PremiumPartner
Top-Dienstleister für Gesundheitsmarken

Profitieren Sie von Profis für Ihre Kommunikation!

83 Prozent des Werbevolumens entfallen laut Analyse auf die Anbietergruppe des Hörgerätehandels - Infografik: Research Tools

WERBEVERHALTEN

Gut 13 Prozent weniger in Hörsystem-Werbung investiert

Das Werbevolumen für Hörsysteme ist hierzulande im Zwölfmonatszeitraum bis August 2022 etwas zurückgegangen. Das beobachtet der Marketinganalysen-Anbieter Research Tools aus Esslingen am Neckar, der eine 'Werbemarktanalyse Hörsysteme 2022' erstellt hat. Die Werbespendingdaten stammen dabei aus dem Medienbeobachtungssystem AdVision digital. Laut Auswertung liegen die Werbeausgaben für Hörsysteme im Zeitraum September 2021 bis August 2022 bei einem Volumen von rund 67 Millionen Euro. Das sind gut 13 Prozent weniger als im vorherigen Zwölfmonatszeitraum. Dabei hat die Anzahl Werbungtreibender leicht zugenommen.

Die Marken Audibene, Geers und Kind stehen an der Spitze des Werbeausgabenrankings. Sie repräsentieren zusammen 75 Prozent der Gesamtwerbeausgaben und führen seit drei Jahren mit jeweils wechselnder Reihenfolge das Werberanking an, berichtet Research Tools und ergänzt:

Im Mediensplit ist TV das dominierende Werbemedium der Branche – im jüngsten Betrachtungszeitraum mit einem Ausgabenanteil von 50 Prozent. Daneben werben die Anbieter stark im Internet. Zeitungsannoncen liegen in der Beliebtheitsskala mit einem Anteil von neun Prozent auf Platz drei. Unter den Werbemotiven werden häufig Menschen im mittleren Lebensalter oder Senioren gezeigt. Teils erfolgt ein Einsatz von Testimonials wie Moderator Thomas Gottschalk oder Sportler Walter Röhrl.