



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Werbemarkt für den Innenausbau steht auf Wachstumskurs



Im Werbemarkt für Ausbaumaterialien-Inhouse stehen die Zeichen auf Wachstum. Seit fünf Jahren nehmen die Werbeaktivitäten kontinuierlich zu. Die Hälfte der zehn Topwerber präsentiert Produktwerbung für Bad & Küche, dem volumenstärksten Teilmarkt.

Esslingen am Neckar, 15. März 2018 – Der Werbemarkt für den Inhouse-Ausbau zeigt innerhalb der vergangenen fünf Jahre ein stetiges Wachstum. Das Werbevolumen hat sich innerhalb dieser Zeitspanne annähernd verdoppelt und beläuft sich damit für das Jahr 2017 auf über 46 Millionen Euro. Mit einer deutlichen Zunahme und einem Volumen von 20 Millionen Euro ist der Produktmarkt Bad und Küche der volumenstärkste. Eine starke Steigerung der Werbeaktivitäten von zwei auf knapp acht Millionen Euro verzeichnet der Teilmarkt Türen/Tore/Schließsysteme. Hingegen verringert sich die Produktwerbung für Farben, Lacke und Tapeten im Vergleich zum Vorjahr um knapp fünf Millionen Euro.

Trotz der Volumenänderungen zeigt sich der Mediensplit innerhalb von fünf Jahren relativ konstant. Zeitschriften sind die Mediengattung mit dem höchsten Ausgabenanteil von derzeit 44 Prozent. Auf das Medium TV entfällt etwa ein Drittel der Werbeausgaben.

Die drei Topwerber Geberit, Ring und Schöner Wohnen (Farbe) repräsentieren gemeinsam 30 Prozent des gesamten Werbevolumens für den Inhouse-Ausbau. Aufsteiger und Werbenewcomer ist der Video-Türklingel-Anbieter Ring. Fünf der zehn werbestarken Anbieter kommunizieren im Produktmarkt Bad & Küche, jeweils zwei Anbieter werben für Farben/Lacke/Tapeten oder Teppich/Böden. Neun der zehn Topwerber stocken ihr Werbebudget im Vergleich zum Vorjahr auf, sieben davon werben mit einem Volumen von über einer Million Euro. Alle zehn Topwerber repräsentieren zusammen 52 Prozent des Gesamt-Werbevolumens für Inhouse-Ausbaumaterialien.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Innenausbau 2018“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Ausbaumaterialien Inhouse in Deutschland. Sie gibt auf 155 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in acht Teilmärkten, darunter Bad & Küche, Boden, Farben/Lacke/Tapeten, Türen/Tore/Schließsysteme. Neben der Entwicklung von Werbespendings für 100 Werber werden Fünf-Jahres-Trends erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive.

Die Studienherausgeber:

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

Werbespendingdaten und Werbemotive der Studie beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**, Hamburg, www.advision-digital.de

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