

+++ Bosch +++ devolo +++ E.ON +++ Gigaset +++ LUPUS +++ Pfalzwerke +++ RADEMACHER +++ Somfy +++
Telekom +++ Vodafone +++ Bosch +++ devolo +++ E.ON +++ Gigaset +++ LUPUS +++ Pfalzwerke +++ RADE

Studiensteckbrief

Marketing-Mix-Analyse Smart Home 2020

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Januar 2020

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Marketing-Mix-Analyse Smart Home 2020

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die zehn berücksichtigten Anbieter stellen zwischen einem und dreißig Smart Home-Pakete zur Verfügung.
- Die günstigsten Paketpreise starten teilweise bereits bei rund 100 Euro. Zwei Marken offerieren Pakete im oberen Preissegment mit Preisen um 1.000 Euro.
- Zwischen 6 und 13 unterschiedliche Kontaktwege stellen die Anbieter zur Verfügung. Im Durchschnitt stehen die Serviceteams der Unternehmen an 70 Stunden pro Woche für Kundenfragen zu Verfügung.
- Die Antwortqualität des Kundendienstes liegt bei Telefonanfragen deutlich höher als bei per E-Mail eingereichten Fragen.
- Innerhalb eines Jahres haben die zehn analysierten Anbieter 2,3 Millionen Euro für klassische mediale Werbung aufgewendet.
- Alle zehn Anbieter kommunizieren produktrelevante Inhalte über ihre Social Media-Kanäle. Insgesamt wurden hier innerhalb von zwölf Monaten 733 relevante Beiträge veröffentlicht.

Informationen zur Studie

Key Facts der Marketing-Mix-Bereiche:



Product

➤ **Ø 9,5**
Smart Home-Pakete
pro Anbieter



höchste Anzahl Top 10-Plätze in
Vergleichsportalen:

➤ **devolo**



Place

höchste Anzahl angebotener
Kontaktwege: ➤ **Telekom**

Marketing-Mix Smart Home 2020



größte Preisspanne
bei Paketpreisen:

➤ **E.ON**

Price

➤ **Ø 28,6** Pressemeldungen
pro Anbieter p.a.

➤ **Ø 73,3** 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 **388 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 Smart Home

- Bosch
- devolo
- E.ON
- Gigaset
- LUPUS
- Pfalzerwerke
- RADEMACHER
- Somfy
- Telekom
- Vodafone

Analysierte Anbieter:

Bosch

hohe Antwortqualität bei Telefonanfragen

devolo

höchste Anzahl relevanter Pressemitteilungen

E.ON

große Preisspanne bei Produktpaketen

Gigaset

mehrere Kanäle mit Preisinformationen

LUPUS

Alleinstellung bei Datensicherheit

Pfalzwerke

hohe Konsistenz bei verwendeten USPs

RADEMACHER

starker Impact in Social Media

Somfy

starke Werbeaktivität in TV

Telekom

hohe Antwortqualität bei Onlineanfragen

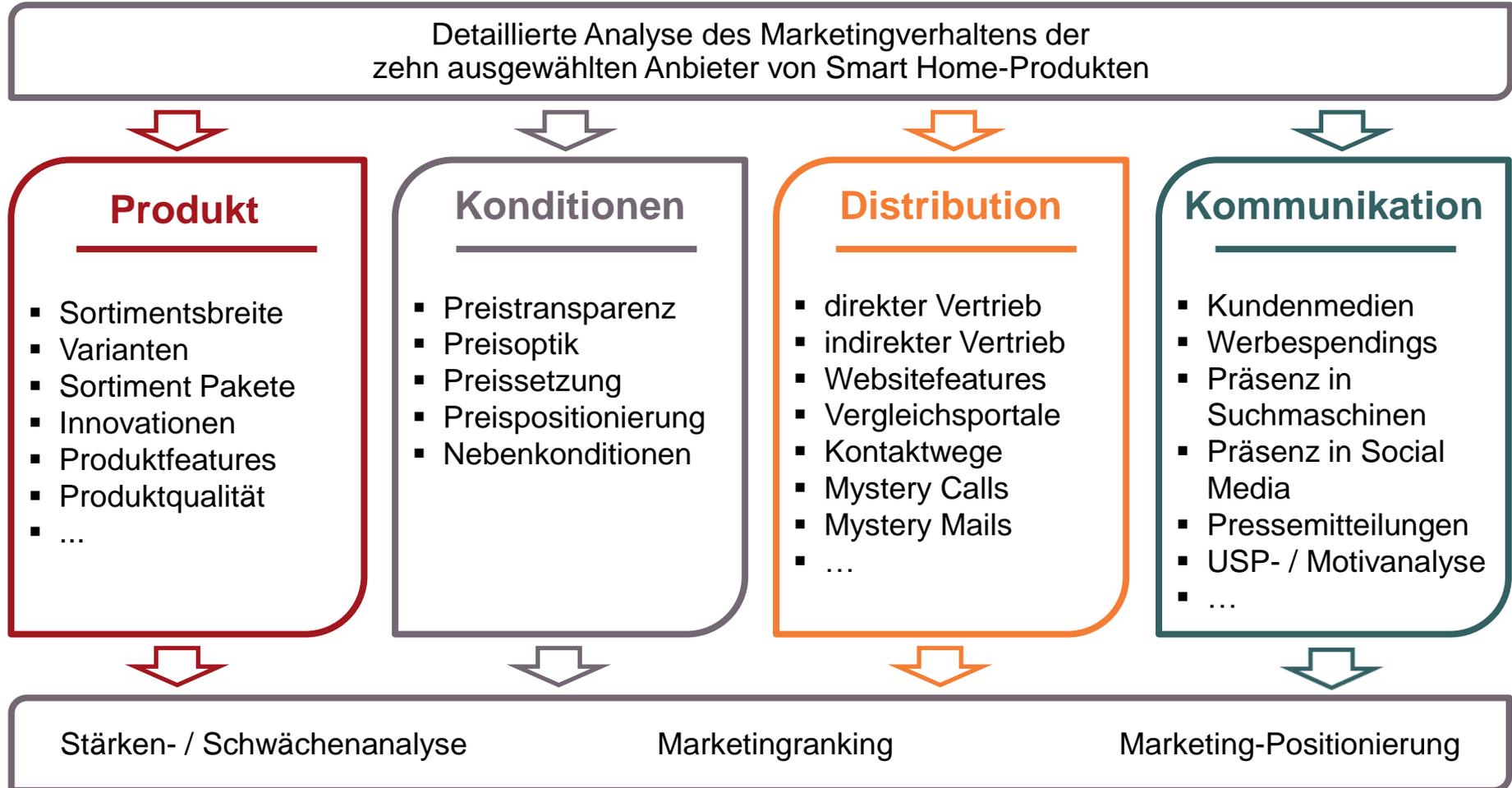
Vodafone

große Filialdichte

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

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Analysen:

- Pakete-Vergleich, Einzelkomponenten
- Preise und Preisspannen
- Positionierung im 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, 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:

- 10 Anbieter im Vergleich
- Analyse von 95 Smart Home-Paketen
- Preise von Paketen und 10 Einzelkomponenten
- 20 analysierte Vergleichsportale
- 50 Mystery Calls, 50 Mystery Mails
- Werbeausgaben und -motive in 4 Mediengattung.
- 3 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** (Werbependings, Werbemotive) zu nennen. Die Studie ist im Januar 2020 erschienen.

Preis: Die 388 Seiten umfassende Studie kostet **3.600 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	6
➤ Forschungsdesign	15
➤ Produkt	18
▪ Sortimentsbreite	23
Zusammensetzung der angebotenen Pakete, Einzelkomponente, Zielsetzung der angebotenen Pakete	
▪ Varianten	40
Zielsetzung: Heizung/Raumklima, Sicherheit, Licht, Senioren Assistenz-System	
▪ Innovation	41
Naming der Pakete, Alleinstellungsmerkmale	
▪ Produktfeatures	44
Anzahl der Arten von Einzelkomponenten, Gesamtanzahl, Grad der Abdeckung, Positionierung der Anbieter, Dienste, Datensicherheit, aktive/passive Steuerung	
▪ Produktqualität	63
Verfügbare Betriebssysteme für Apps, App-Bewertung, Anzahl der Auszeichnungen/Testberichte/Gütesiegel	
▪ Weitere Produktmaßnahmen	73



Inhaltsverzeichnis

➤	Konditionen	77
▪	Preistransparenz	81
	Kanäle mit Preisinformationen	
▪	Preisoptik	82
	Designfeatures, Beiträge, Preisattribute, Usability	
▪	Preissetzung	88
	Preise für Einzelbestandteile, Komponenten und Zubehör, Preise der angebotenen Pakete	
▪	Preispositionierung	104
	Preisspanne für Einzelbestandteile, Komponenten und Zubehör, Ranking, Preisspanne der Pakete, Preisspanne der Pakete nach Zielgruppenkategorien, Medianpreis, Ranking nach Zielgruppen	
▪	Nebenkonditionen	115
	Modelle mit monatlicher Zahlung für den Betrieb der Smart Home Produkte, Hotline-Kosten, weitere Konditionenmaßnahmen	
➤	Distribution	120
▪	Vertriebswege direkter Vertrieb	125
	Filiale, Online-Antrags-/Bestellformular, Mobiler Vertrieb, Telefon, Betriebssysteme	
▪	Vertriebswege indirekter Vertrieb	126
	Freundschaftswerbung und Vertriebspartner	
▪	Website Usability	128
▪	Website Features	129



Inhaltsverzeichnis

▪ Vergleichsportal-Marketing	132
Platzierungen, Listung, Portalpräsenz	
▪ Kontaktwege	137
▪ Servicecenter-Performance bei Telefonanfragen	141
Telefonanfragen: Hotlinezeiten, Mystery Calls zu Wartezeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
Servicecenter-Performance bei Onlineanfragen	150
Onlineanfragen: Formulareigenschaften, Mystery Mails zu Reaktionszeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
▪ Servicecenter-Performance insgesamt	159
▪ weitere Distributionsmaßnahmen	162
Alleinstellungsmerkmale	
➤ Kommunikation	166
▪ Website	174
Slogans, Nutzenargumente	
▪ Flyer und Prospekte	184
Formate, Inhalte, Motive	
▪ Kundenmedien	195
Kundenmagazin, Newsletter, Blog, Forum	
▪ Werbung	212
Werbeausgaben, Werbemotive	



Inhaltsverzeichnis

▪ Suchmaschinen	232
Organische Suchergebnisse und Paid Search	
▪ Social Media & PR	245
Social Media: Facebook, YouTube; Influencer; PR: Pressemitteilungen, Presseresonanz, Presseeffizienz, Kommunikationstiming	
▪ USP-Analyse	290
Verwendete USPs nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
▪ Motivanalyse	314
Verwendete Motive nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
➤ Stärken und Schwächen	327
➤ Marketingranking	341
▪ Produkt	344
▪ Konditionen	350
▪ Distribution	356
▪ Kommunikation	366
▪ Marketing-Mix gesamt	373
➤ Marketing-Positionierung	376
➤ Quellenverzeichnis	385
➤ Kontakt	387

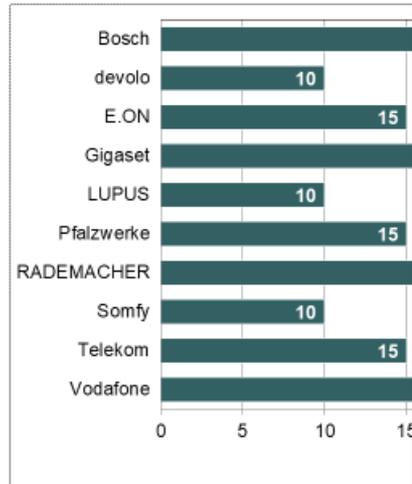
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Welche Einzelkomponenten nennen die Unternehmen?

Produkt Sortimentsbreite

Anzahl der Paketangebote der untersuchten Anbieter



Quelle: research tools



Produkt Produktfeatures

Einzelkomponenten

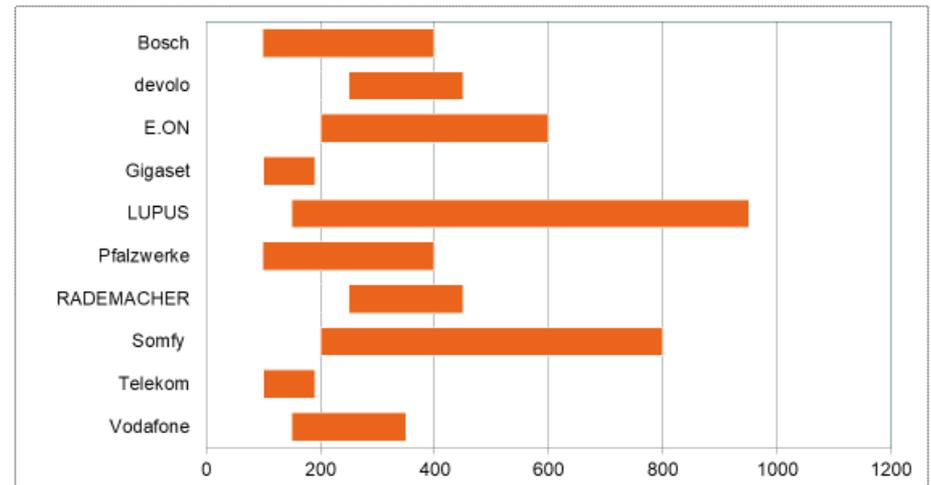
Anbieter	21	22	23	24	25	26	27
Bosch				1			
devolo							
E.ON		1					
Gigaset		2					
LUPUS	1			1	1	1	
Pfalzwerke				3		1	3
RADEMACHER			4				
Somfy				1			
Telekom			1	1	1	1	1
Vodafone		6					

Quelle: Websites der Anbieter



Konditionen Preispositionierung

Preisspanne Pakete (Angaben in Euro)



Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse
Smart Home 2020

Welches Pakete offerieren die Anbieter?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Konditionen

Preissetzung

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

Anbieter	Heizkörper-Thermostat
Bosch	40,00
devolo	50,00 – 70,00
E.ON	60,00
Gigaset	70,00
LUPUS	40,00 – 70,00
Pfalzwerke	50,00
RADEMACHER	60,00
Somfy	50,00 – 70,00
Telekom	40,00
Vodafone	50,00

Quelle: Website der Anbieter



Distribution

Vergleichsportal-Marketing

Platzierungen in Vergleichsportalen (Angabe: Rang)

Anbieter	1	2	3	4	5	6	7
Bosch	15	9			15	19	1
devolo	5	2		5	5	12	1
E.ON		12					1
Gigaset	7	5	2		7	5	1
LUPUS	6	1		6	6	11	
Pfalzwerke			1			3	
RADEMACHER	8				8		
Somfy	3	3		8	3	13	
Telekom	14				14		
Vodafone	4	10			4	10	

Quelle: research tools



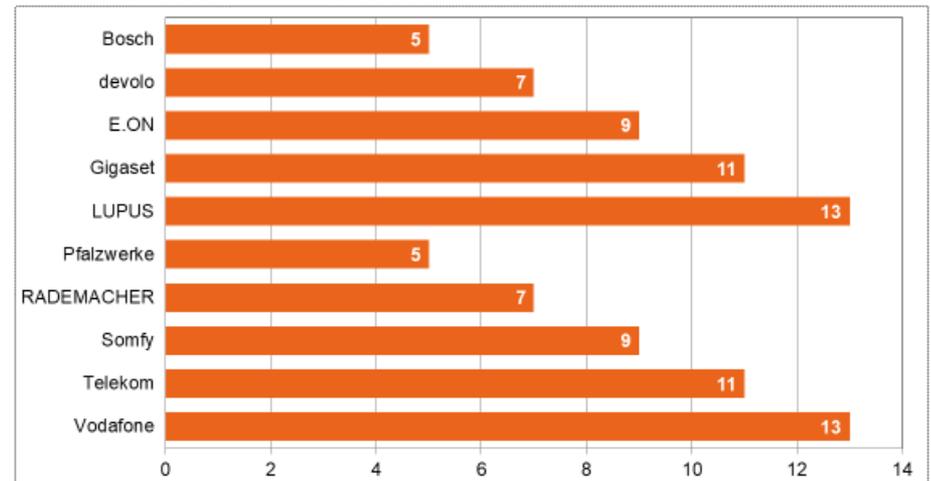
Welche Anbieter punkten durch ihre Vergleichsportalspräsenz?

Welche Anbieter profilieren sich mit günstigen Preisen?

Distribution

Kontaktwege

Anzahl der angebotenen Kontaktwege



Quelle: Website der Anbieter



Marketing-Mix-Analyse
Smart Home 2020

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation Suchmaschinen

Platzierungen in Suchmaschinen (Angabe in Anzahl Platzierungen)

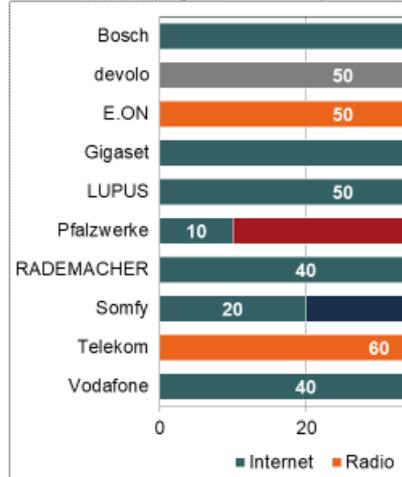
Anbieter	bing.de			
	1	2	3	4
Bosch				
devolo		1		1
E.ON				
Gigaset		1		1
LUPUS	2		2	
Pfalzwerke				
RADEMACHER				
Somfy				
Telekom	2		2	
Vodafone		1		1

Quelle: research tools



Kommunikation Werbung

Verteilung der Werbeausgaben für Kreditkarten auf die Medien nach Anbieter im Zeitraum Januar und Dezember 2019 (Angaben in Prozent)



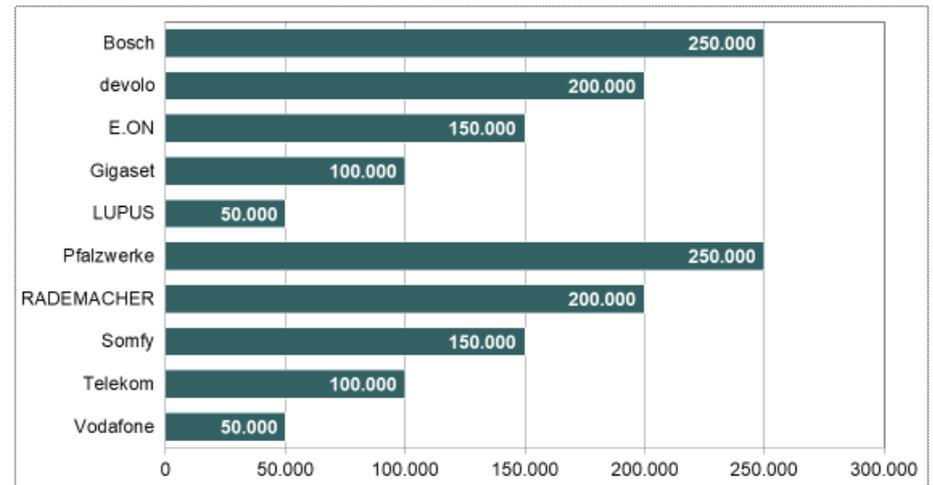
Quelle: AdVision digital, Berechnung durch research tools



Welche Ausgaben für mediale Werbung tätigen die Unternehmen?

Kommunikation Werbung

Werbeausgaben der Anbieter für Kreditkarten im Zeitraum Oktober 2018 und September 2019



Quelle: AdVision digital, Berechnung durch research tools



Marketing-Mix-Analyse
Smart Home 2020

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, Twitter und YouTube sowie Anteile bei Pressemitteilungen und Presseresonanz (Angaben in Prozent)

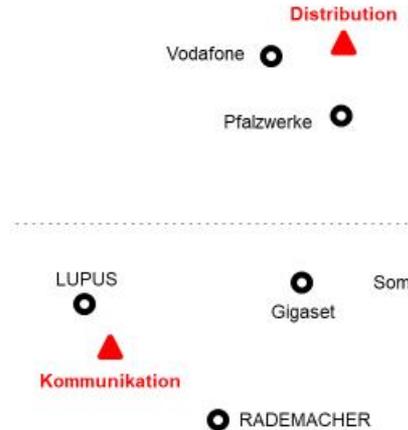
Anbieter	Facebook	Twitter
Bosch	5,0	15,0
devolo	15,0	5,0
E.ON	5,0	15,0
Gigaset	15,0	5,0
LUPUS	5,0	15,0
Pfalzwerke	15,0	5,0
RADEMACHER	5,0	15,0
Somfy	15,0	5,0
Telekom	5,0	15,0
Vodafone	15,0	5,0

Quelle: research tools; * Pressemitteilungen; ** Presseartikel



Marketing-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter

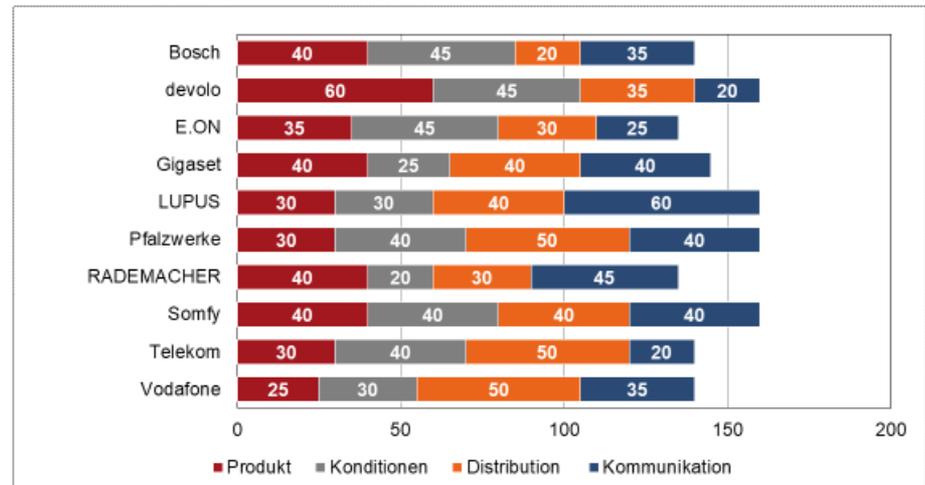


Welche Anbieter betreiben im Marketing-Mix hohen Aufwand?

Marketingranking

Marketing-Mix gesamt

Marketing-Mix-Efforts (Angaben in Prozent)



Marketing-Mix-Analyse
Smart Home 2020

In welchen PR-Medien weisen die Unternehmen Stärken auf?

Bestellformular

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

E-Mail: 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 2020.

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 erschienene Studien der Branchen Haustechnik/Energie/TK:

- Studie Social Media-Performance Energieanbieter 2019
- Studie eVisibility Heiztechnik 2019
- Studie Telekommunikations-Zielgruppe Onebrander 2019
- Studie eVisibility Energie 2019
- Studie Marketing-Mix-Analyse Wärmepumpen 2019
- Studie eVisibility Haussicherheit 2019

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen sind seit 2016 mehr als 40 Studien erschienen.

