



Pressemitteilung

Werbemarktanalyse Hörsysteme: Auf die vier werbestärksten Marken entfallen 80 Prozent der branchenweiten Werbeausgaben



Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Werbeausgaben für Hörgeräte von 44 auf 52 Millionen Euro, während die Zahl der monatlich aktiven Werbungtreibenden mit 118 Anbietern ein neues Rekordniveau erreichte. Bemerkenswert ist jedoch die starke Konzentration: Vier Marken vereinen 80 Prozent des gesamten Werbevolumens auf sich.

Esslingen am Neckar, 23. Dezember 2024 – Nach einem Rückgang von 78 auf 44 Millionen Euro zwischen 2021 und 2023 hat sich der Werbemarkt für Hörsysteme deutlich erholt und verzeichnet in den vergangenen zwölf Monaten ein Kommunikationsvolumen von rund 52 Millionen Euro. Gleichzeitig erreichte die durchschnittliche Anzahl der monatlich aktiven Werbungtreibenden mit 118 einen neuen Höchststand.

Die Werbekonzentration an der Spitze bleibt jedoch besonders hoch: Auf die Top-Werber Amplifon, Audibene, GEERS und KIND entfallen 80 Prozent der gesamten Werbeausgaben. Besonders bemerkenswert ist der sehr starke Volumenzuwachs, der sich bei Amplifon innerhalb eines Jahres ereignete.

Von den eingesetzten Werbemedien hat das Fernsehen in den letzten vier Jahren stetig an Bedeutung gewonnen und dominiert aktuell mit einem Anteil von 58 Prozent im Mediensplit. Zeitungen und das Internet folgen mit deutlich geringeren Anteilen von 15 beziehungsweise 21 Prozent. Die Medienwahl variiert dabei spürbar zwischen den Anbietern: Audibene fokussiert sich primär auf das Internet, ergänzt durch TV, während Amplifon den Schwerpunkt umgekehrt zugunsten von TV setzt. GEERS nutzt einen Mix aller Mediengattungen mit einem ebenfalls hohen TV-Anteil, der bei KIND am größten ausfällt.

Im Werbemarkt für Hörsysteme setzen die Top-Werber überwiegend auf Pulsing-Strategien, bei denen die Werbeausgaben von September bis November stark ansteigen und im Frühling oder Sommer ihr Tief erreichen. Nur wenige Marken wie Audibene werben konstant über das ganze Jahr.

Über die Studie:

Die ‚Werbemarktanalyse Hörsysteme 2024‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben der Anbieter von Hörsystemen in Deutschland. Sie gibt auf 91 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Werbestrategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 200 Marken auf. Dabei werden die Werbeaktivitäten allgemein, sowie aufgeteilt nach Mediengattungen, Zeitabschnitten, Anbietergruppen und für jede der zehn führenden Anbieter analysiert. Zudem bildet die Studie die wichtigsten Motive ab und visualisiert die Kommunikationspositionierungen der zehn Top-Marken.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-hoersysteme-2024/>

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