



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Werbemarkt Hörsysteme: auf die Top3-Marken entfallen drei Viertel der Gesamtausgaben



Das Werbevolumen für Hörsysteme ist im Vergleich zum Vorjahr zurückgegangen. Die Marken Audibene, Geers Hörakustik und Kind repräsentieren 75 Prozent der Gesamtspendings. Präferierte Werbemedien der Branche sind die Gattungen Internet und TV.

Esslingen am Neckar, 14. Oktober 2022 – Die Werbeausgaben für Hörsysteme sind im Vergleich zum Vorjahr um gut 13 Prozent zurückgegangen und liegen damit bei rund 67 Millionen Euro. Trotz dieses Rückgangs hat die Anzahl Werbungtreibender leicht zugenommen. Im Schnitt werben pro Monat 61 Anbieter für ihre Produkte und Dienstleistungen. Im Vergleich der fünf analysierten Zwölf-Monats-Zeiträume war der Oktober 2021 mit 11,9 Millionen Euro der absolute Spitzenmonat, das jüngste relative Werbetief fiel auf den Juli 2022 mit weniger als drei Millionen Euro.

Im Mediensplit ist TV das dominierende Werbemedium der Branche, aktuell mit einem Ausgabenanteil von 50 Prozent. Daneben werben die Anbieter stark im Internet, Zeitungsannoncen liegen in der Beliebtheitsskala mit einem Anteil von neun Prozent auf Platz drei. Unter den Werbemotiven werden häufig Menschen im mittleren Lebensalter oder Senioren gezeigt. Der Einsatz von Testimonials wie Moderator Thomas Gottschalk oder Sportler Walter Röhrl schafft Aufmerksamkeit.

Die Marken Audibene, Geers und Kind stehen an der Spitze des Werbeausgabenrankings. Sie repräsentieren zusammen 75 Prozent der Gesamtwerbeausgaben und führen seit drei Jahren mit jeweils wechselnder Reihenfolge das Werberanking an. Innerhalb der Top 50-Werbungtreibenden finden sich im zuletzt analysierten Fünf-Jahres-Zeitraum vier Anbieter neu, darunter der Online-Hörakustiker Mr. Hear.

Über die Studie:

Die ‚Werbemarktanalyse Hörsysteme 2022‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Hörsysteme in Deutschland. Sie gibt auf 86 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 180 Marken auf. Eine Analyse des Mediensplits zeigt die Werbeausgabenentwicklung differenziert nach Medien.

Weitere Informationen zur Studie:

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