

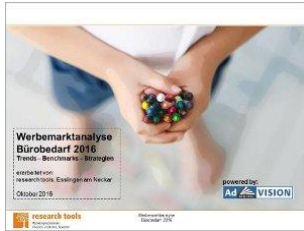


research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Werbemarkt für Bürobedarf: alle zehn Topwerber stocken auf



In der Branche Bürobedarf steigt das Werbevolumen wie bereits in den Vorjahren und liegt aktuell bei 18 Millionen Euro. Dynamischster und inzwischen stärkster Produktmarkt ist der Markt für Bürogeräte, das Werbevolumen für Schreibgeräte ist hingegen stark zurückgegangen.

Esslingen am Neckar, 10. November 2016 – In der Branche Bürobedarf haben die werbungstreibenden Anbieter für mediale Kommunikation innerhalb von zwölf Monaten über 18 Millionen Euro ausgegeben. Seit 2012 haben die Werbeausgaben stetig zugenommen, zuletzt um 55 Prozent. Werbung für Bürogeräte hat dabei über die Jahre am stärksten zugelegt und liegt nun bei über sieben Millionen Euro. Der noch im Vorjahr größte Produktmarkt Schreibgeräte wurde nach einer starken Volumenreduktion damit auf den zweiten Platz verdrängt. Der Produktmarkt Klebstoffe zeigt ebenfalls eine starke Dynamik mit einer Verdoppelung des Werbevolumens. Trotz der deutlichen Volumenzunahme zeigt sich die Branche relativ stabil hinsichtlich der Anzahl der teilnehmenden Marken. Warben zuletzt im Durchschnitt pro Monat etwa 30 Marken, so waren es in den Jahren zuvor zwischen 20 und 25 Marken. Im Mediensplit ist der Anteil der Printmedien seit Jahren rückläufig.

Die zehn Top 10 werbungstreibenden stocken ihr Werbevolumen im Vergleich zum Vorjahr ausnahmslos auf. Aufsteiger Dymo platziert sich als neuer Topwerber und bewirbt vorrangig Etikettendrucker im Fernsehen. Die Marken Henkel und Tesa bewerben mit einem Volumen von über einer Million Euro ihre Klebstoffprodukte.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Bürobedarf 2016“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Bürobedarf in Deutschland. Sie gibt auf 119 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in sieben Teilmärkten darunter Bürogeräte, Klebstoffe, Papier, Schreibgeräte. Neben der Entwicklung von Werbespendings der Top 50 Werber werden Fünf-Jahres-Trends erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive. Die vorliegende Werbemarktanalyse basiert auf Daten und Motiven von AdVision digital.

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