

+++ Buderus +++ Deutsche Telekom +++ Dyson +++ EVO +++ Junkers +++ Somfy +++ Telenot +++ Thermond
o +++ Tink +++ Venta +++ und weitere 90 Anbieter für Haustechnik +++ Buderus +++ Deutsche Telekom +++

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Haustechnik 2017

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

März 2017

powered by:



Ausgewählte Ergebnisse:

- Für mediale Kommunikation haben die werbetreibenden Anbieter von Haustechnik innerhalb von zwölf Monaten über 30 Millionen Euro ausgegeben. Dies bedeutet eine Zunahme von mehr als 37 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.
- Die Werbeanteile der verschiedenen Produktmärkte differieren stark. Der Produktmarkt Smart Home präsentiert sich aktuell als werbestärkster Teilmarkt.
- Im Mediensplit zeigt sich zuletzt eine deutliche Zunahme von TV-Werbung. Im Produktmarkt Smart Home setzen die Anbieter überwiegend auf das Medium TV, im Produktmarkt Sicherheit hingegen stärker auf Internetwerbung.
- Produktmarktübergreifend vereinen die zehn Topwerber mehr als zwei Drittel des gesamten Werbevolumens auf sich.
- Im Durchschnitt haben innerhalb des letzten Jahres 63 Anbieter pro Monat geworben. Sechs Anbieter setzen ein Jahresvolumen von mehr als einer Million Euro ein.
- Die Werbemotive unterscheiden sich je nach Produktgruppe. Hauptsächlich stehen Heizungen mit Familien und Steuerung von Geräten per App von unterwegs aus im Mittelpunkt.

Informationen zur Studie

Wichtigste USPs:

Werbetrends für die **100 Top-Werbungtreibenden** im
Haustechnikmarkt mit den höchsten Werbeausgaben

detaillierte **qualitative und quantitative Analyse** für 10 Top-Werber

in den **fünf Produktmärkten**,
Heizung, Image, Luft, Sicherheit, Smart Home

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 127 PowerPoint-Seiten

als PDF- und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

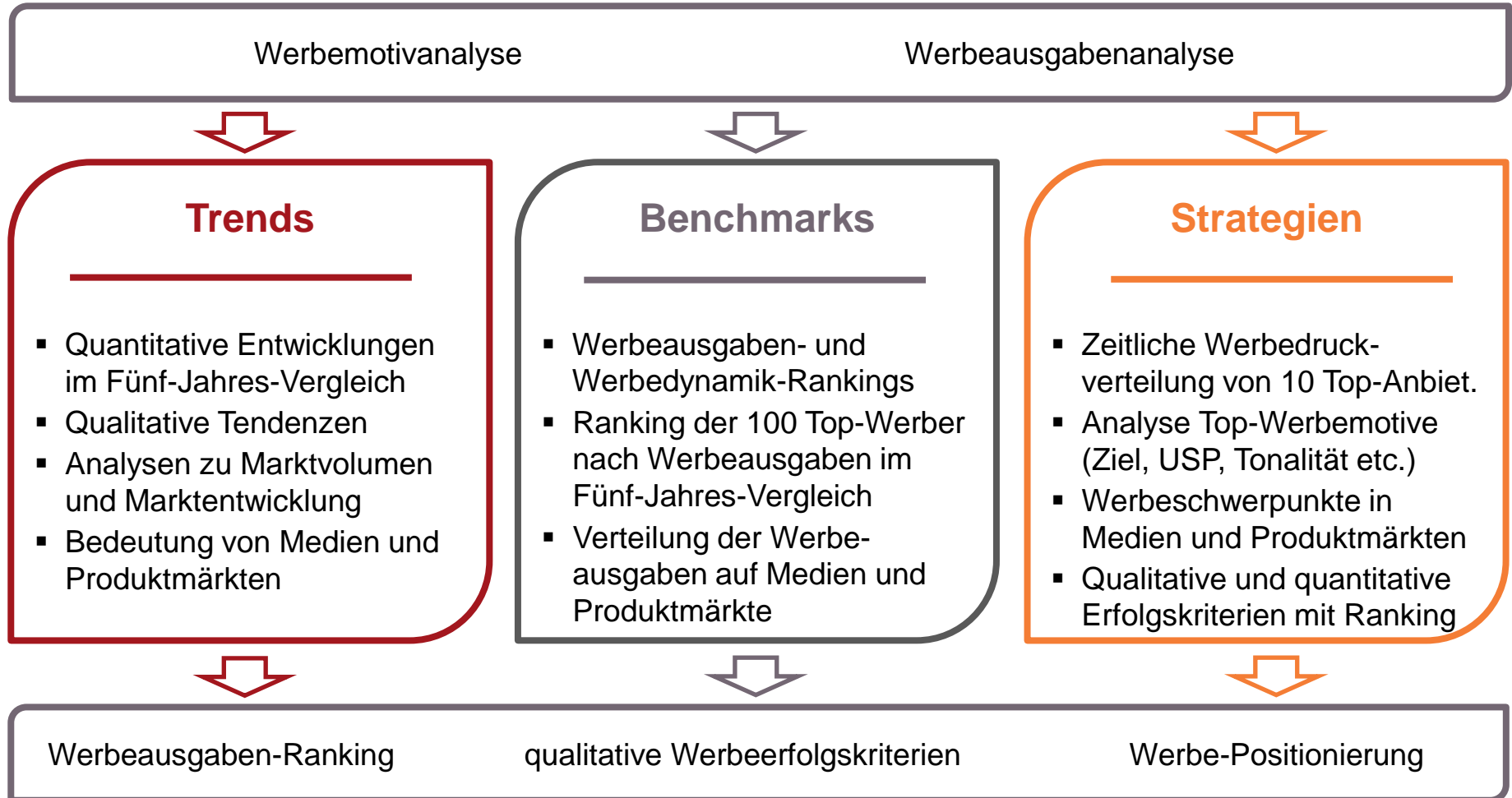
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analyisierte Anbieter:

- Buderus
- Deutsche Telekom
- Dyson
- EVO
- Junkers
- Somfy
- Telenot
- Thermondo
- Tink
- Venta
- + Spendings für
90 weitere Anbieter

Informationen zur Studie

Studieninhalte:



Informationen zur Studie

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten
- welches sind die werbeintensivsten und /- dynamischsten Unternehmen?
- mit welchen Motiven werben die Anbieter von Haustechnik?
- welche Entwicklungen sind in verschiedenen Produktmärkten zu erkennen?
- welche Werbestrategien wenden die zehn detailliert analysierten Unternehmen an?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10 Anbieter?
- mit welchen Slogans oder Motiven wird in der Werbung argumentiert?
- welche Zielsetzung, USPs, Tonalität, Zielgruppenansprache liegt den Topmotiven zugrunde?
- welche Stärken und Schwächen der Top 10 Anbieter zeigt die qualitative Motivanalyse auf?
- wie positionieren sich die Top-Anbieter im Werbemarkt?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 100 Anbietern im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in fünf Produktmärkten
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Qualitative Strategien & Motivanalyse von zehn Top-Anbietern
- Positionierungsanalyse Werbestrategie für zehn Top-Anbieter

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Internet (Bannerwerbung), Print, Radio und TV sowie der Werbemotive für diese Mediengattungen plus Kino und Outdoor. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank von **AdVision digital**.

Preis der Studie: Die 127 Seiten umfassende Studie kostet **2.400 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	8
➤ Trends	13
▪ Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich	16
Entwicklung Anzahl Werbungtreibende, Werbeausgabenentwicklung insgesamt, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Qualitative Tendenzen	24
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2016, aktuelle Trends 2016	
➤ Benchmarks	28
▪ Werbeausgaben-Rankings	31
Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 100 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im 5-Jahres-Vergleich	46
Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im Fünf-Jahresvergleich, Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Marken auf die Monate im Fünf-Jahresvergleich	
▪ Verteilung der Werbeausgaben in den letzten zwölf Monaten	52
Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Marken nach Produktgruppen in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	



Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	54
Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10 Marken durchgeführt: Werbeausgaben nach Produkten und Mediengattungen, zeitliche Werbedruckverteilung nach Produkten in den letzten 24 Monaten, Analyse Top-Werbemotive, Quantitative und qualitative Erfolgskriterien	
▪ Buderus	60
▪ Deutsche Telekom	65
▪ Dyson	72
▪ EVO	77
▪ Junkers	82
▪ Somfy	88
▪ Telenot	93
▪ Thermondo	98
▪ Tink	103
▪ Venta	109
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	113
▪ Motiv-Highlights	115
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	118
➤ Kontakt	126

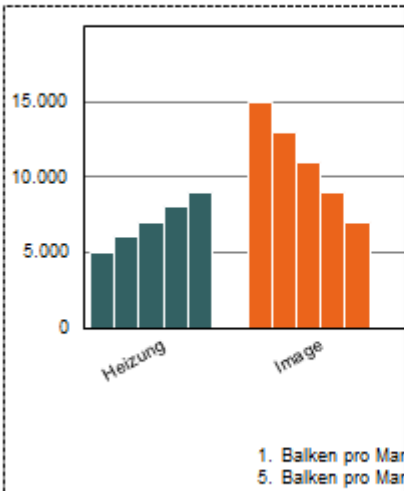
Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich

Werbespendings aller Marken produktmarktübergreifend im 5-Jahres-Vergleich (in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Qualitative Tendenzen

Aktuelle Trends 2016

Kategorie	Top 1
Meist beworbene Produkte	Smart Home (Apps Steuereinheiten)
Meist geschaltete Medienkanäle	Zeitschriften
Meist genutzte Werbemedium	Medium X
Anzahl Motive	Zeitschriften (XXX)
Designelemente	Heizungen mit Touchscreen
Kreativagenturen	Agentur X

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

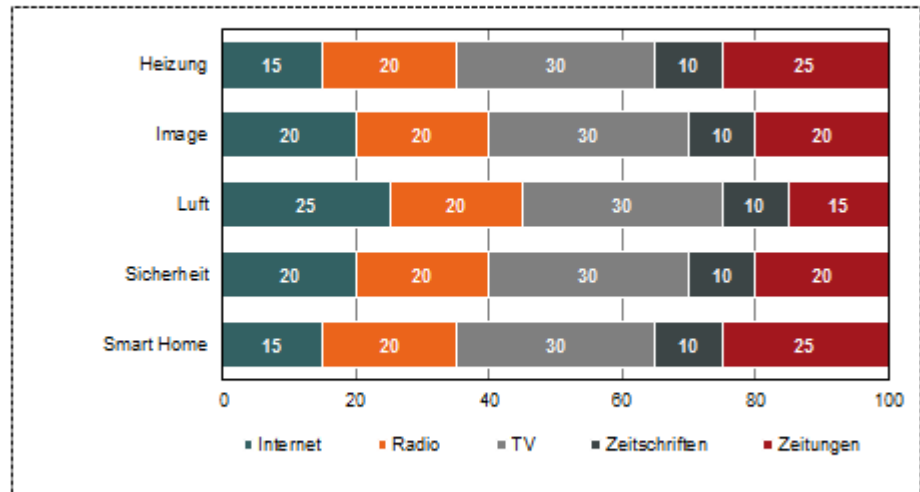


Auf welchen Mediensplit setzen die verschiedenen Anbieter?

Trends

Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich

Anteil der Produktmärkte am Mediensplit 2015/2016 (in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Haustechnik 2017

Welche Dynamik ist in den Teilmärkten erkennbar?

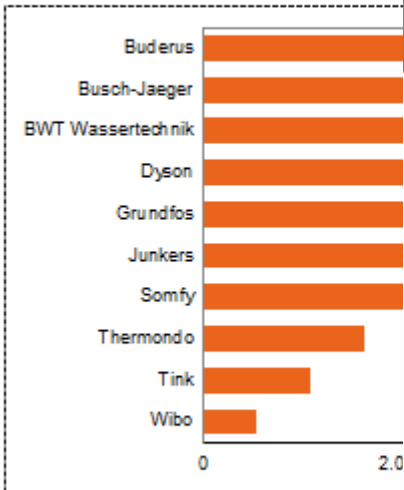
Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10 Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€)



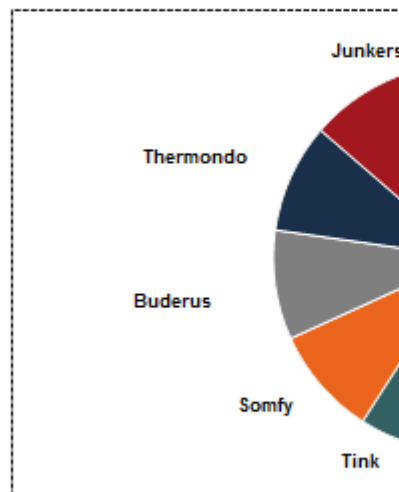
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10 Marken von Januar 2016 bis Dezember 2016



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

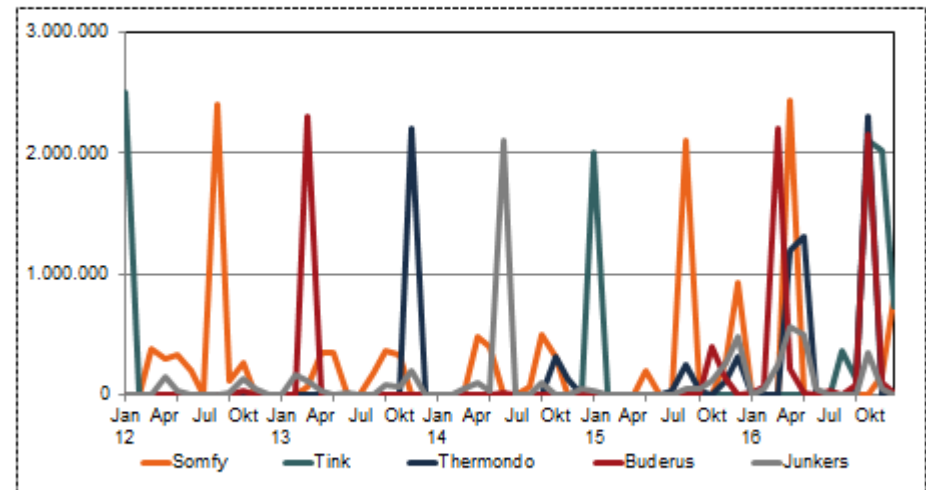


Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im Verlauf der letzten 60 Monate (Top 1 - 5)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Haustechnik 2017

Welche Anbieter zeigen die größte Dynamik?

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Anbieter A | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

	Qua
Werbeausgaben absolut in '16	X.X52.005 € (+ XX% zu '15) Rang X
Alleinstellung	Keine Alleinstellungsmerkmale herausgearbeitet
Aufmerksamkeitsstärke	freudige - harmonische TV-Spots mit XXX, schlichte Bildelemente
Design - Konsistenz	medienübergreifend ähnlich, im Zeitverlauf Variationen

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien

Anbieter B | Smart Home Analyse Top-Werbemotive



MED	ProSieben Maxx	UF	Doku, Film, S
SCH	199	🕒	06 - 09 Uhr
€	X.XX7.110 €	📺	monatlich
ZR	1X.XX.2016 - 1X.XX.2016	ZG	jung - Mittelalter Technikfreaks
AG	XX	USP	XXX doch ma
🏠	Preisrelevanz	TON	cool, kitschig

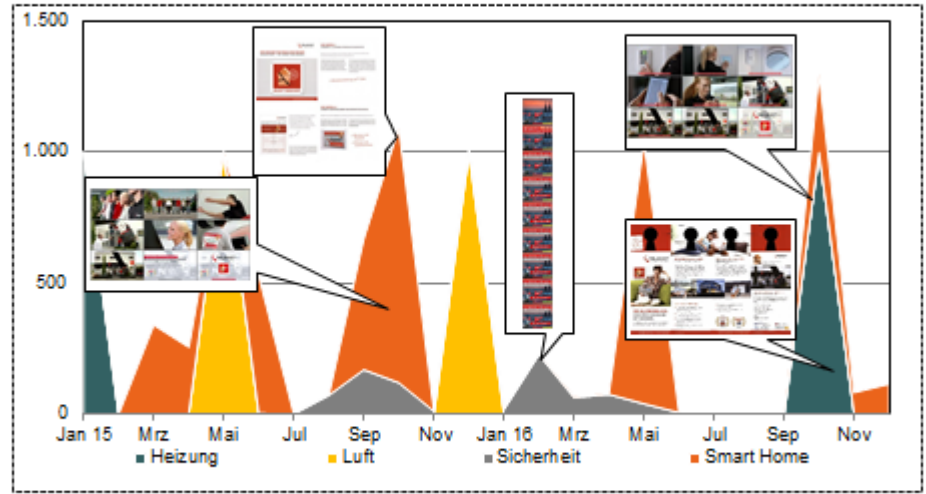
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

Strategien

Anbieter C | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 24 Monaten nach Produktgruppen (in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Haustechnik 2017

Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

Marken	Werbedruck		Awareness	
	Spending	Share of Advert.	Alleinstellung	
Buderurs	○○○●	○○●○	●○○○	○○○○
Dt. Telekom	●○○○	○○○●	○○○○	○○○○
Dyson	○○●○	○○○○	○○○○	○○○○
EVO	○○○●	○○●○	●○○○	○○○○
Junkers	●○○○	○○○●	○○○○	○○○○
Somfy	○○●○	○○○○	○○○○	○○○○
Telenot	○○○●	○○●○	○○○○	○○○○
Thermondo	●○○○	○○○●	○○○○	○○○○
Tink	○○●○	○○○○	○○○○	○○○○
Venta	○○○●	○○●○	○○○○	○○○○

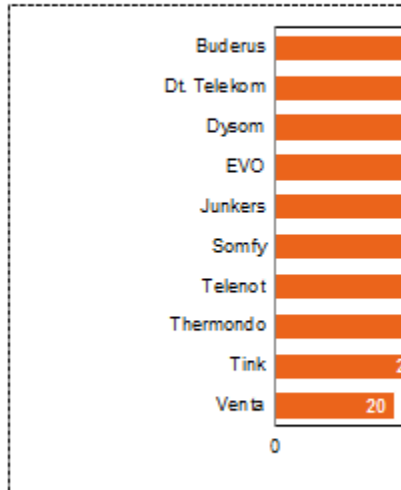
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien

Markenranking

Markenranking (Angaben in % der maximal erreichbaren Punkte)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Welche Positionierung nehmen die Werbungtreibenden im Wettbewerbsumfeld ein?

Kommunikationspositionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Marken



Werbemarktanalyse
Haustechnik 2017

Wo liegen im Wettbewerbsvergleich Stärken und Schwächen?

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 2.400 EUR zzgl. MwSt. die
Werbemarktanalyse Haustechnik 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 Branche Haushalt & Garten erschienen:

- Studie eVisibility Möbel 2017
- Studie eVisibility Haussicherheit 2017
- Studie eVisibility Heimtextilien 2017
- Marketing-Mix-Analyse Smart Home 2016
- Studie eVisibility Kamine & Öfen 2016
- Studie eVisibility Lampen und Leuchten 2016

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Branche Haushalt & Garten sind seit 2016 mehr als zehn Marktstudien zu unterschiedlichen Themen erschienen.

