	4	1	2	37
Jung	0	-	-	-	-
Loxone	0	-	-	-	-
mobilcom-deb.	3	7	1	2	31
Panasonic	7	6	1	5	78
RWE	1	-	-	-	-
SW Kassel	7	8	0	6	50
Telekom	7	11	0	3	22

Quelle: research tools; \* berechnet aus den Top 10-Platzierungen nach Punkteverteilung der Formel 1/Rangserie



Marketing-Mix-Analyse  
Smart Home 2016

# Beispielseiten (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Kommunikation Suchmaschinen-Marketing

Platzierungen in Suchmaschinen (Angabe in Anzahl Platzierungen)

Anbieter	bing.de			
	1	2	3	4
Bosch		2		
devolo				
eQ-3				
Jung		2	1	
Loxone		2		
mobilcom-deb.				
Panasonic	1			
RWE				
SW Kassel		2	1	
Telekom		2		

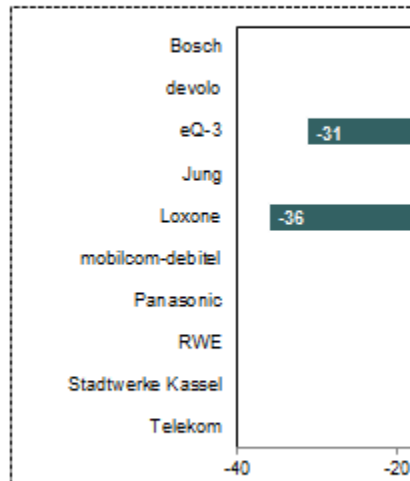
Quelle: research tools



Welche Präsenz zeigen die Anbieter in Suchmaschinen?

### Kommunikation Public Relations

Presseeffizienz (Berechnung: Anteil bei Presseartikeln minus Anteil bei Pressemitteilungen)

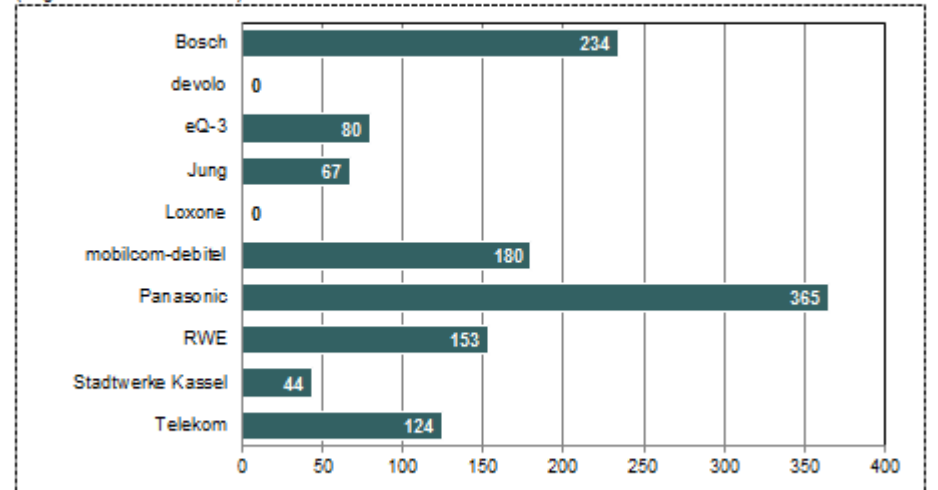


Quelle: Deutsche Tageszeitungen, Publikumszeitschriften und Fachzeitschriften



### Kommunikation Werbung

Werbeausgaben der Anbieter für Smart Home Produkte im Zeitraum Oktober 2015 bis September 2016 (Angaben in Tausend Euro)



Quelle: AdVision digital, Berechnung durch research tools



Marketing-Mix-Analyse  
Smart Home 2016

# Beispielseiten (4)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

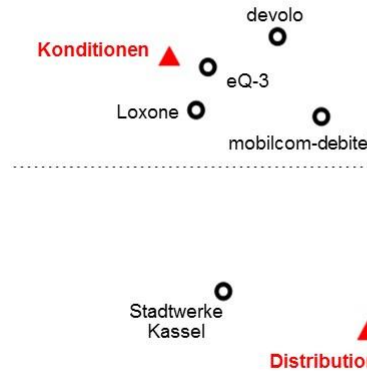
### Kommunikation

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

Anbieter	Faceb.	Google+	Twitter
Bosch	20,0	20,0	40,0
devolo	40,0	20,0	40,0
eQ-3	-	20,0	20,0
Jung	-	-	-
Loxone	-	-	-
mobilcom-deb.	20,0	20,0	40,0
Panasonic	-	-	-
RWE	-	-	-
SW Kassel	-	-	-
Telekom	20,0	20,0	40,0

### Marketing-Similarity

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter

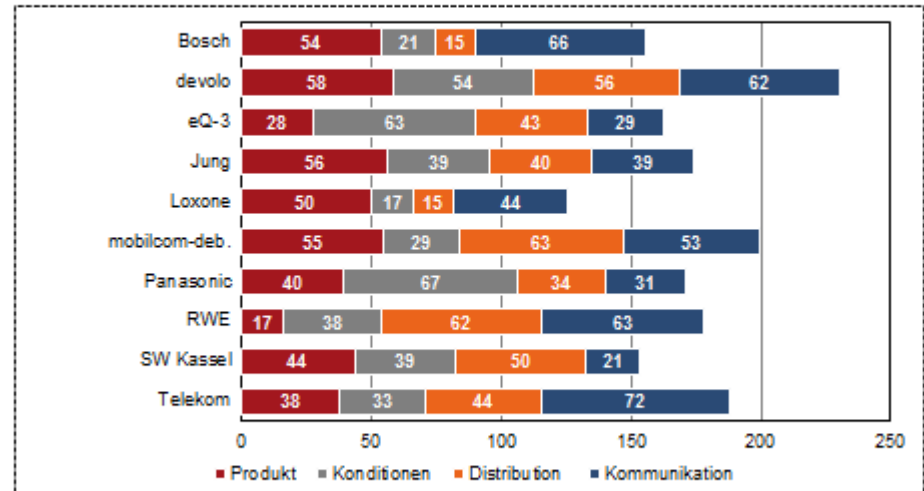


Welche Anbieter ähneln sich hinsichtlich ihrer Fokussierung auf einzelne Marketingbereiche?

### Marketingranking

Marketing-Mix gesamt

Marketing-Mix-Efforts (Angaben in Prozent)



Quelle: research tools; \* Pressemitteilungen \*\* Presseartikel



In welchen PR-Medien weisen die Anbieter Stärken auf?



Marketing-Mix-Analyse  
Smart Home 2016



# 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 3.600 EUR zzgl. MwSt. die

**Marketing-Mix-Analyse Smart Home 2016.**

**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

Zuletzt erschienene Studien der Branchen Energie/Telekomm.:

- Studie eVisibility Energie 2016
- Studie eVisibility Telekommunikation 2016
- E-Shop-Analyse Energieanbieter 2015
- Werbemarktanalyse Stromanbieter 2015
- Studie Vergleichsportal-Marketing Telekommunikation 2015
- Studie Vergleichsportal-Marketing Energie 2014

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In den Branchen Energie und Telekommunikation sind seit 2012 29 Marktstudien zu unterschiedlichen Themen erschienen.

