

+++ Bosch +++ Buderus +++ DAIKIN +++ Dimplex +++ Mitsubishi +++ NIBE +++ STIEBEL ELTRON +++  
+ Vaillant +++ Viessmann +++ WOLF +++ Bosch +++ Buderus +++ DAIKIN +++ Dimplex +++ Mitsubishi +++ NI

Studiensteckbrief

# Marketing-Mix-Analyse Wärmepumpen 2023

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Februar 2023

powered by:



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse  
Wärmepumpen 2023

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Der Anbieter mit der geringsten Anzahl an Wärmepumpen hat immerhin 42 verschiedene Produkte im Portfolio.
- In der Preisvergleichsanalyse von fünf Produkttypen präsentieren sich drei Anbieter als jeweils günstigste. Preisspannen und Medianwerte liegen bei den zehn analysierten Anbietern mitunter sehr weit auseinander.
- Zwischen acht und zwölf unterschiedliche Kontaktwege stellen die Anbieter zur Verfügung. Im Durchschnitt stehen die Serviceteams der Anbieter an 73 Stunden pro Woche für Kundenanfragen bereit.
- Die Antwortqualität des Servicecenters zeigt bei Telefon- und per E-Mail eingereichten Anfragen Potenzial. Kein Anbieter beantwortet die gestellten Fragen in vollem Umfang.
- Innerhalb eines Jahres haben die zehn analysierten Anbieter rund 3,4 Millionen Euro für klassische mediale Kommunikation zum Thema Wärmepumpen aufgewendet.
- Alle zehn Anbieter kommunizieren produktrelevante Inhalte über ihre Social Media-Kanäle. Dazu wurden 946 relevante Beiträge innerhalb von zwölf Monaten veröffentlicht.
- Die Leistungsdichte im Marketing ist hoch, die zehn analysierten Anbieter liegen vergleichsweise eng beieinander, mit allerdings großen Unterschieden in den vier Marketing-Mix-Bereichen.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Marketing-Mix-Bereiche:



**Product**

➤ **Ø 30,6**  
Produktserien in der  
Kategorie Wärmepumpen  
pro Anbieter



beste Präsenz in  
Vergleichsportalen:

➤ **STIEBEL ELTRON**



**Place**

höchste Anzahl angebotener  
Kontaktwege:

➤ **Vaillant**

### Marketing-Mix Wärmepumpen



**Price**

größte Preisspanne bei  
Luft-Wasser-Pumpen:

➤ **Dimplex**

➤ **Ø 120,0** Pressemeldungen  
pro Anbieter p.a.

➤ **Ø 94,6** 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 **537 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
- Buderus
- DAIKIN
- Dimplex
- Mitsubishi
- NIBE
- STIEBEL ELTRON
- Vaillant
- Viessmann
- WOLF

# Informationen zur Studie

## Analysierte Anbieter:

**Bosch**

zahlreiche Beiträge in Social Media

**Buderus**

kundenfreundliche Hotline-Betriebszeiten

**DAIKIN**

zahlreiche Alleinstellungen bei Motiven

**Dimplex**

große Preisspanne bei Luft-Wasser-Pumpen

**Mitsubishi**

breites Produktangebot

**NIBE**

hohe Konsistenz der verwendeten Motive

**STIEBEL ELTRON**

hohe Anzahl an Pressemitteilungen

**Vaillant**

hohe Anzahl angebotener Kontaktwege

**Viessmann**

starke Presseresonanz

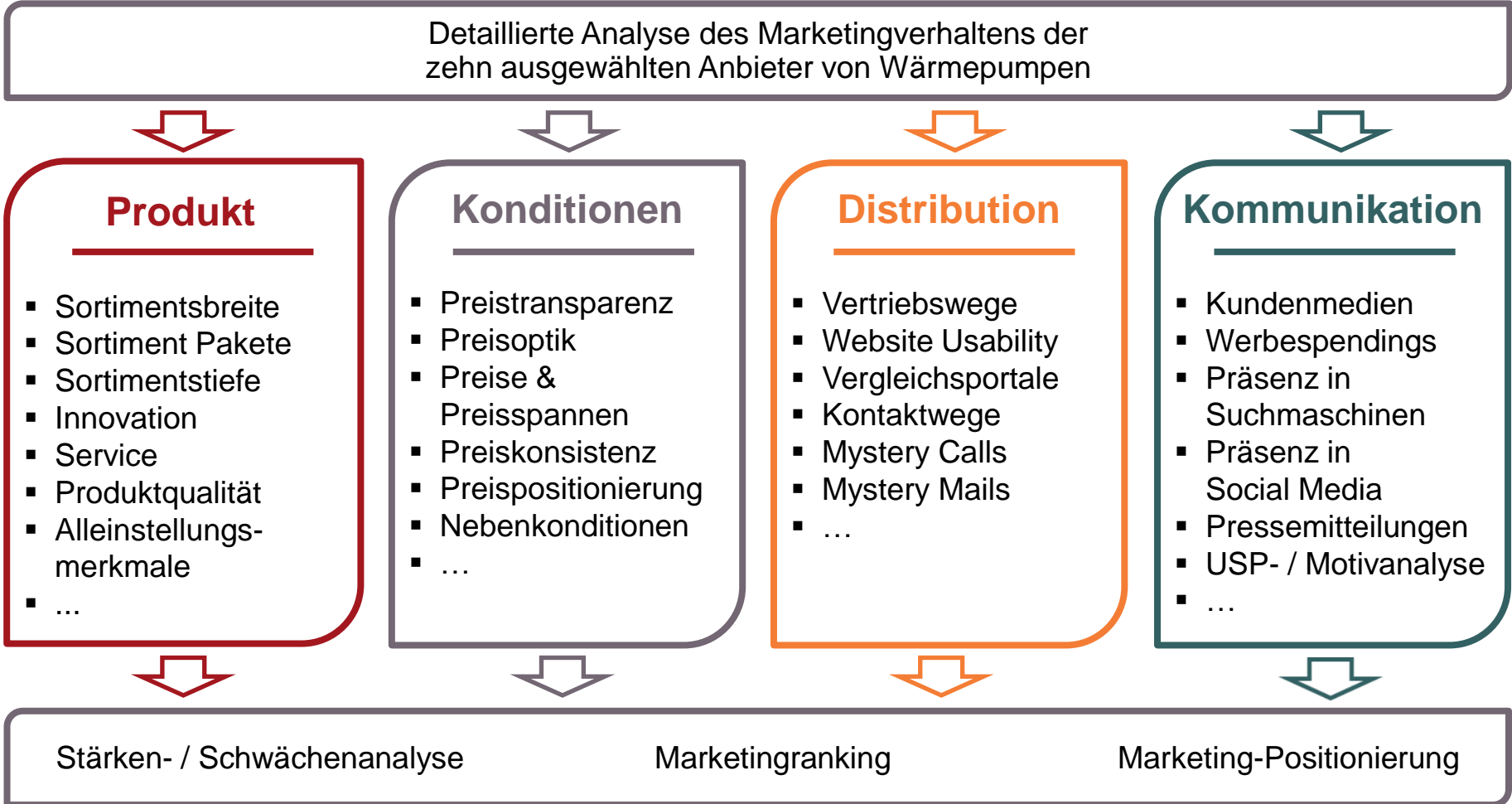
**WOLF**

hohe Anzahl an Alleinstellungen bei Motiven

Diese Studie analysiert im Bereich Online-Broker 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, Produktleistungen, Auszeichnungen
- Preisvergleiche für fünf Produkttypen, Preisranking, Preisspannen
- 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 von Konsistenz und Alleinstellung bei Vorteilsargumenten und Werbemotiven
- Marketing-Mix-Ranking auf Basis der erfassten Marketingmaßnahmen
- statistische Analyse der Marketing-Positionierung

### Die Studie in Zahlen:

- 10 Anbieter im Vergleich
- detaillierte Analyse von > 300 Produkten
- Vergleich niedrigste Anbieterpreise von 5 Produkttypen
- 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 verschiedenen Sekundärquellen. Hier sind insbesondere die kostenpflichtigen Daten von **AdVision digital** (Werbespendings, Werbemotive) zu nennen. Die Studie ist im Februar 2023 erschienen.

**Preis:** Die 537 Seiten umfassende Studie kostet **4.200 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.



# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	7
➤ Forschungsdesign	19
➤ Produkt	22
▪ Produktportfolio	27
Sortimentsbreite: Produkte, Produktserien, Schallleistungspegel, Abmessung, Wärmeleistung, COP-Werte, Stromverbrauch, Warmwasservolumen; Sortiment Pakete: Anteile, Zusammensetzung; Sortimenttiefe: Zielgruppen (Einfamilien, Mehrfamilien, Gewerbe, Neubau, Modernisierung)	
▪ Innovation	130
Naming	
▪ Service	134
Digitale Tools: Apps und weitere Software	
▪ Produktqualität	140
Auszeichnungen, Testberichte, Gütesiegel	
▪ Weitere Produktmaßnahmen	147
Besonderheiten und Alleinstellungen	



# Inhaltsverzeichnis

➤ <b>Konditionen</b>	152
▪ <b>Preiswahrnehmung</b>	157
Preistransparenz: Kanäle mit Preisinformationen, Usability; Preisoptik: Designfeatures, Eigenschaften der Preise, Preisattribute	
▪ <b>Preissetzung</b>	164
Preisgünstigkeit: Nutzungsprofile; Preisspanne: Preisvergleich Warmwasser, Luft-Wasser und Sole-Wasser-Wärmepumpen; Preisdifferenzierung: Kennzahlen der Preise nach Nutzungsprofilen und Anbietern, Medianwerte der Preise über alle Nutzungsprofile, Prozentuale Abweichung vom mittleren Preisniveau; Preiskonsistenz: Prozentuale Abweichungen vom mittleren Eigenpreisniveau	
▪ <b>Preispositionierung</b>	176
Preisranking: Ranking nach dem günstigsten Preis, Kennzahlen der Rangplätze, durchschnittliche Rangplätze, Anteile an Erstplatzierungen	
▪ <b>Nebenkonditionen</b>	180
Hotline-Kosten: Gebühren; Vergünstigungen: Förderungen, Angebote und Rabatte	



# Inhaltsverzeichnis

➤ Distribution	183
▪ Vertriebswege	187
Direkter Vertrieb: Genutzte Vertriebswege, verfügbare Betriebssysteme für Apps, Eigenschaften der Android-Apps; Indirekter Vertrieb: Freundschaftswerbung und Vertriebspartner	
▪ Website	193
Usability: Produktbezogene Benutzerfreundlichkeit; Features: produktbezogene Merkmale und Informationen; Positionierung: Positionierung der Anbieter	
▪ Vergleichsportal-Marketing	197
Genutzte Portale; Platzierungen: Platzierungen in Vergleichsportalen, Listungen, Portalpräsenz, Anteile an Top10-Platzierungen	
▪ Servicecenter-Performance	202
Kontaktwege: Anzahl der Kontaktwege, Anteil an genutzten Kontaktwegen; Telefonanfragen: Hotlinezeiten, Mystery Calls zu Wartezeiten, Antwortqualität, Besonderheiten; Onlineanfragen: Formulareigenschaften, Mystery Mails zu Reaktionszeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	



# Inhaltsverzeichnis

➤ Kommunikation	227
▪ Eigenmedien	237
Website: Wordclouds, Slogans und Nutzenargumente nach Marke und Produkt; Flyer und Prospekte: Formate, Inhalte, Motive; Kundenmedien: Kundenmagazin, Kundenportal, Newsletter, Blog, Forum	
▪ Werbung	310
Werbeaufwendungen: Nach Mediengattungen, nach Anbieter, im Zeitverlauf; Werbemotive: Nach Anbieter und Spendings	
▪ Suchmaschinenmarketing	346
Organische Suchergebnisse: Anzahl der Platzierungen, Erstplatzierung; Paid Search: Anzahl der Platzierungen, Erstplatzierung, Punktwerte	
▪ Social Media & PR	367
Social Media Profile: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube; Influencer: Anzahl Influencer, Follower, Beiträge; Pressemitteilungen: Anzahl, Anteile und Inhalte; Pressemeldungen: Anzahl nach Medien, Anteile, im Zeitverlauf; Zusammenfassung: Presseeffizienz, Timeline	
▪ Kommunikationsstrategie	451
USP-Analyse: Leistungsargumente, Serviceargumente, Positionierung, Alleinstellungen; Motivanalyse: Verwendete Motive nach Medien, Alleinstellungen, Konsistenz	
▪ weitere Maßnahmen	475
Kommunikationsmaßnahmen	



# Inhaltsverzeichnis

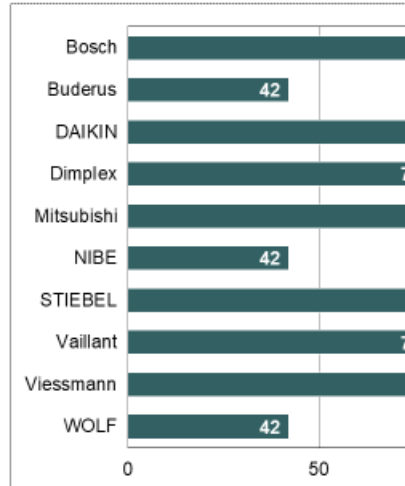
➤ Stärken und Schwächen der Anbieter	477
➤ Marketingranking	491
▪ Produkt	495
▪ Konditionen	502
▪ Distribution	507
▪ Kommunikation	515
▪ Marketing-Mix gesamt	523
➤ Marketing-Positionierung	526
➤ Quellenverzeichnis	534
➤ Kontakt	536

# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Produkt Produktportfolio

Anzahl der Produkte in der Kategorie Wärmepumpen der untersuchten Unternehmen



Quelle: Website und Broschüren der Anbieter; im Durchschnitt wird



### Produkt

Produktportfolio – Sortimentsbreite

Anzahl der Produktserien nach Wärmepumpenart

Anbieter	Luft/ Wasser	Sole/ Wasser	Warm- wasser
Bosch	11	3	3
Buderus	4	1	2
DAIKIN	8	7	1
Dimplex	5	1	1
Mitsubishi	11	3	3
NIBE	4	1	2
STIEBEL	8	7	1
Vaillant	5	1	1
Viessmann	11	3	3
WOLF	4	1	2

Quelle: Website der Anbieter

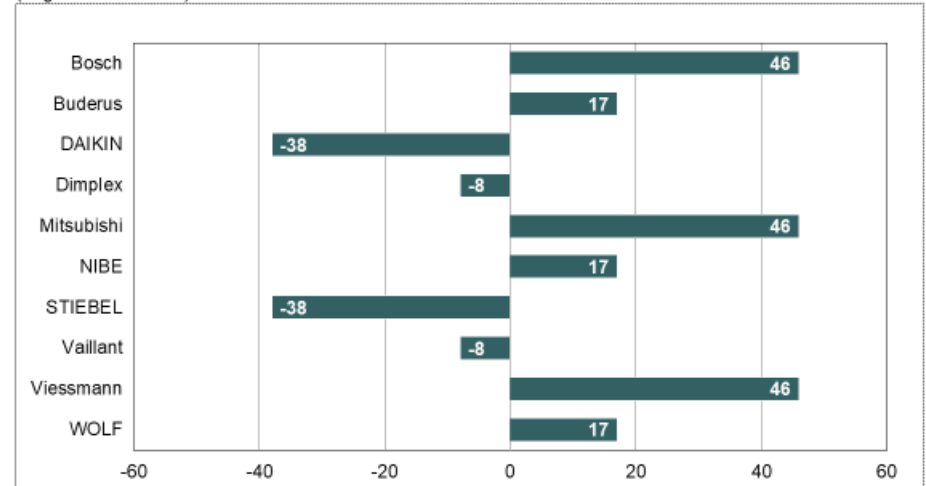


Wo liegen die Anbieter bei Preisniveauvergleichen?

### Konditionen

Preissetzung – Preisdifferenzierung

Durchschnittliche prozentuale Abweichung vom mittleren Preisniveau über die Kategorien (Angaben in Prozent)



Welches Produktportfolio offerieren die Anbieter?



Marketing-Mix-Analyse  
Wärmepumpen 2023

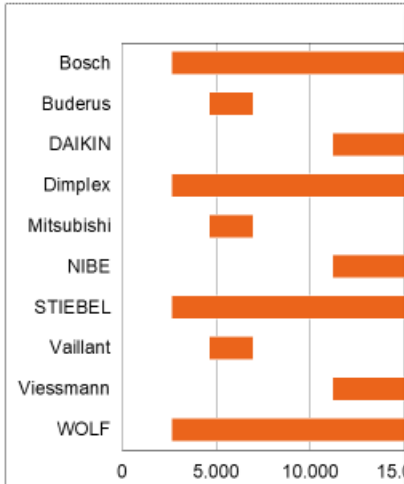
173

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Konditionen Preissetzung – Preisspanne

Spanne der Preise für eine Luft-Wasser-Wärmepumpe in Vergleichsportalen und bei Onlinehändlern



Quelle: idealo.de, billiger.de, Amazon, eBay, Heat Store, Heizungsdi...



### Distribution Servicecenter-Performance – Telefonanfragen

#### Telefonanfragen

Anbieter	Erster Kontakt	Anzahl Menu-schritte
Bosch	Persönlich	-
Buderus	Persönlich	-
DAIKIN	Bandansage	1
Dimplex	Bandansage	-
Mitsubishi	Bandansage	-

Quelle: re...



Mit welchen Websites-Features punkten die Anbieter?

### Distribution Website – Features

#### Websites-Features nach Anbieter

Anbieter	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Bosch		x			x	x			x	x	x		x		x		x		x	
Buderus	x	x				x			x	x					x		x		x	
DAIKIN		x							x	x			x		x		x		x	x
Dimplex		x			x	x			x	x	x		x		x		x		x	
Mitsubishi	x	x				x			x	x					x		x		x	
NIBE		x							x	x			x		x		x		x	x
STIEBEL		x			x	x			x	x	x		x		x		x		x	
Vaillant	x	x				x			x	x					x		x		x	
Viessmann		x							x	x			x		x		x		x	x
WOLF		x			x	x			x	x	x		x		x		x		x	

Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse  
Wärmepumpen 2023

Welche Anbieter überzeugen bei Kundenanfragen?

# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Kommunikation

Suchmaschinenmarketing – Organische Suchergebnisse

Anzahl der Platzierungen in Suchmaschinen

Anbieter	bing.de			
	1	2	3	4
Bosch	2		3	
Buderus	2	1		3
DAIKIN				
Dimplex			1	
Mitsubishi	2		3	3
NIBE	2	1		3
STIEBEL				
Vaillant			1	
Viessmann	2		3	
WOLF	2	1		3

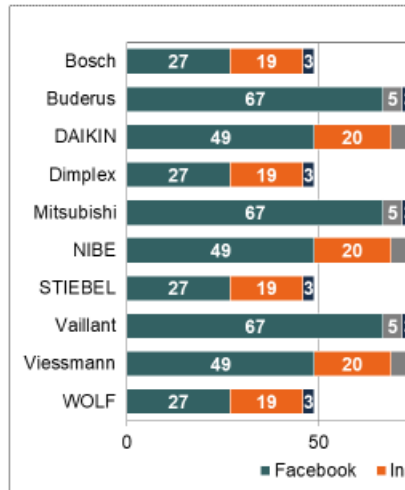
Quelle: research tools



### Kommunikation

Social Media & PR – Social Media Profile

Relevante Beiträge der Anbieter in den Social Media Kanälen (Anzahl der Beiträge)



Quelle: research tools; Im Untersuchungszeitraum vom 01.01.2022

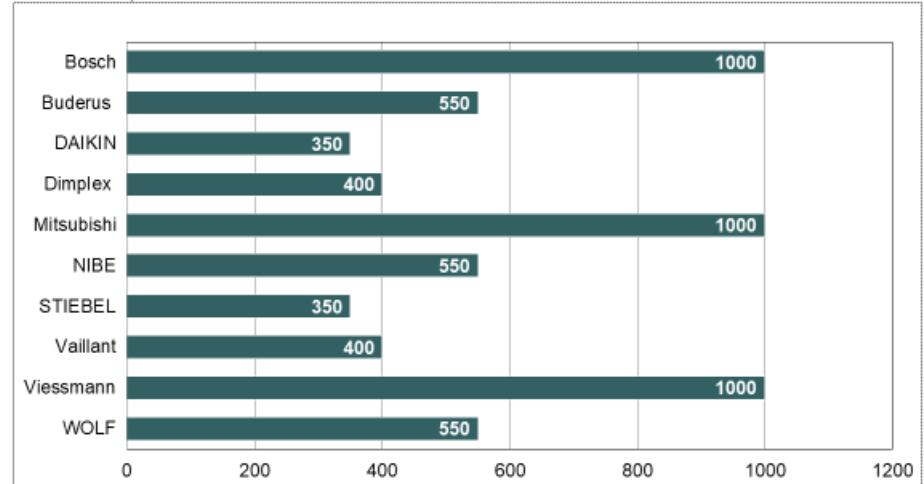


Welche Ausgaben für mediale Werbung tätigen die Anbieter?

### Kommunikation

Werbung – Werbeaufwendungen

Werbeausgaben der Anbieter für Wärmepumpen im Zeitraum Januar bis Dezember 2022 (Angaben in Tausend Euro)



Quelle: AdVision digital, Berechnung durch research tools; Im Untersuchungszeitraum haben die Anbieter durchschnittlich 337.000 Euro für Werbung ausgegeben; durch teilweise fehlende Angaben sind die Ergebnisse als leicht unterschätzt anzusehen

314



Marketing-Mix-Analyse  
Wärmepumpen 2023

Welche Präsenz zeigen die Anbieter in Suchmaschinen



# Analysebeispiele (4)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Kommunikation

Social Media & PR – Zusammenfassung

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

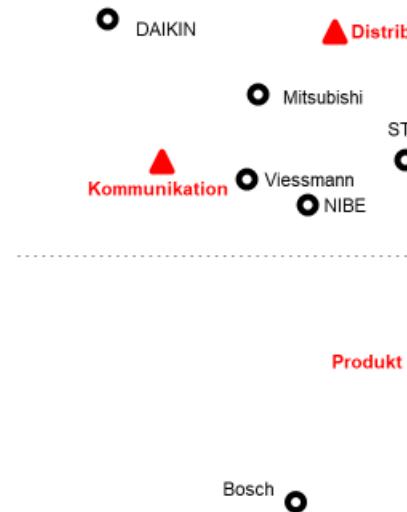
Anbieter	Facebook	Instagram	Twitter
Bosch	0,0	4,4	
Buderus	52,5	2,0	
DAIKIN	4,9	8,7	
Dimplex	0,0	4,4	
Mitsubishi	52,5	2,0	
NIBE	4,9	8,7	
STIEBEL	0,0	4,4	
Vaillant	52,5	2,0	
Viessmann	4,9	8,7	
WOLF	0,0	4,4	

Quelle: research tools; 1: Pressemitteilungen; 2: Presseartikel

**research tools**  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

### Marketing-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



**research tools**

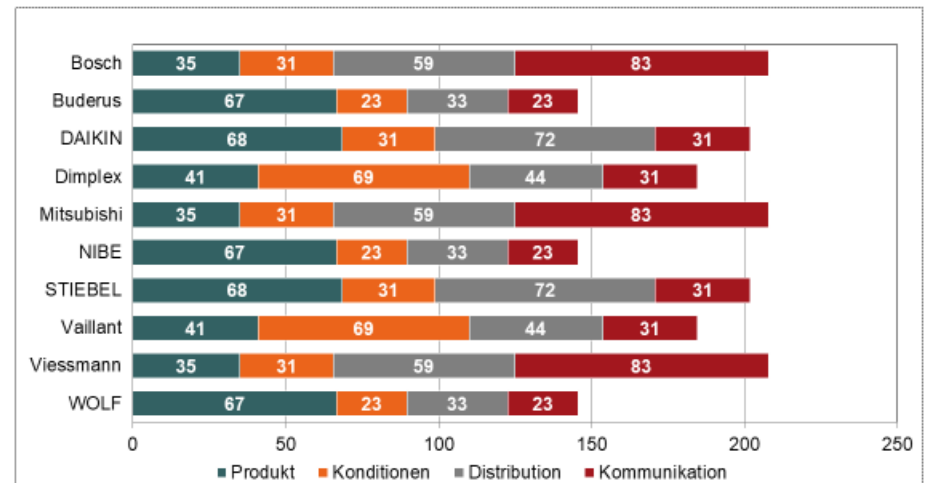
In welchen PR-Medien weisen die Anbieter Stärken auf?

Welche Anbieter betreiben im Marketing-Mix hohen Aufwand?

### Marketingranking

Marketing-Mix gesamt

Marketing-Mix-Efforts (Angaben in Prozent)



**research tools**  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Marketing-Mix-Analyse  
Wärmepumpen 2023

524

# 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 4.200 EUR zzgl. MwSt. die  
**Marketing-Mix-Analyse Wärmepumpen 2023.**

**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 zur Branche Haustechnik erschienen:

- Studie eVisibility Smart Home 2023
- Werbemarktanalyse Heizungs- und Klimatechnik 2022
- Studie eVisibility Pool und Sauna 2022
- Studie eVisibility Heiztechnik 2021
- Studie eVisibility Pumpen 2021
- Studie eVisibility Haussicherheit 2021

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 30 Studien veröffentlicht.

