



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Gartenmaschinen und -werkzeuge im medialen Aufwärtstrend



Die Werbeaktivitäten für Gartenmaschinen und -werkzeuge steigen im Vergleich zum Vorjahr um 25 Prozent. Besonders die Rasenmäherwerbung verzeichnet hohe Zuwächse.

Esslingen am Neckar, 12. Juli 2018 – Der Werbemarkt für Gartenmaschinen und -werkzeuge ist auf Wachstumskurs. Zum dritten Mal in Folge hat das Werbevolumen im Vergleich zum

Vorjahr um mehr als 20 Prozent zugelegt. Innerhalb von zwölf Monaten summieren sich damit die Ausgaben der medialen Kommunikation auf rund 26 Millionen Euro. Mit einem Anteil von 80 Prozent der Gesamtwerbung stehen Gartenmaschinen und speziell Rasenmäher im Fokus der Produktwerbung. Die Werbung für Rasenmäher verzeichnet eine Steigerung um 86 Prozent. Vier Fünftel der werbenden Marken sind Maschinen- und Gerätehersteller, lediglich 17 Prozent entfallen auf Gartenspezialisten.

Pro Monat werben 27 Marken im Durchschnitt für Ihre Produkte. Über die vergangenen fünf Jahre erreichte das Werbevolumen exakt im April seinen Peak. TV ist in der Branche das Top-Werbemedium mit einem Anteil von 76 Prozent. Dabei hat TV-Werbung im aktuellen Zwölf-Monats-Zeitraum stark zugenommen, hauptsächlich auf Kosten von Internet-Bannerwerbung und Printmedien.

Die Marken Gardena, Stihl und Worx repräsentieren gemeinsam 64 Prozent des Gesamtwerbervolumens und zählen damit zu den Topwerbern. Worx ist gleichzeitig der Aufsteiger in die Top 10. Sieben der zehn werbestarken Marken sind im Produktmarkt Rasenmäher medial aktiv, gerne wird die Roboterversion beworben. In der Branche werben fünf Anbieter mit einem Werbevolumen von über einer Million Euro, vier davon mit steigenden Spendings.

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Gartenmaschinen und -werkzeuge 2018“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Gartenmaschinen und -werkzeuge in Deutschland. Sie gibt auf 144 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in sieben Teilmärkten. Neben der Entwicklung von Werbespendings für 70 Werber werden Fünf-Jahres-Trends erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-gartenmaschinen-und-werkzeuge-2018/>

Die Studienherausgeber:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Werbespendingdaten 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