

Werbemarkt legt um 10 Prozent zu

Anstieg im Werbemarkt Haushalt & Garten: Insgesamt 300 Mio. Euro haben die werbetreibenden Unternehmen 2014 investiert und für einen Anstieg des Marktes um zehn Prozent im Vergleich zum Vorjahr gesorgt. Durchschnittlich gibt jedes Unternehmen dieser Branche etwa 240.000 Euro für mediale Werbung aus.



Nespresso führt das Ranking der Unternehmen mit den höchsten Werbeausgaben im Werbemarkt Elektrokleingeräte an.

Was else? Nespresso führt das Ranking der Unternehmen mit den höchsten Werbeausgaben in diesem Werbemarkt an. Weitere Unternehmen mit mehr als zehn Millionen Euro Werbeausgaben sind Procter & Gamble, Dyson und Tchibo. BWT Wassertechnik, Sodastream und Suisse Café machen mit beachtlichen Werbezuwächsen auf sich aufmerksam und präsentieren sich damit als Newcomer in den Top 10. Der größte Produktmarkt nach Volumen ist der Bereich Kaffeemaschinen, in dem etwa ein Viertel der gesamten Werbeausgaben anfallen. Drastische Spending-Aufstockungen und -kürzungen sorgen für enorme Dynamik. Ein Beispiel dafür ist Newcomer Suisse Café.

Der Produktmarkt mit den höchsten prozentualen Zuwächsen ist Bad

& Sanitär. BWT Wassertechnik ist der Aufsteiger in diesem Produktmarkt und schiebt sich mit seinem Werbebudget mühelos an den großen Badausstattern vorbei auf Platz eins.

Anzeige

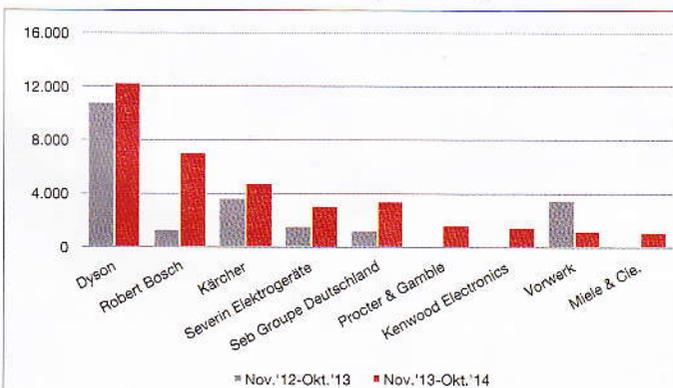


Bei den Motiven sind in fast allen Produktmärkten die zwei Hauptargumente »Preis« und »Qualität« bzw. »Sicherheit« zu finden. Fernsehen und Printmedien sind die am häufigsten genutzten

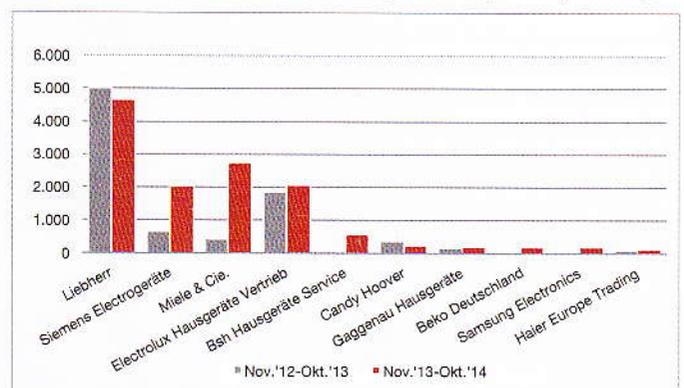
Die »Werbemarktanalyse Haushalt und Garten 2015« von Ebiquity und research tools untersucht die Werbeausgaben im deutschen Werbemarkt Haushalt und Garten für den Betrachtungszeitraum November 2013 bis Oktober 2014. Sie gibt auf 272 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in den acht Produktmärkten Kaffeemaschinen, Elektrokleingeräte, Elektrogroßgeräte, Elektro Image & Range, Möbel und Einrichtung, Haushaltsartikel, Garten, Bad & Sanitär.

Medien, deutlich seltener finden Outdoor- und Radiowerbung statt. Internetkommunikation spielt in diesem Werbemarkt nur eine untergeordnete Rolle.

Elektrokleingeräte - Entwicklung der Spendings der Top 10 Anbieter nach Werbevolumen im Vorjahresvergleich (in Tsd. €).



Elektrogroßgeräte - Entwicklung der Spendings der Top 10 Anbieter nach Werbevolumen im Vorjahresvergleich (in Tsd. €).



Quellen: Ebiquity Germany