



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Werbemarkt Heizungs- & Klimatechnik: viel Bewegung beim Mediensplit



**Im Werbemarkt für Heizungs- und Klimatechnik sind rund 900 Marken übers Jahr verteilt aktiv. Das mediale Kommunikationsvolumen zeigt sich über die analysierten fünf Jahre erstaunlich stabil. Aktuell zählen TV und Zeitschriften zu den Top-Medien.**

*Esslingen am Neckar, 01. September 2020* – In der Branche für Heizungs- und Klimatechnik haben die werbungtreibenden Anbieter innerhalb von zwölf Monaten rund 26 Millionen Euro in ihre mediale Kommunikation investiert. In der Betrachtung des Fünf-Jahres-Zeitraums oszillierten die jährlichen Werbeausgaben in einem vergleichsweise engen Korridor zwischen 23 und 28 Millionen Euro. Lediglich im Jahr 2017 gab es eine Ausnahme, hier lagen in Herbst und Winter die Spendings außergewöhnlich hoch. Im Durchschnitt werben 189 Marken pro Monat für ihre Produkte. Im Vergleich zum Vorjahr ist deren Anzahl leicht zurückgegangen. In der Gesamtsumme sind mit rund 900 Marken, die in den reichweitenstarken Medien werben, eine auffallend hohe Anzahl unterschiedlicher Werber übers Jahr gesehen im Werbemarkt aktiv.

Auffallend inkonstant zeigt sich der Mediensplit. In jedem der analysierten fünf Jahre gab es starke Veränderungen und Verschiebungen. So schwankte der Anteil des Mediums TV in dieser Zeit zwischen 12 und 66 Prozent. Bei der Zeitschriftenwerbung bewegten sich die Anteile zwischen 20 und 41 Prozent. Unter den zehn Topwerbern ist bei allen ein dominierendes Hauptmedium zu erkennen. Dieses ist je nach Anbieter Internetbanner, Radio, TV, Zeitschrift.

Dyson, Tado und Vaillant stellen die Top 3-Werber und repräsentieren 37 Prozent der Gesamtwerbeausgaben. Im Vergleich mit den vorangegangenen vier Jahren ist ein häufiger Wechsel unter den drei Topwerbern auffallend. So platzierten sich innerhalb des fünfjährigen Analysezeitraums insgesamt zehn unterschiedliche Marken unter den werbestärksten Marken.

#### Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Heizungs- und Klimatechnik 2020“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Heizungs- und Klimatechnik in Deutschland. Sie gibt auf 67 Seiten Einblick in Trends und Benchmarks und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 200 Marken auf. Eine Analyse des Mediensplits zeigt die Werbeausgabenentwicklung differenziert nach Medien.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-heizungs-und-klimatechnik-2020>

#### 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](http://www.research-tools.net)

Werbependingdaten der Studie beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**, Hamburg, [www.advision-digital.de](http://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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)