



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Haarpflegewerbung: Tendenz abnehmend



Das Werbevolumen im Haarpflegemarkt ist zurückgegangen. Über ein Drittel der Werbeaktivitäten sind Rangekampagnen. Annähernd acht von zehn Werbeeuro entfallen auf zehn führende Haarpflegemarken.

Esslingen am Neckar, 19. Januar 2018 – Das Werbevolumen im Haarpflegemarkt ist innerhalb von fünf Jahren um 25 Prozent zurückgegangen und liegt damit aktuell bei 432 Millionen Euro. Auffallend zeigt sich in der Produktwerbung der hohe Anteil an Rangekampagnen – mehr als ein Drittel des gesamten Werbevolumens entfällt auf Werbung, bei der mehrere Produkte aus unterschiedlichen Produktgruppen gemeinsam beworben werden. Von den singulär beworbenen Produktmärkten präsentieren sich die beiden Teilmärkte Shampoo Anti-Schuppen und Shampoo trocken mit einem Werbeplus im zweistelligen Millionenbereich. Hingegen hat sich das Werbevolumen der Produktmärkte Haarfarben/Tönung, Pflegespülungen/Kuren und Shampoo regenerativ stark verringert.

Top-Medium der Branche ist TV mit einem Anteil von 90 Prozent. Der Anteil an Zeitschriftenwerbung ist in den letzten fünf Jahren rückläufig, Internetwerbung wird nur selten eingesetzt.

Neben dem Werbevolumen ist auch die Werberanzahl, die mindestens einmal pro Monat Werbung schalten, gesunken. Lag diese Zahl im Vorjahr noch bei 55, so sind es im aktuellen Beobachtungszeitraum 47. Hinter den zehn werbestärksten Marken stehen fünf bedeutende Konzerne. Mit den Werbeaktivitäten für diese zehn Marken decken sie 78 Prozent des gesamten Werbevolumens im Haarpflegemarkt ab. Drei der zehn werbestarken Marken haben ihre Werbeaktivitäten im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet. Top-Marken nach Werbeausgaben sind Garnier, Head & Shoulders und Pantene PRO-V.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Haarpflege 2018“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Haarpflege in Deutschland. Sie gibt auf 229 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in 29 Teilmärkten, darunter zehn im Detail wie z.B. Haarfarben/Tönung, Haarspray, Pflegespülung, Shampoo Anti-Schuppen. Neben der Entwicklung von Werbespendings für 100 Werber werden Fünf-Jahres-Trends erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive. Die vorliegende Werbemarktanalyse basiert auf Daten und Motiven von AdVision digital.

Über research tools:

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

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