

+++ Betten-Center Soltendieck +++ Casper +++ Dormando +++ Emma Matratzen +++ Eve +++ Franziska Sage
r +++ Matrema +++ Schlaraffia +++ Swiss Sense +++ Tempur +++ und weitere 90 Anbieter mit Werbeausgabe

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Heimtextilien 2017

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

März 2017

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Heimtextilien 2017

Ausgewählte Ergebnisse:

- Für mediale Kommunikation haben die werbungstreibenden Anbieter für Heimtextilien innerhalb von zwölf Monaten mehr als 64 Millionen Euro ausgegeben.
- Die Zahl werbender Anbieter oszillierte in den vergangenen fünf Jahren zwischen 23 und 67. In den letzten zwölf Monaten haben im Durchschnitt pro Monat 57 Unternehmen geworben.
- Der Teilmarkt Matratzen hat im Vergleich zum Vorjahreszeitraum sein Werbevolumen drastisch gesteigert. In weiteren fünf der acht untersuchten Teilmärkte haben die Werbeausgaben zugenommen.
- Für Bettwäsche, Gardinen und Tischwäsche wird bevorzugt in Zeitschriften geworben. Beliebtestes Medium für Matratzenwerbung ist TV.
- Elf Anbieter werben mit einem Jahresvolumen von über einer Million Euro. Alle elf Unternehmen haben ihre Werbeausgaben im Vergleich zum Vorjahr aufgestockt.
- Es herrscht eine hohe Konzentration im Werbemarkt für Heimtextilien: knapp die Hälfte der gesamten Werbeausgaben entfällt auf die drei Topwerber.

Informationen zur Studie

Wichtigste USPs:

Werbetrends für die **100 Top-werbungtreibenden Anbieter**
mit den höchsten Werbeausgaben

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

in **acht Teilmärkten**, darunter Bettwäsche,
Federbetten, Gardinen, Jalousien, Matratzen

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 135 PowerPoint-Seiten

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

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

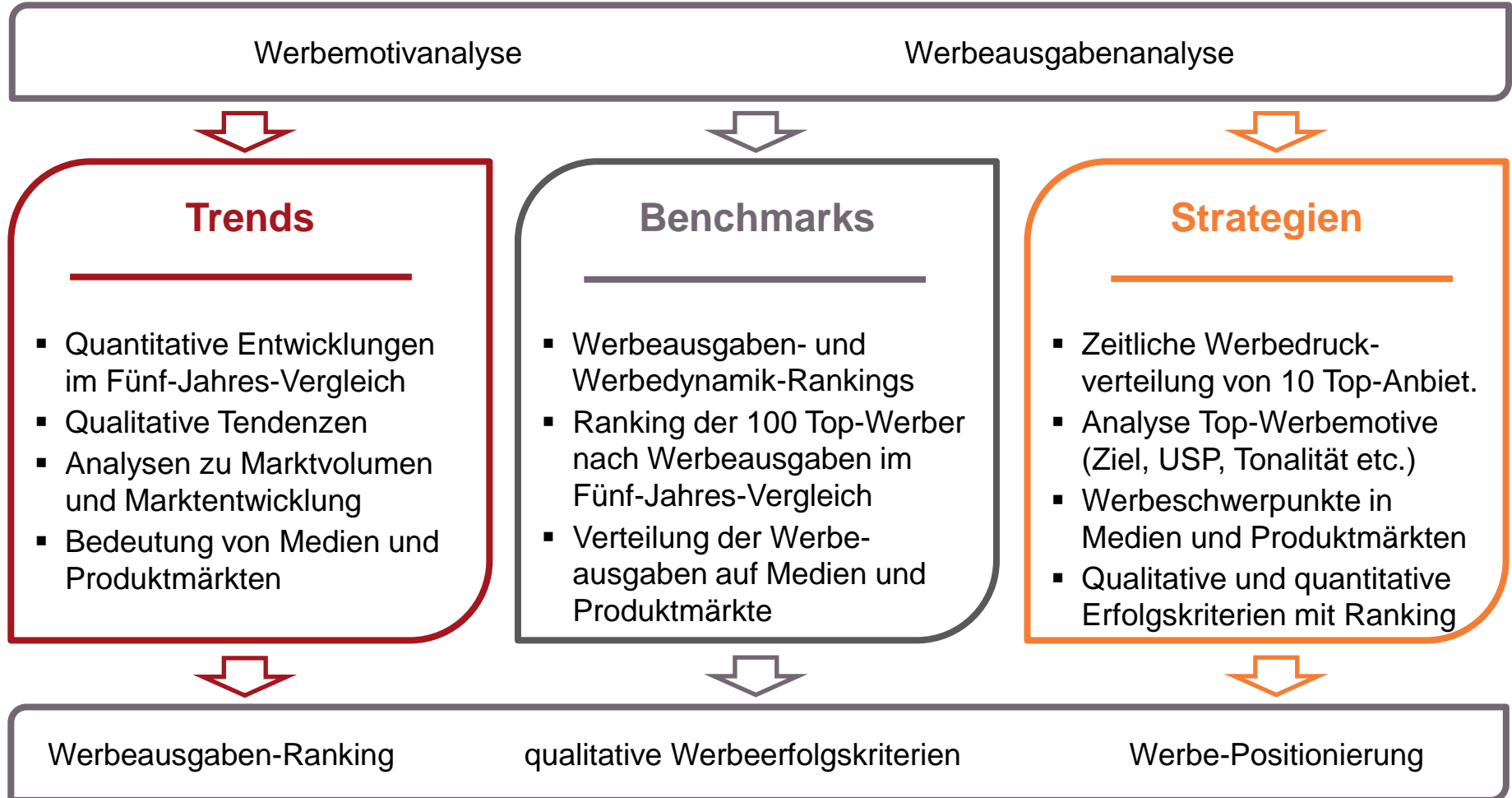
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Anbieter:

- Betten-Center
Soltendieck
- Casper
- Dormando
- Emma Matratzen
- Eve
- Franziska Sager
- Matrema
- Schlaraffia
- Swiss Sense
- Tempur
- + Spendings für
90 weitere Marken

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 Heimtextilien?
- 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 acht 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 135 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 2016/2017, aktuelle Trends 2016/2017	
➤ Benchmarks	29
▪ Werbeausgaben-Rankings	32
Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 80 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im 5-Jahres-Vergleich	47
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	53
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	55
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	
▪ Betten-Center Soltendieck	61
▪ Casper	67
▪ Dormando	75
▪ Emma Matratzen	80
▪ Eve	85
▪ Franziska Sager	90
▪ Matrema	96
▪ Schlaraffia	101
▪ Swiss Sense	108
▪ Tempur	115
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	121
▪ Motiv-Highlights	123
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	126
➤ Kontakt	134

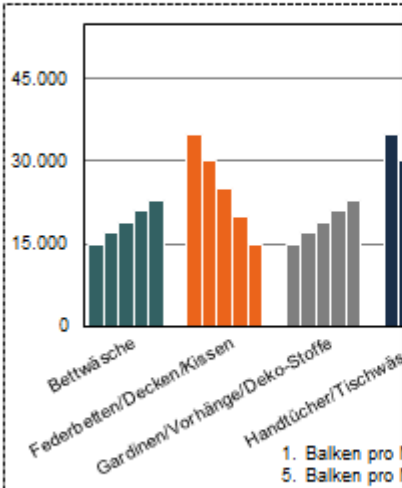
Beispielseiten (1)

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 2016/2017

Kategorie	Top 1
Meist beworbene Produkte	Matratzen
Meist geschaltete Medienkanäle	Zeitschriften
Meist genutzte Werbemedium	Medium XY
Anzahl Motive	Internet (XXX)
Designelemente	Betten
Kreativagenturen	Agentur X

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

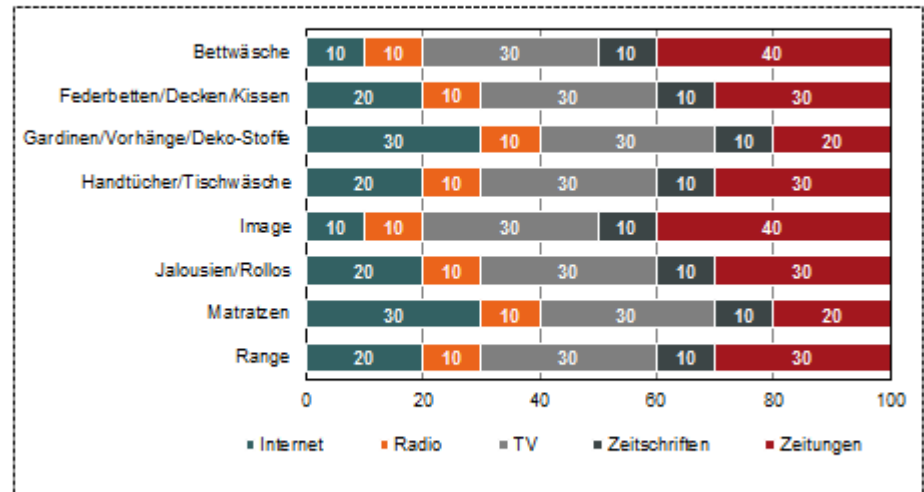


Auf welchen Mediensplit setzen die Anbieter der einzelnen Produktmärkte?

Trends

Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich

Anteil der Produktmärkte am Mediensplit 2016/2017 (in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Heimtextilien 2017

Welche Dynamik ist in den Teilmärkten erkennbar?

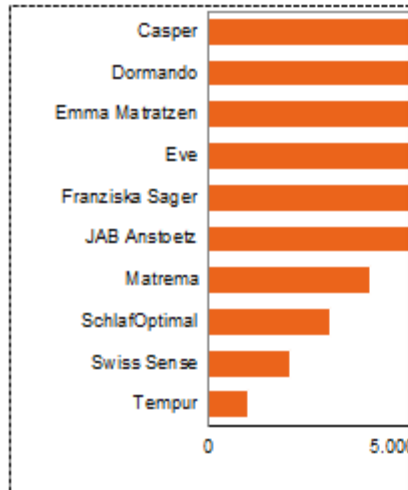
Beispielseiten (2)

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

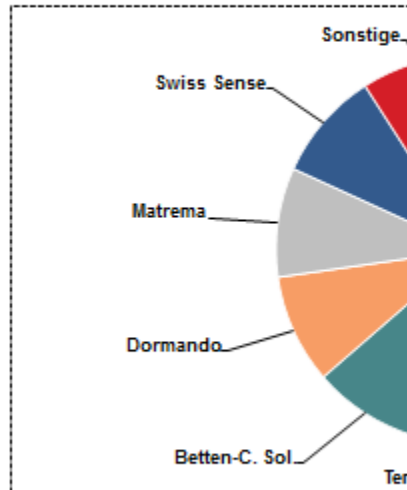


Welche Anbieter zeigen die größte Dynamik?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10 Marken von März 2016 bis Februar 2017



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

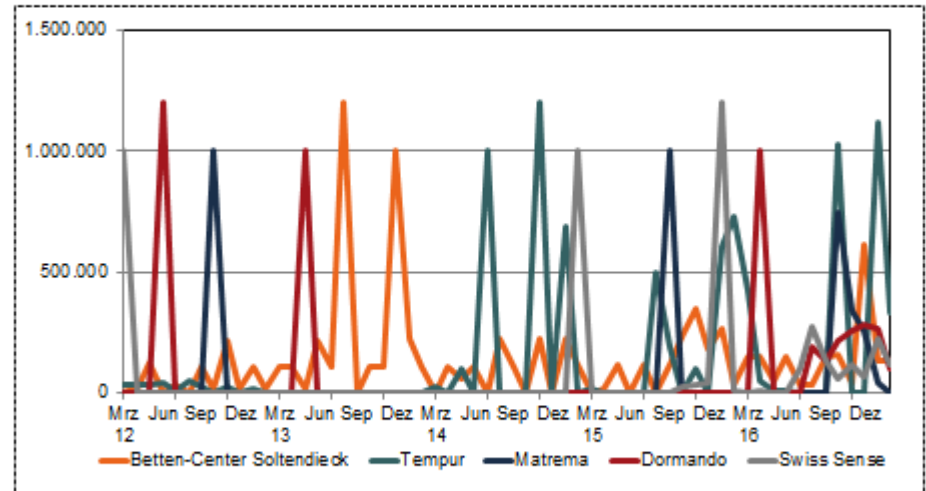


Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im Verlauf der letzten 60 Monate (Top 6 - 10)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Heimtextilien 2017

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Anbieter X | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

	Qua
Werbeausgaben absolut in '16/'17	X.XXX.062 € (+ X.XXX% zu '15/'16) Rang X
	Qu:
Alleinstellung	Keine Alleinstellungsmerkmale herausgearbeitet
Aufmerksamkeitsstärke	zarte, freudige und schlichte pastellfarbige Bildelemente
Design – Konsistenz	Bildvariationen in der Reihenfolge XX-Spots, ir Zeitschrift anders

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien

Schlaraffia

Schlaraffia | Matratzen Analyse Top-Werbemotive



MED	N 24, Tele 5	UF	Doku, Serie, f
SCH	628	🕒	XX - XX Uhr
€	X.XXX.589 €	📺	XX.4.-X.X. Pa
ZR	XX.XX.2016 – XX.XX.2016	ZG	Familien, jung
AG	Agentur XY	USP	XXX
🏠	Markenrelevanz	TON	harmonisch, b

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital 1

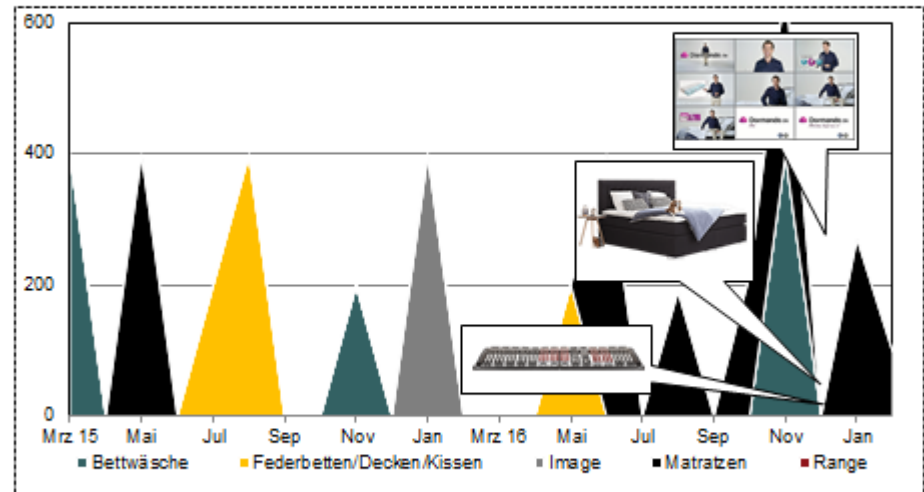


Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

Strategien

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Heimtextilien 2017

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	
Betten-C. Solt.	○○○●	○○●○	○○○○	○○○○
Casper	○○○○	○○○●	○○○○	○○○○
Dormando	○○●○	○○○○	○○○○	○○○○
Emma Matrat.	○○○●	○○●○	○○○○	○○○○
Eve	○○○○	○○○●	○○○○	○○○○
Franziska Sag.	○○●○	○○○○	○○○○	○○○○
Matrema	○○○●	○○●○	○○○○	○○○○
Schlaraffia	○○○○	○○○●	○○○○	○○○○
Swiss Sense	○○●○	○○○○	○○○○	○○○○
Tempur	○○○●	○○●○	○○○○	○○○○

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



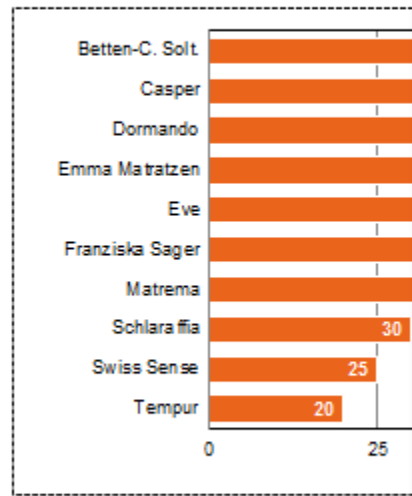
Wo liegen im Wettbewerbsvergleich Stärken und Schwächen?



Welche Positionierung nehmen die Werbungtreibenden im Wettbewerbsumfeld ein?

Strategien Markenranking

Markenranking (Angaben in % der maximal erreichbaren Punkte)

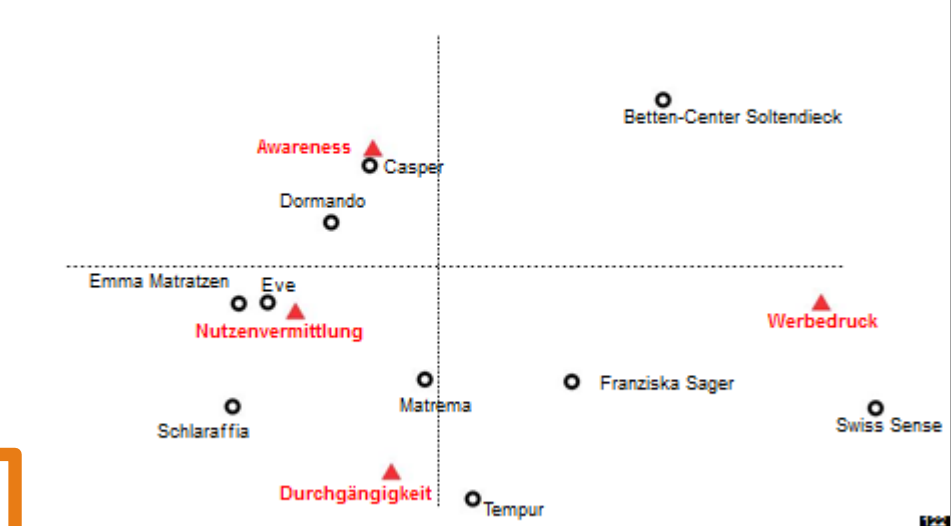


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Kommunikationspositionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Marken



Werbemarktanalyse Heimtextilien 2017

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 Heimtextilien 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 erschienene Studien zur Branche Haushalt und Garten:

- Werbemarktanalyse Haustechnik 2017
- Studie eVisibility Möbel 2017
- Studie eVisibility Haussicherheit 2017
- Studie eVisibility Heimtextilien 2017
- Marketing-Mix-Analyse Smart Home 2016
- Studie eVisibility Kamine und Öfen 2016

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2016 30 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

