



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Kräftiges Volumenplus im Werbemarkt für Armaturen, Becken & Wannen



Im Werbemarkt für Armaturen, Becken und Wannen hat das Werbevolumen im Vergleich zum Vorjahr stark zugenommen trotz fast unveränderter Werberanzahl. Die Marken Geberit, Quooker und Villeroy & Boch stehen an der Spitze des Werbeausgabenrankings.

Esslingen am Neckar, 26. August 2022 – Im Werbemarkt für Armaturen, Becken und Wannen sind über das Jahr verteilt mehr als 90 Marken aktiv. Sie tragen zu einem Gesamtvolumen von rund 50 Millionen Euro bei. Im Vergleich zum Vorjahr haben die Werbespendings stark zugenommen bei einer fast unveränderten Werberanzahl von durchschnittlich 30 Marken pro Monat. In Spitzenmonaten werben mitunter sogar mehr als 40 Marken gleichzeitig. Das Werbetief fällt auf den Sommer, den manche Marke als Werbepause nutzt.

Die Ausgabenkonzentration im Werbemarkt für Armaturen, Becken und Wannen ist beträchtlich. 73 Prozent der Werbeausgaben entfallen auf die drei medial aktivsten Marken Geberit, Quooker und Villeroy & Boch. Daneben mischen sich die Marken Duravit, Grohe und Kaldewei in allen fünf Analysejahren unter die Top 10-Marken. Im Vergleich zum Vorjahr haben acht der zehn Top-Werbungtreibenden ihre Spendings aufgestockt.

Das mediale Kommunikationsvolumen in den beiden analysierten Produktmärkten Bad und Küche hält sich fast die Waage. 54 Prozent der Gesamtspendings fließen in die Werbung fürs Bad, 46 Prozent richten sich an Kücheneinrichter.

Unter den Werbemedien ist in der Branche vor allen die Internetwerbung beliebt. Neun der zehn Topwerber nutzen dieses Werbemedium, in welches etwa drei Viertel des gesamten Werbevolumens fließt. Auf TV- und Zeitschriftenwerbung entfallen jeweils weniger als 15 Prozent.

Über die Studie:

Die ‚Werbemarktanalyse Armaturen, Becken und Wannen 2022‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Armaturen, Becken und Wannen in Deutschland. Sie gibt auf 83 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 70 Marken auf. Eine Analyse des Mediensplits zeigt die Werbeausgabenentwicklung differenziert nach Medien.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-armaturen-becken-und-wannen-2022>

Der Studienherausgeber:

Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.

www.research-tools.net

www.linkedin.com/company/research-tools-net

Werbependingdaten 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