



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Werbemarkt Haarpflege: mehr als 190 werbende Marken pro Jahr



Im Werbemarkt für Haarpflege ist Shampoo das zentrale Produkt und verbucht das mit Abstand höchste Werbevolumen. Unter den Werbemedien ist TV klar der bedeutsamste Kommunikationskanal.

Esslingen am Neckar, 04. Februar 2022 – Die Werbeausgaben für Haarpflege summieren sich innerhalb von zwölf Monaten auf rund 626 Millionen Euro. Dabei steht vor allem die Shampoowerbung im medialen Fokus. Unter insgesamt 14 analysierten Teilmärkten verzeichnet sie mit Produktwerbung für normales, coloriertes, fettiges oder trockenes Haar, Anti-Schuppen-Shampoo oder als Kombiprodukt den höchsten Anteil: in der Summe sind es 57 Prozent des gesamten Werbevolumens. Andere Teilmärkte folgen mit deutlichem Abstand. Auf Werbung für Spülungen & Kuren entfallen beispielsweise elf Prozent des Gesamtvolumens, die Anteile für Haarfarben & Tönungen sowie Haarspray & Festiger liegen jeweils im einstelligen Bereich.

Im Werbemarkt für Haarpflege sind pro Monat durchschnittlich 59 Marken aktiv, übers ganze Jahr verteilt summiert sich deren Anzahl auf stolze 190 werbende Marken. Trotz dieser Vielzahl an Marktteilnehmern ist die Konzentration in den einzelnen Teilmärkten vergleichsweise hoch. Im Teilmarkt Spülung & Kuren liegt beispielsweise die Top 3-Konzentration bei 85 Prozent, bei Haarfarben & Tönung macht sie gar 97 Prozent aus.

Im Jahresverlauf markiert der Januar stets den absoluten Low-Monat der Volumenkurve, Werbepeaks hingegen fallen meist auf Frühjahr und Herbst. Konkret wurden im ersten Monat des Jahres 2021 etwa 23 Millionen Euro in Werbeschaltungen investiert, in den beiden Peak-Monaten Mai und Oktober erreichte das Volumen jeweils deutlich mehr als 60 Millionen Euro.

Gemessen an den Anteilen der Werbespendings ist TV der bedeutsamste Kommunikationskanal in der Branche. Überegende 93 Prozent Anteil entfallen auf TV-Spots, ergänzend werben die Anbieter im Internet oder in Zeitschriften. Über alle Produktmärkte hinweg präsentieren sich wie bereits in den Vorjahren die Marken Garnier, Head & Shoulders und Pantene PRO-V überaus werbestark.

Über die Studie:

Die ‚Werbemarktanalyse Haarpflege 2022‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Haarpflege in Deutschland. Sie gibt auf 168 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 170 Anbieter auf. Für zehn Top-Marken visualisiert neben einer zeitlichen Werbedruckverteilung nach Mediengattungen und Produktmärkten eine statistische Kommunikationspositionierung auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit die Allokation der Budgets.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-haarpflege-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