



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Duschgels: starker Rückgang des Werbevolumens



Das Werbevolumen für Duschgels ist im Vergleich zum Vorjahr stark zurückgegangen. Übers Jahr werben medial mehr als 30 Marken für Ihre Produkte. Beliebt ist vor allem Zeitschriftenwerbung, gemessen am Volumen ist allerdings TV der bedeutsamste Kommunikationskanal.

Esslingen am Neckar, 24. Mai 2023 – Die Werbeausgaben für Duschgels sind im Vergleich zum Vorjahr stark zurückgegangen. Mit rund 18 Millionen Euro innerhalb von zwölf Monaten liegen die Spendings etwa ein Viertel unter dem Volumen des Vergleichszeitraums. Gleichzeitig markiert diese Ausgabenhöhe die geringste innerhalb der untersuchten fünf Jahre. In diesem Zeitraum fällt der Spitzenmonat auf den September 2018 mit einem medialen Kommunikationsvolumen von 7,6 Millionen Euro.

Über 30 Marken werben innerhalb von zwölf Monaten für Duschgels. Im Jahresverlauf schwanken dabei die Werbespendings enorm, der Peak fällt in der Periode 2022/23 auf die heiße Jahreszeit mit den Monaten Juni, Juli und August. Dann nämlich werden mehr als drei Viertel des jährlichen Gesamtvolumens in Werbung umgesetzt. In fast allen anderen Monaten liegen die Spendings deutlich unter der Millionengrenze.

Die Verbreitung der Werbebotschaft erfolgt häufig über Zeitschriften. In der Summe erreicht dieses Printmedium einen Anteil von 19 Prozent am Gesamtvolumen. Gemessen an den Gesamtspendings ist allerdings TV mit 68 Prozent Anteil der bedeutsamste Kommunikationskanal. Indes setzen nur wenige Marken TV-Werbung ein. Neben TV und Zeitschriften arbeitet die Branche ergänzend mit Werbeflächen im öffentlichen Raum. Der Anteil der Out-of-Home-Werbung beläuft sich aktuell auf elf Prozent.

Im Werbemarkt für Duschgels herrscht eine hohe Werbekonzentration. Die Marken Alverde, Axe und Dove stehen an der Spitze des Ausgabenrankings. Sie repräsentieren gemeinsam beachtliche 85 Prozent des Gesamtvolumens. Innerhalb des Werbemarkts finden sich im zuletzt analysierten Fünf-Jahres-Zeitraum neun Marken erstmals.

Über die Studie:

Die ‚Werbemarktanalyse Duschgels 2023‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Duschgels in Deutschland. Sie gibt auf 58 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 30 Marken auf. Für zehn Top-Marken visualisiert neben einer zeitlichen Werbedruckverteilung nach Mediengattungen eine statistische Kommunikationspositionierung auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit die Allokation der Budgets.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-duschgels-2023>

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