

+++ B&T Touristik +++ Chamäleon +++ DERTOUR +++ Gebeco +++ Hirsch-Reisen +++ ROTALA +++ SKR +++ Studiosus +++ TUI +++ Windrose +++ B&T Touristik +++ Chamäleon +++ DERTOUR +++ Gebeco +++ Hirsch-

Studiensteckbrief

Marketing-Mix-Analyse Studienreisen 2017

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

August 2017

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse
Studienreisen 2017

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Die analysierten Reiseveranstalter bieten zwischen 33 und 215 Studienreisen an. Positionierung erfolgt dabei häufig über Reiseart, Reiseziel, Reisedauer und inkludierte Leistungen.
- Eine detaillierte Analyse der Reisepreise weist vier Anbieter mit günstigen Einstiegspreisen aus. Zwei Reiseveranstalter sprechen mit breiten Preisspannen unterschiedliche Zielgruppen an.
- Zwischen sieben und zwölf unterschiedliche Kontaktwege stellen die Reiseveranstalter zu Verfügung. Die Serviceteams von zwei Anbietern stehen zudem an Sonntagen für Anfragen zu Verfügung.
- Die Antwortqualität des Kundendienstes liegt bei Telefonanfragen deutlich höher als bei per eMail eingereichten Fragen.
- Innerhalb eines Jahres haben die zehn analysierten Reiseveranstalter knapp sieben Millionen Euro für klassische mediale Werbung zum Thema Studienreisen aufgewendet. Mehr als zwei Drittel dieser Investitionen entfallen auf ein Unternehmen.
- Drei Anbieter schalten kostenpflichtige Suchanzeigen in Bing und/oder Google.
- Neun Reiseveranstalter unterhalten Profile auf Social Media-Kanälen, sieben nutzen ihre Kanäle zur Kommunikation studienreiserelevanter Inhalte.

Informationen zur Studie



Product

➤ Ø 99,4
Studienreisen pro
Reiseveranstalter

➤ 96 %
der Studienreisen
mit deutschsprachigem
Reiseleiter

!



Place

➤ Ø 5,8 genutzte
Vergleichsportale pro
Reiseveranstalter

längste
Hotline-Betriebszeit:

➤ TUI



Price

günstigste
Einstiegspreise:

➤ DERTOUR

größte Preisspanne:

➤ Windrose

Promotion



höchste Investitionen in
mediale Werbung:

➤ Studiosus

➤ Σ 510 Postings
in Social Media Kanälen
durch die zehn Anbieter p.a.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse
Studienreisen 2017

Informationen zur Studie

Wichtigste USPs:

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

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

ganzheitliche Wettbewerbsanalyse aus **Anbietersicht**

alle Information auf **326 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 Studienreisen:

- B&T Touristik
- Chamäleon
- DERTOUR
- Gebeco
- Hirsch-Reisen
- ROTALA
- SKR
- Studiosus
- TUI
- Windrose

Informationen zur Studie

Analysierte Anbieter:

B&T Touristik

hohe Anzahl an Allein-
stellungen bei USPs

Chamäleon

Fokussierung außer-
europäischer Reiseziele

DERTOUR

günstige
Einstiegspreise

Gebeco

gute Performance in
Vergleichsportalen

Hirsch-Reisen

durchschnittlich
kürzere Reisedauern

ROTALE

Preisgünstigkeit

SKR

starke Präsenz in den
Social Media

Studiosus

mediale Werbung

TUI

lange Hotline-
Betriebszeiten

Windrose

große Preisspanne

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

Informationen zur Studie

Detaillierte Analyse des Marketingverhaltens von
zehn ausgewählten Anbietern von Studienreisen

Produkt

- Portfolio
- Produktkategorien
- Zielgruppen
- Reiseziele
- Reisedauer
- Inkludierte Leistungen
- Alleinstellungen
- ...

Konditionen

- Preise
- Einstiegspreise
- Preisspannen
- Medianpreise
- Preisklassen
- Produktgruppenvergleich
- Preisoptik
- ...

Distribution

- Vertriebskanäle
- Apps
- Hotline
- Websitefeatures
- Vergleichsportale
- Kontaktwege
- Mystery Calls
- Mystery 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, Zielgruppen, Reiseziele, Reisedauer
- Preisvergleich, Preisspannen, Preisklassen, Preisoptik
- Positionierung in 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:

- detaillierte Analyse von 994 Reiseangeboten
- 9 Studienreisekategorien
- 114 mögliche Zielländer
- 14 Preisklassen
- 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 August 2017 erschienen.

Preis: Die 326 Seiten umfassende Studie kostet **3.600 EUR** zuzüglich MwSt.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	7
➤ Forschungsdesign	14
➤ Produkt	17
▪ Portfolio	22
Anzahl Reiseangebote, Reisekategorien	
▪ Zielgruppen	26
▪ Produktfeatures	27
Inkludierte Leistungen	
▪ Länder	35
Verfügbare Reiseziele, nach Kontinenten, Alleinstellungen	
▪ Reisedauer	55
Spanne, arithmetisches Mittel, Median, Modus	
▪ Weitere Produktmaßnahmen	57
▪ Alleinstellungsmerkmale	59



Inhaltsverzeichnis

➤ Konditionen	61
▪ Preise	65
Websitepreise, Preisspannen, Einstiegspreise, Höchstpreise, Medianpreise	
▪ Preisklassen	67
▪ Preisanalyse	71
Preisvergleich innerhalb von Produktgruppen, Ranking	
▪ Preisoptik	74
Designfeatures, Beträge, Preisattribute, Usability	
▪ Hotline-Gebühren	80
▪ Alleinstellungsmerkmale	81
➤ Distribution	83
▪ Vertriebswege	88
Reisebüros, Internet, mobiler Vertrieb, Telefon	
▪ Vertriebsmodelle	89
Freundschaftswerbung, Vertriebspartner	
▪ Website	91
Usability, Features	



Inhaltsverzeichnis

▪ Apps für mobile Endgeräte	95
▪ Kontaktmöglichkeiten	98
Hotline, Filialen, schriftlicher Kontakt, Social Media	
▪ Vergleichsportal-Marketing	105
Vergleichsportale, Listungen, Platzierungen, Scoring	
▪ Servicecenter-Performance Telefon	109
50 Mystery Calls zu Wartezeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
▪ Servicecenter-Performance Online	114
50 Mystery Mails zu Reaktionszeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
▪ Weitere Distributionsmaßnahmen	125
▪ Alleinstellungsmerkmale	127
➤ Kommunikation	129
▪ Website	138
Slogans, Nutzenargumente	
▪ Flyer und Prospekte	148
Formate, Inhalte, Motive	
▪ Kundenmedien	161
Kundenmagazin, Newsletter	



Inhaltsverzeichnis

▪ Werbung	162
Werbeaufwendungen nach Mediengattungen, im Zeitverlauf, wichtige Werbemotive	
▪ Suchmaschinen-Marketing	179
Platzierung von Suchtreffern und Suchanzeigen, Scoring	
▪ Social Media-Marketing	191
Blog, Forum, Facebook, Google+, Twitter, YouTube, Scoring	
▪ Public Relations	216
Pressemitteilungen, Presseresonanz, Presseeffizienz	
▪ USP-Analyse	225
Verwendete USPs nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
▪ Motivanalyse	250
Verwendete Motive nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
▪ Alleinstellungsmerkmale	263
➤ Stärken und Schwächen	265
➤ Marketingranking	279
▪ Produkt	282
▪ Konditionen	288



Inhaltsverzeichnis

▪ Distribution	294
▪ Kommunikation	303
▪ Marketing-Mix gesamt	312
➤ Marketing-Positionierung	315
➤ Quellenverzeichnis	323
➤ Kontakt	325



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

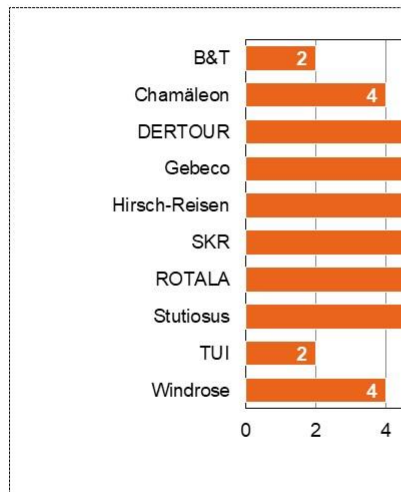
Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse
Studienreisen 2017

Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produkt Portfolio

Anzahl der verfügbaren Studienreisen nach Anbieter



Quelle: research tools



Produkt Länder

Verfügbare Reiseziele nach Anbieter

Anbieter	181	182	183	184	185	186	187
B&T		x	x			x	
Chamäleon		x				x	
DERTOUR		x	x		x	x	
Gebeco		x	x		x	x	
Hirsch-Reisen					x		
ROTALE					x		
SKR		x			x	x	
Studiosus		x	x		x	x	
TUI		x	x		x	x	
Windrose					x		

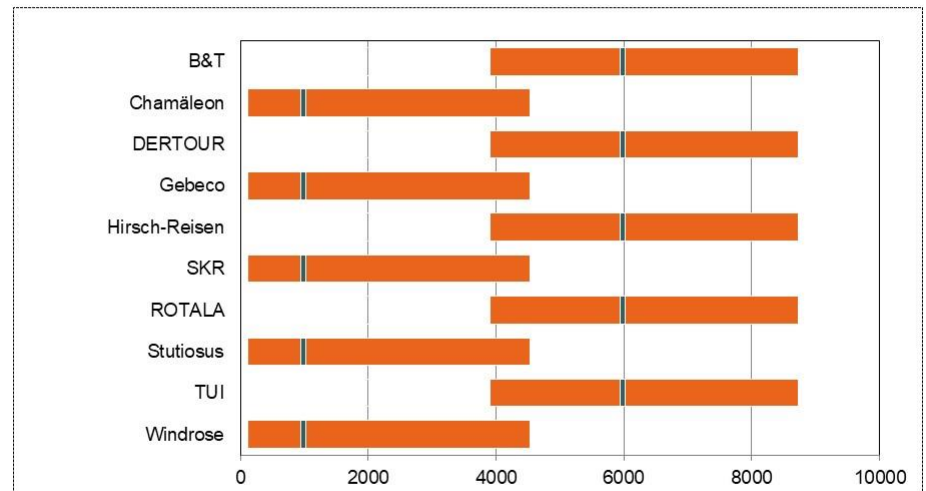
Quelle: Website der Anbieter



Wie groß sind die Preisspannen bei den Veranstaltern?

Konditionen Preise

Preisspanne der Studienreisen (Angaben in Euro)



Quelle: research tools; der grüne Balken zeigt jeweils den durchschnittlichen Medianpreis der Anbieter an



Marketing-Mix Analyse
Studienreisen 2017

Welches Produktportfolio offerieren die Anbieter?

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Konditionen

Preisklassen

Anteil Produkte nach Preisklassen

Anbieter	0-200 Euro	200-500 Euro	500-1000 Euro
B&T			
Chamäleon		8	22
DERTOUR			
Gebeco		8	22
Hirsch-Reisen			
SKR		8	22
ROOTALA			
Studiosus		8	22
TUI			
Windrose		8	22

Distribution

Servicecenter-Performance Telefon

Telefonanfragen

Anbieter	Erster Kontakt	Zeit in W schleife
B&T	Bandansage	0:20-4:32 Ø 2:30 r
Chamäleon	persönlich	-
DERTOUR	Bandansage	0:20-4:32 Ø 2:30 r
Gebeco	Bandansage	0:20-4:32 Ø 2:30 r
Hirsch	persönlich	-

Distribution

Website

Websites-Features

Anbieter	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
B&T	x			x			x			x					x			x		x
Chamäleon	x			x		x	x			x					x			x	x	x
DERTOUR	x			x			x			x					x			x		x
Gebeco	x			x		x	x			x					x			x	x	x
Hirsch-Reisen	x			x			x			x					x			x		x
SKR	x			x		x	x			x					x			x	x	x
ROOTALA	x			x			x			x					x			x		x
Studiosus	x			x		x	x			x					x			x	x	x
TUI	x			x			x			x					x			x		x
Windrose	x			x		x	x			x					x			x	x	x

Quelle: research tools



Marketing-Mix Analyse
Studienreisen 2017

Mit welchen Website-Features punkten die Veranstalter?

Welche Anbieter überzeugen bei Kundenanfragen mit hoher Antwortqualität?

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation

Suchmaschinen-Marketing

Platzierungen in Suchmaschinen (Angabe in Anzahl Platzierungen)

Anbieter	bing.de			
	1	2	3	4
B&T		2		
Chamäleon				
DERTOUR				
Gebeco		2	1	
Hirsch-Reisen		2		
SKR				
ROOTALA	1			
Studiosus				
TUI		2	1	
Windrose		2		

Quelle: research tools

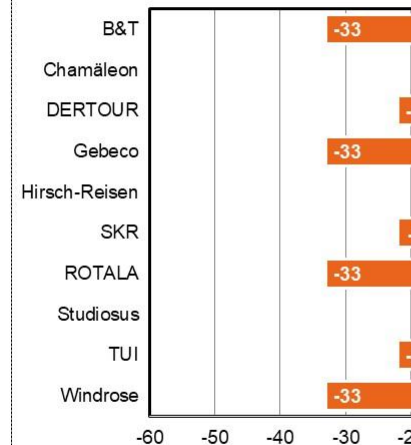


Welche Präsenz zeigen die Anbieter in Suchmaschinen?

Kommunikation

Presseeffizienz

Berechnung: Anteil bei Presseartikeln minus Anteil bei Pressemitteilungen



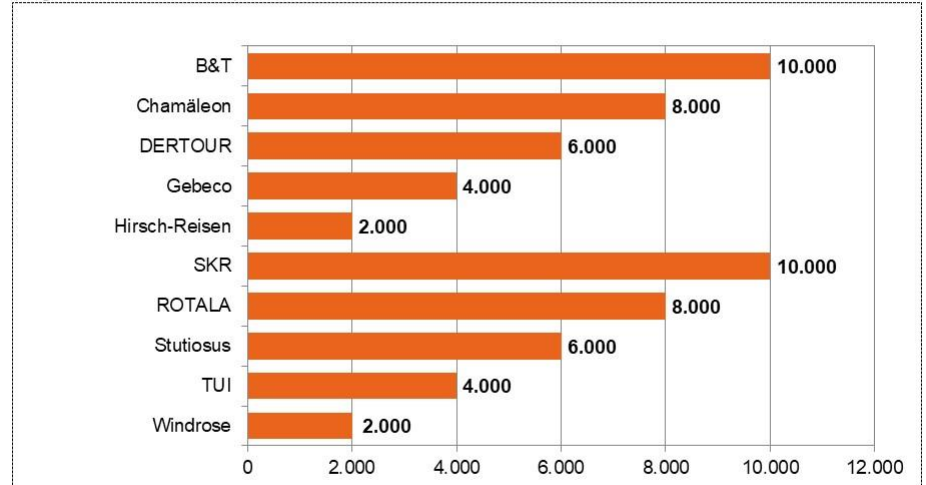
Quelle: Deutsche Tageszeitungen, Publikumszeitschriften und Fachzeitschriften



Kommunikation

Werbung

Verteilung der Werbeausgaben für Studienreisen nach Anbieter von August 2016 bis Juli 2017 (Angaben in Tausend Euro)



Quelle: AdVision digital; Berechnungen durch research tools



Marketing-Mix Analyse
Studienreisen 2017

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)

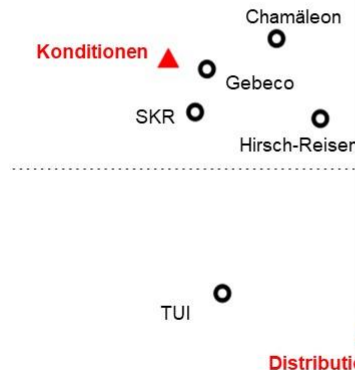
Anbieter	Faceb.	Google+	Twitter
B&T	20,0	20,0	40
Chamäleon	40,0	20,0	
DERTOUR	-	20,0	20
Gebeco	-	-	
Hirsch-Reisen	-	-	
SKR	20,0	20,0	
ROOTALA	-	-	
Studiosus	-	-	
TUI	-	-	
Windrose	20,0	20,0	40

Quelle: research tools; * Pressemitteilungen ** Presseartikel



Marketing-Similarity

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter

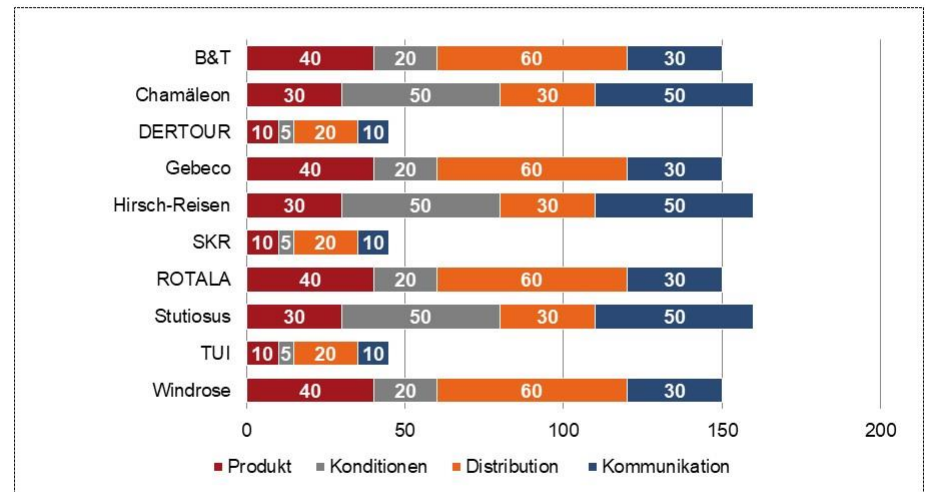


Welche Anbieter ähneln sich hinsichtlich ihrer Fokussierung auf einzelne Marketingbereiche?

Marketingranking

Marketing-Mix gesamt

Marketing-Mix-Efforts (Angaben in Prozent)



In welchen PR-Medien weisen die Veranstalter Stärken auf?



Marketing-Mix Analyse
Studienreisen 2017

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 Studienreisen 2017.

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 Tourismusbranche erschienen:

- Werbemarktanalyse Fluggesellschaften 2017
- Werbemarktanalyse Kreuzfahrten 2017
- Werbemarktanalyse Touristische Zielgebiete 2016
- Studie eVisibility Reisen 2016
- Werbemarktanalyse Fluggesellschaften 2016
- Marketing-Mix-Analyse Reiseversicherung 2016

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Tourismusbranche erschienen seit 2015 acht Studien. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen erschienen seit 2015 über 30 Studien.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse
Studienreisen 2017