



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Reisemobile: viel Luft nach oben in der Marketingkommunikation



Die Anbieter teilintegrierter Reisemobile kommunizieren sehr sparsam. Einzig Flyer und Prospekte werden auf breiter Basis eingesetzt. Auf weitere Kommunikationswege wie Newsletter, Pressemitteilungen, klassische Werbung oder Präsenz in Suchmaschinen verzichten selbst namhafte Anbieter.

Esslingen am Neckar, 23. Oktober 2015 – Die Kommunikation der Hersteller teilintegrierter Reisemobile ist geprägt von traditionellen Wegen. So stellen zwar alle zehn Anbieter Kataloge, Prospekte und Preislisten zu Verfügung. Die Möglichkeit zum Katalog-Download von der Website besteht hingegen nur bei zwei Anbietern.

Die Veröffentlichung von Nachrichten, Neuheiten oder speziellen Angeboten ist im Verkauf unentbehrlich. Sieben der Anbieter teilintegrierter Reisemobile unterhalten dafür eigens einen Newsletter. Die Möglichkeit der Information mittels Pressemitteilung nutzen hingegen nur drei der zehn untersuchten Anbieter mehrmals jährlich. Im Schnitt veröffentlichen die Reisemobilanbieter 1,5 Pressemeldungen pro Jahr. Als Presseresonanz sind dazu immerhin beachtliche 207 reisemobilrelevante Artikel in deutschen Zeitungen und Zeitschriften erschienen, alle mit Bezug zu den untersuchten Anbietern.

Die Werbeausgaben der Reisemobilhersteller bewegen sich mit durchschnittlichen 40.000 Euro pro Anbieter auf einem sehr niedrigen Niveau und erzielen damit kaum Wahrnehmbarkeit. Das präferierte Werbemedium der Branche ist Print, Werbebelegs sind im Januar sowie August und September. Vergleichsportale haben im Reisemobilmarkt nur eine geringe Relevanz. Ebenso ist die Präsenz in Suchmaschinen dürftig. Nur jeweils ein Fünftel der Hersteller sind auf der ersten Seite zu unterschiedlichen Suchbegriffen gelistet.

Inmitten der sparsamen Kundenkommunikation im Reisemobilmarkt gibt sich der Anbieter Eura kundenorientiert. Mittels eines Konfigurators ermöglicht er seinen Kunden auf einfache Art die Zusammenstellung eines kompletten Reisemobils anhand einzelner Bausteine unter Auflistung der Detailpreise.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die "Marketing-Mix-Analyse Reisemobile teilintegriert 2015" von *research tools* gibt auf 354 Seiten Einblick in das Marketingverhalten der zehn berücksichtigten Anbieter Adria, Carthago, Chausson, Dethleffs, Eura Mobil, Frankia, Hobby, Knaus, Laika und LMC. Analysiert wurden die vier Marketing-Ps Product, Price, Place, Promotion. Stärken-Schwächen-Analyse und Marketing-Ranking führen sämtliche Ergebnisse zusammen und eine statistische Marketing-Similarity-Analyse visualisiert die Ergebnisse.

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner
research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 - 55090381
Fax +49 (0)711 - 55090384
uwe.matzner@research-tools.net