



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Mehr als 1.000 Anbieter werben übers Jahr für Heizungs- und Klimatechnik



**Im Werbemarkt für Heizungs- und Klimatechnik ist viel Bewegung. Neben stark schwankenden Spendings formiert sich die Riege der Topwerber jährlich neu. Die beiden Top-Produktmärkte sind Heizungstechnik und Klima/Lüftung, jeder 20. Werbeeuro fließt in die Solartechnik.**

*Esslingen am Neckar, 10. Oktober 2022* – Im Werbemarkt für Heizungs- und Klimatechnik sind über das Jahr verteilt mehr als 1.000 Anbieter aktiv. Sie alle tragen zu einem Gesamtvolumen von über 60 Millionen Euro bei. Im Vergleich zum Vorjahr zeigt sich indes ein deutlicher Volumentrückgang von mehr als 25 Prozent. Gut zwei Drittel des medialen Werbevolumens entfallen auf die beiden Produktmärkte Heizungstechnik sowie Klima/Lüftung. 14 Prozent des Gesamtvolumens fließt in Werbeaktivitäten für Wärmepumpen, fünf Prozent in die Solartechnik.

Auffallend ist der breite Mediensplit, welcher in den fünf analysierten Jahreszeiträumen sichtbar wird. Als Haupt-Werbemedien treten Internet, TV und Zeitschriften hervor, in der aktuellen Periode entfällt auf sie zusammen ein Anteil von über 90 Prozent. Zudem erreichen die Anbieter den potenziellen Kunden mittels Radiowerbung und Zeitungsanzeigen. Im Jahresverlauf schwanken die Spendings stark. Im letzten der fünf Analysezeiträume war der Oktober 2021 mit 7,8 Millionen Euro der Spitzenmonat, das Werbetief fiel auf den Juli 2022 mit 1,9 Millionen Euro. Im Schnitt haben pro Monat 256 Anbieter mittels klassischer medialer Kommunikation auf ihre Produkte oder Dienste aufmerksam gemacht.

Neben den stark schwankenden Spendings zeigt sich auch an der Spitze des Werberankings viel Bewegung. So formiert sich die Riege der Topwerber jährlich neu. Aktuell stemmen die Marken Buderus, Philips und Vaillant zusammen 32 Prozent des gesamten Werbeaufkommens. Innerhalb der Top 10 haben sieben der zehn werbestarken Marken im Vergleich zum Vorjahr ihre Spendings erhöht.

#### Über die Studie:

Die ‚Werbemarktanalyse Heizungs- und Klimatechnik 2022‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Heizungs- und Klimatechnik in Deutschland. Sie gibt auf 112 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 300 Marken auf. Eine Analyse des Mediensplits zeigt die Werbeausgabenentwicklung differenziert nach Medien.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-heizungs-und-klimatechnik-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](http://www.research-tools.net)  
[www.linkedin.com/company/research-tools-net](http://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](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)