



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Werbung für Haustechnik mit Power in den Teilmärkten ‚hot‘ und ‚smart‘



Der Werbemarkt für Haustechnik wächst kontinuierlich. Grund dafür sind die stark zunehmenden Werbeaktivitäten der beiden Produktmärkte Heizung und Smart Home. Die Zahl werbender Unternehmen oszillierte im vergangenen Jahr pro Monat zwischen 37 und 90 Werbungtreibenden.

Esslingen am Neckar, 23. März 2017 – Der Werbemarkt für Haustechnik erlebte innerhalb der vergangenen drei Jahre stark zunehmende Werbeaktivitäten. So erreichte das Werbevolumen im Jahr 2016 die 30 Millionen-Marke, 2013 lag das Jahresvolumen noch bei elf Millionen Euro. Höchste absolute Zuwächse zeigen die Produktmärkte Heizung und Smart Home, die beide aktuell jeweils über einen Anteil am Gesamtvolumen von etwa 40 Prozent verfügen. Seit 2013 hat die Anzahl der Werbenden um 85 Prozent zugenommen. Sie liegt nun bei durchschnittlich 63 Werbern pro Monat.

Auffallend sind die medialen Fokussierungen der diversen Produktmärkte. Während für Smart Home-Produkte bevorzugt in TV geworben wird, präferieren die Anbieter der Teilbranchen Heizung und Luft das Printmedium Zeitschrift. Der Produktmarkt ‚Haussicherheit‘ kommuniziert verstärkt über Internetbanner.

Insgesamt werben sechs Marken mit einem Volumen von jeweils über einer Million Euro, fünf davon haben im Vergleich zum Vorjahr ihr Werbevolumen in Millionenhöhe aufgestockt. Trotz einer hohen Anzahl an werbenden Unternehmen erreichen die sechs Topwerber eine Volumenkonzentration von 57 Prozent des Gesamt-Werbemarkts. Besonders werbestarke Marken der einzelnen Produktmärkte sind Buderus für Heizung, Dyson für Luft, Telenot für Sicherheit und Tink für Smart Home.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Haustechnik 2017“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Haustechnik in Deutschland. Sie gibt auf 127 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in den fünf Produktmärkten Heizung, Image, Luft, Sicherheit und Smart Home. Für die Top-Werbungtreibenden werden die Ausgaben der medialen Kommunikation im Fünf-Jahres-Verlauf gezeigt. 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