

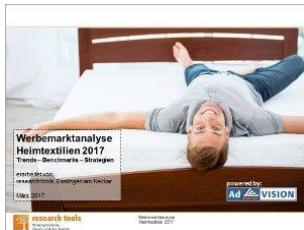


research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Viel Bewegung im Heimtex-Werbemarkt



Werbung für Heimtextilien hat im Vergleich zum Vorjahr stark zugenommen. Unter den Top 10-Werbern finden sich gleich sechs Aufsteiger, die zuvor hintere Ränge im Werbevolumenranking belegten.

Esslingen am Neckar, 05. April 2017 – Die Werbeaktivitäten der Branche Heimtextilien haben in den vergangenen Jahren einen enormen Schub erlebt. Das Volumen hat sich innerhalb von drei Jahren mehr als verfünffacht und liegt innerhalb eines Zeitraums von zwölf Monaten bei 64 Millionen Euro. Gleichzeitig hat die Anzahl der Werbungtreibenden um 60 Prozent zugenommen. Zuletzt haben im Durchschnitt pro Monat 57 Anbieter geworben. Die starke Volumenzunahme ist hauptsächlich im Produktmarkt Matratzen begründet. In den Teilmärkten Bettwäsche, Federbetten & Kissen, Gardinen und Handtücher & Tischwäsche hat Produktwerbung ebenfalls zugenommen, jedoch deutlich moderater. Rückläufig hingegen ist Werbung für Jalousien & Rollos. In der Mediennutzung zeigen die einzelnen Teilmärkte unterschiedliche Präferenzen. Während TV das beliebte Medium für Matratzenwerbung ist, wird Bettwäsche- und Gardinenwerbung bevorzugt in Zeitschriften geschaltet.

Trotz der hohen Anzahl werbender Anbieter zeigt sich eine starke Konzentration weniger volumenstarker Werber. Auf die drei Topwerber - zwei Anbieter für Matratzen und ein Onlineshop für Heimtextilien - entfällt etwa die Hälfte der gesamten Werbeausgaben der Branche. Zur starken Werbedynamik tragen dennoch zahlreiche Shops bei: alle Top 25-Werber haben ihre Werbeausgaben im Vergleich zum Vorjahr aufgestockt, die drei Topwerber zusammen gar um mehr als 25 Millionen Euro. Sechs der zehn Topwerber platzieren sich neu innerhalb der Top 10. Bei starker Werbekonzentration zeigt sich die Branche so überdurchschnittlich lebhaft.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Heimtextilien 2017“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Heimtextilien in Deutschland. Sie gibt auf 135 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in acht Teilmärkten, darunter Bettwäsche, Federbetten, Gardinen, Handtücher, Matratzen. Für die 100 werbestärksten Anbieter 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