

+++ Bosch Thermotechnik +++ Buderus +++ Glen Dimplex +++ OCHSNER +++ REMKO +++ ROTEX +++
STIEBEL ELTRON +++ Vaillant +++ Viessmann +++ WOLF +++ Bosch Thermotechnik +++ Buderus +++ Glen

Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse Wärmepumpen 2019

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

August 2019

powered by:




Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die Portfolios der zehn Anbieter umfassen zwischen 29 und 183 Produkte im Bereich Wärmepumpen.
- In der Preisanalyse präsentiert sich kein Anbieter als durchgehend günstig oder hochpreisig. Bei den analysierten Vergleichsportalen und Onlinehändlern liegt die Spannweite der Preise bei durchschnittlich rund 19.000 Euro.
- Zwischen sechs und acht unterschiedliche Kontaktwege stellen die Anbieter zur Verfügung. Im Durchschnitt stehen die Serviceteams der Anbieter an 57 Stunden pro Woche für Kundenanfragen bereit.
- Die Antwortqualität des Kundendienstes zeigt bei Telefon- und per E-Mail eingereichten Anfragen deutliches Potenzial. Ein Anbieter beantwortet die telefonisch gestellten Fragen in vollem Umfang.
- Innerhalb eines Jahres haben die zehn analysierten Anbieter knapp 250.000 Euro für klassische mediale Werbung aufgewendet.
- Neun der zehn Anbieter kommunizieren produktrelevante Inhalte über ihre Social Media-Kanäle. Dazu wurden über 370 relevante Beiträge innerhalb von zwölf Monaten veröffentlicht.


Informationen zur Studie

Key Facts der Marketing-Mix-Bereiche:



Product

➤ **Ø 77,0**
Wärmepumpen
pro Anbieter



Top-Service Kundendienst
bei Telefonanfragen:

➤ **Ochsner**



Place

höchste Anzahl angebotener
Kontaktwege:

➤ **Rotex**

Marketing-Mix Wärmepumpen

größte Preisspanne
Onlinehandel/Portale:


➤ **Stiebel Eltron**




Price

➤ **Ø 4,4** Pressemitteilungen
pro Anbieter p.a.

➤ **Ø 37,4** 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 **360 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 Wärmepumpen

- Bosch Thermotechnik
- Buderus
- Glen Dimplex
- OCHSNER
- REMKO
- ROTEX
- STIEBEL ELTRON
- Vaillant
- Viessmann
- WOLF

Informationen zur Studie

Analysierte Anbieter:

**Bosch
Thermotechnik**

starke Presseresonanz

Buderus

hohe Anzahl an
Niederlassungen

Glen Dimplex

starke Werbeaktivität
in Fachmagazinen

OCHSNER

hohe Antwortqualität
bei Telefonanfragen

REMKO

starke Werbeaktivität
in Publikumszeitschrift.

ROTEX

hohe Konsistenz bei
USPs und Motiven

STIEBEL ELTRON

starke Präsenz in
Vergleichsportalen

Vaillant

starke Präsenz in
Suchmaschinen

Viessmann

breites Produktangebot

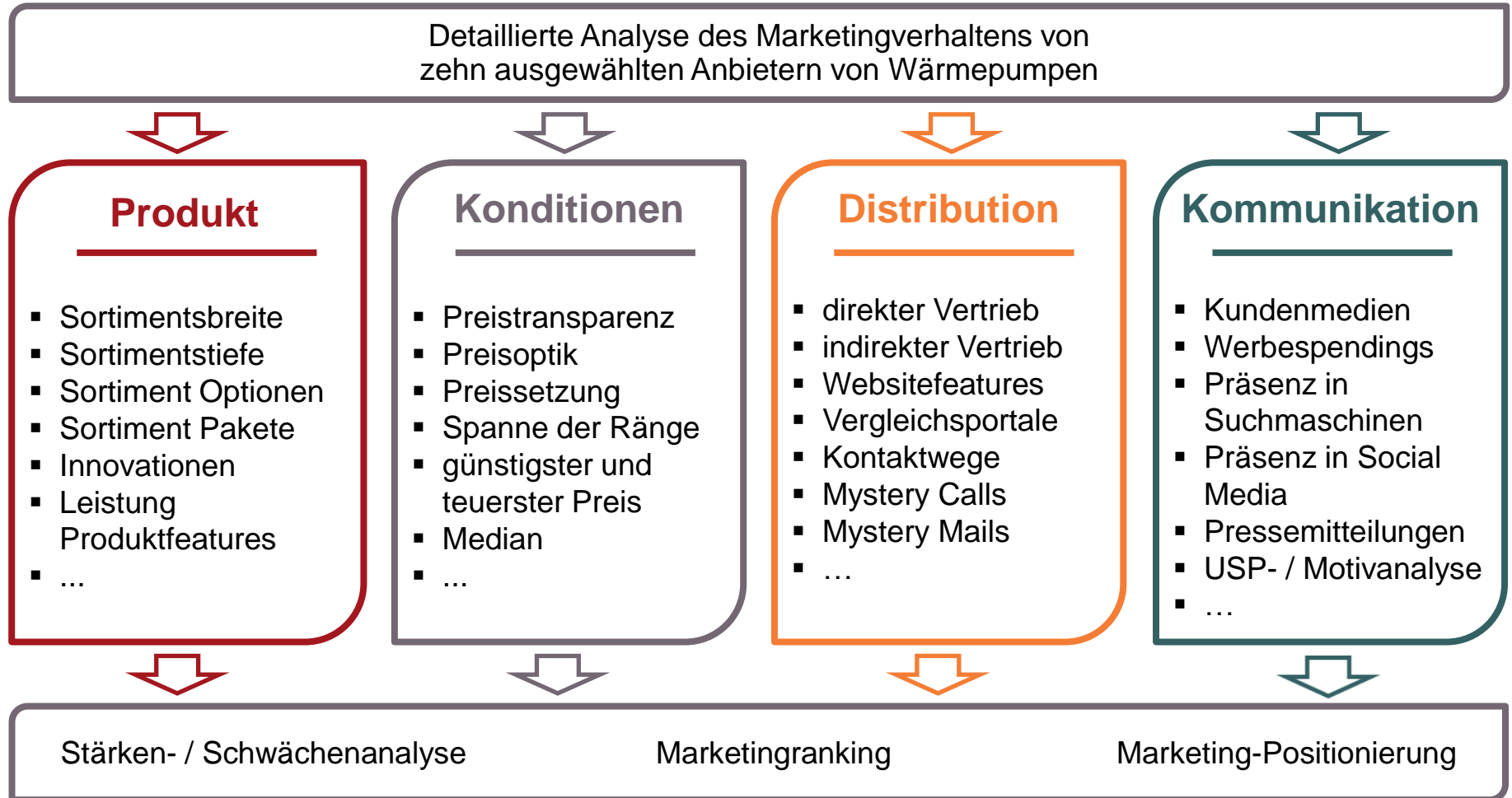
WOLF

große Anzahl an
YouTube-Videos

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

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Analysen:

- Produktportfolio-Vergleich, Produktfeatures, Zusammensetzung Pakete
- Preisvergleiche, 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 770 Wärmepumpen
- Preisspannenanalyse aus 6 Preisvergleichsseiten
- 11 analysierte Vergleichsportale
- 35 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 August 2019 erschienen.

Preis: Die 360 Seiten umfassende Studie kostet **3.600 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	6
➤ Forschungsdesign	14
➤ Produkt	17
▪ Sortimentsbreite	21
Anzahl Produkte, Produktserien, Wärmeleistung, Schalleistungspegel, Warmwasservolumen	
▪ Sortimentstiefe	63
Zielgruppen: Einfamilienhäuser, Mehrfamilienhäuser, Gewerbe, Neubau, Modernisierung	
▪ Sortiment Pakete	64
Zusammensetzung	
▪ Innovationen	70
Naming	
▪ Service	72
▪ Produktqualität	74
Auszeichnungen, Testberichte, Gütesiegel	
▪ Weitere Produktmaßnahmen	80



Inhaltsverzeichnis

➤	Konditionen	85
▪	Preistransparenz	89
	Kanäle mit Preisinformationen	
▪	Preisoptik	90
	Designfeatures, Beiträge, Preisattribute, Usability	
▪	Preissetzung	96
	Preisvergleich im Vergleichsportal	
▪	Preispositionierung	101
	Häufigkeit eines Rangplatzes im Bereich 1-5, Mittlere Abweichung vom durchschnittlichen Rang, günstigster und teuerster Preis (Vergleichsportale/Onlinehändler)	
▪	Nebenkonditionen	105
	Hotline-Kosten, Vergünstigungen	
➤	Distribution	108
▪	Vertriebswege direkter Vertrieb	113
	Filiale, Ansprechpartner, Fachpartner, Internet, Software	
▪	Vertriebswege indirekter Vertrieb	117
	Freundschaftswerbung und Vertriebspartner	
▪	Website Usability	119
▪	Website Features	120



Inhaltsverzeichnis

▪ Distributionsgrad	123
Onlinehändler	
▪ Vergleichsporta-Marketing	125
Platzierungen, Listung, Portalpräsenz	
▪ Kontaktwege	130
▪ Servicecenter-Performance bei Telefonanfragen	134
Telefonanfragen: Hotlinezeiten, Mystery Calls zu Wartezeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
Servicecenter-Performance bei Onlineanfragen	142
Onlineanfragen: Formulareigenschaften, Mystery Mails zu Reaktionszeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
▪ Servicecenter-Performance insgesamt	152
➤ Kommunikation	155
▪ Website	164
Slogans, Nutzenargumente	
▪ Flyer und Prospekte	174
Formate, Inhalte, Motive	
▪ Kundenmedien	188
Kundenmagazin, Newsletter, Blog, Forum	
▪ Werbung	189
Werbeausgaben, Werbemotive	



Inhaltsverzeichnis

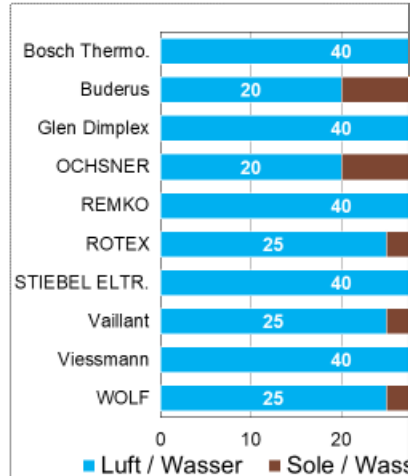
▪ Suchmaschinen	205
Organische Suchergebnisse und Paid Search	
▪ Social Media & PR	222
Social Media: Facebook, YouTube; Influencer; PR: Pressemitteilungen, Presseresonanz, Presseeffizienz, Kommunikationstiming	
▪ USP-Analyse	269
Verwendete USPs nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
▪ Motivanalyse	284
Verwendete Motive nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
➤ Stärken und Schwächen	299
➤ Marketingranking	313
▪ Produkt	316
▪ Konditionen	322
▪ Distribution	328
▪ Kommunikation	337
▪ Marketing-Mix gesamt	346
➤ Marketing-Positionierung	349
➤ Quellenverzeichnis	357
➤ Kontakt	359

Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produkt Sortimentsbreite

Anzahl der Produkte der Untersuchten Unternehmen nach Wärmepumpenart



Quelle: research tools



Produkt Sortimentsbreite

Produkteigenschaften Warmwasser-Wärmepumpen

Anbieter	Serie	ENERG Schalleist. (Inneneinh.)
Bosch Thermotechnik	Serie 1	50 – 60dB
Buderus	Serie 1	55 – 65dB
Buderus	Serie 2	50 – 65dB
Glen Dimplex	Serie 1	55 – 60dB
OCHSNER	Serie 1	50 – 60dB

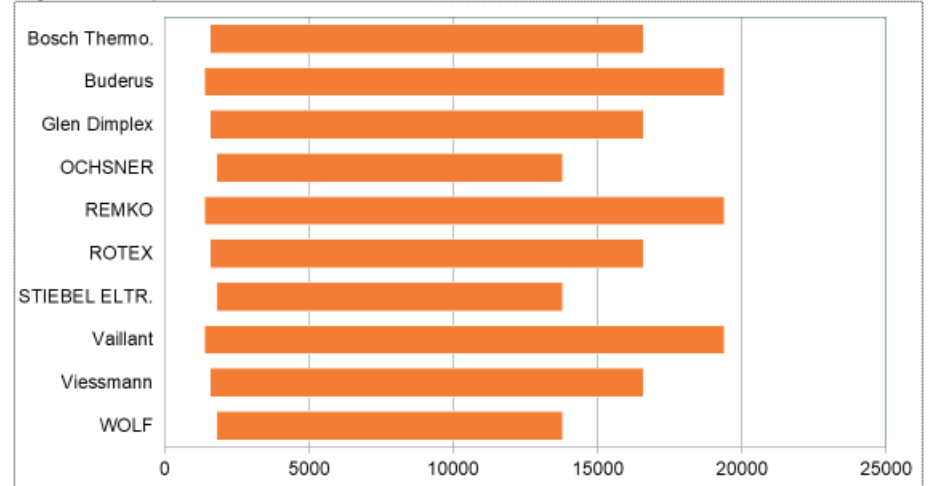
Quelle: Website der Anbieter



Welche Produkteigenschaften benennen die Hersteller?

Konditionen Preispositionierung

Spanne der Preise für eine Wärmepumpe in Vergleichsportalen und bei Onlinehändlern (Kernpaket; Angaben in Euro)



Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse
Wärmepumpen 2019

Welches Produktportfolio offerieren die Anbieter?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Konditionen

Preissetzung

Preisvergleich der Warmwasserwärmepumpen und Luft-/Wasser Wärmepumpen (ENERG*)

Anbieter	Warmwasser-wärmepumpe	Luft/Was-3-6 kW
Bosch Thermo.	1.700,00 €	3.500,00
Buderus	1.600,00 €	4.000,00
Glen Dimplex	1.500,00 €	4.500,00
OCHSNER	1.700,00 €	3.500,00
REMKO	1.600,00 €	4.000,00
ROTEX	1.500,00 €	4.500,00
STIEBEL ELTR.	1.700,00 €	3.500,00
Vaillant	1.600,00 €	4.000,00
Viessmann	1.500,00 €	4.500,00
WOLF	1.700,00 €	3.500,00

Quelle: idealo.de * bei Mitteltemperaturanwendung und durchschnittlich



Distribution

Servicecenter-Performance bei Telefonanfragen

Telefonanfragen

Anbieter	Erster Kontakt	Zeit in W-schlei
Bosch Thermotechnik	Persönlich	0:30 – 1 Min. Ø 01:00
Buderus	Bandansage	0:15 – 0 Min. Ø 00:30
Glen Dimplex	Persönlich	0:30 – 1 Min. Ø 01:00
OCHSNER	Bandansage	0:15 – 0 Min. Ø 00:30
REMKO	Persönlich	0:30 – 1 Min. Ø 01:00

Quelle: research tools



Welche Anbieter überzeugen bei Kundenanfragen?

Mit welchen Websitefeatures punkten die Anbieter?

Distribution

Website Features

Websites-Features

Anbieter	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Bosch Thermo.	x		x		x		x	x		x	x		x		x		x	
Buderus		x	x		x	x			x	x		x	x		x	x		x
Glen Dimplex	x		x		x			x		x	x		x		x			x
OCHSNER				x										x				x
REMKO	x			x		x		x			x			x		x		x
ROTEX	x			x		x		x			x			x		x		x
STIEBEL ELTR.				x										x				x
Vaillant	x		x		x			x		x	x		x		x			x
Viessmann		x	x		x	x			x	x		x	x		x	x		x
WOLF			x		x		x			x			x		x		x	

Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse Wärmepumpen 2019

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation Suchmaschinen

Platzierungen in Suchmaschinen (Angabe in Anzahl Platzierungen)

Anbieter	bing.de			
	1	2	3	4
Bosch Thermo.		2		2
Buderus	2		1	
Glen Dimplex		2		2
OCHSNER	2		1	
REMKO		2		2
ROTEX	2		1	
STIEBEL ELTR.		2		2
Vaillant	2		1	
Viessmann		2		2
WOLF	2		1	

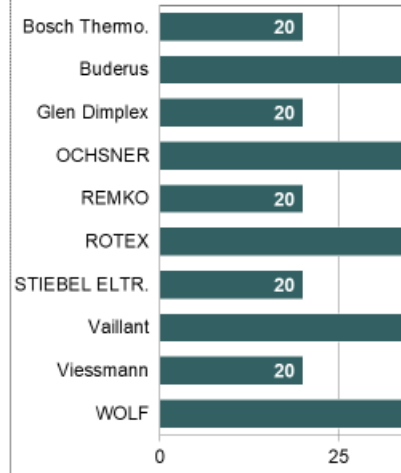
Quelle: research tools



Welche Präsenz zeigen die Anbieter in Suchmaschinen?

Kommunikation Werbung

Werbeausgaben der Anbieter für Wärmepumpen im Zeitraum April 2018 bis März 2019 (Angaben in Tausend Euro)



Quelle: AdVision digital, Berechnung durch research tools

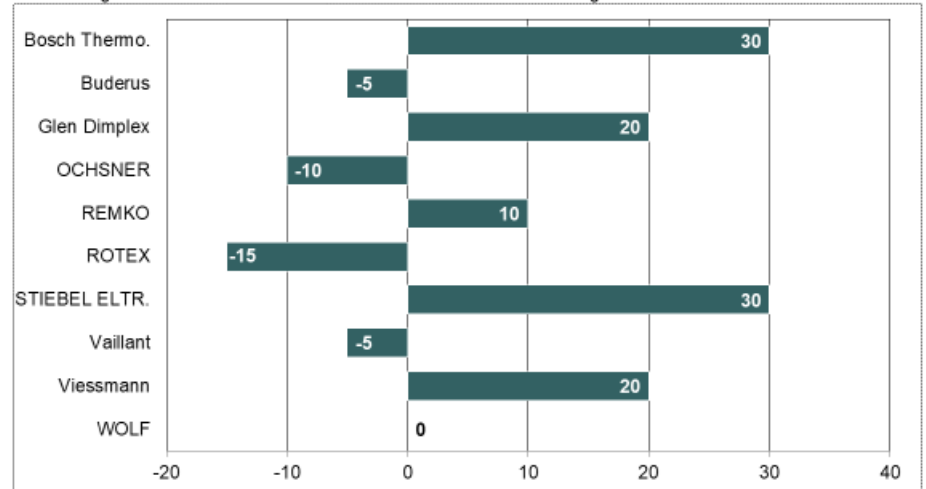


Welche Ausgaben für mediale Werbung tätigen die Unternehmen?

Kommunikation Social Media & PR

Presseeffizienz

Berechnung: Anteil bei Presseartikeln minus Anteil bei Pressemitteilungen



Quelle: Website der Anbieter, Genius



Marketing-Mix-Analyse
Wärmepumpen 2019

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)

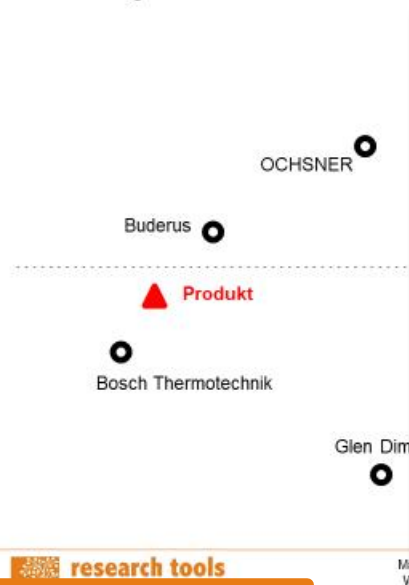
Anbieter	Marketing-Positionierung	
	Facebook	Twitter
Bosch Thermo.	5,0	15,0
Buderus	15,0	5,0
Glen Dimplex	5,0	15,0
OCHSNER	15,0	5,0
REMKO	5,0	15,0
ROTEX	15,0	5,0
STIEBEL ELTR.	5,0	15,0
Vaillant	15,0	5,0
Viessmann	5,0	15,0
WOLF	15,0	5,0

Quelle: research tools; * Pressemitteilungen; ** Presseartikel



Marketing-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter

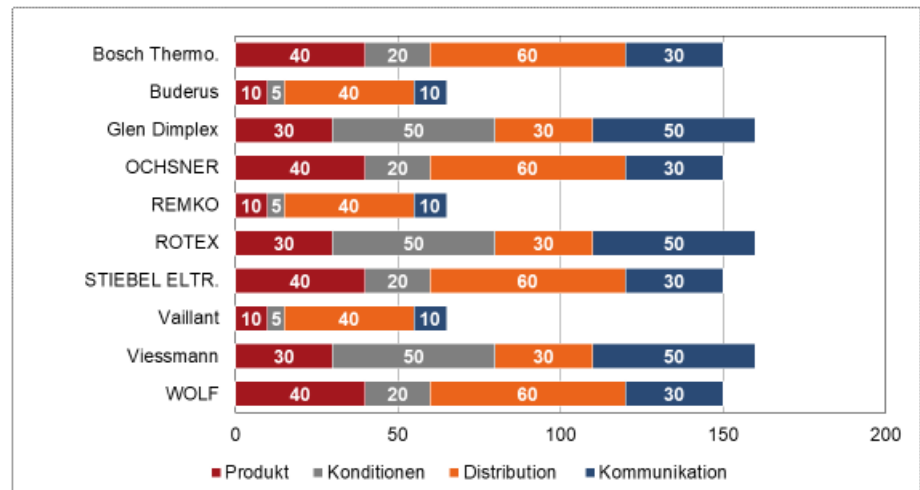


Welche Anbieter betreiben im Marketing-Mix hohen Aufwand?

Marketingranking

Marketing-Mix gesamt

Marketing-Mix-Efforts (Angaben in Prozent)



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 Wärmepumpen 2019.

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 Branche Haustechnik erschienen:

- Studie eVisibility Pumpen 2019
- Studie eVisibility Haussicherheit 2019
- Studie eVisibility Raumklimageräte 2018
- Studie eVisibility Sanitär Heizung Klima 2017
- Werbemarktanalyse Haustechnik 2017
- Marketing-Mix-Analyse Smart Home 2016

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen erschienen seit 2015 mehr als 50 Studien.

