



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Über 260 Marken werben medial übers Jahr für Lampen und Leuchten



Das Werbevolumen für Lampen und Leuchten ist im Vergleich zum Vorjahr zurückgegangen. Übers Jahr werben medial mehr als 260 Marken für Ihre Produkte.

Esslingen am Neckar, 03. August 2023 – Die Werbeausgaben für Lampen und Leuchten sind im Vergleich zum Vorjahr um rund ein Viertel zurückgegangen. Rund 18 Millionen Euro betragen somit die Spendings im Analysejahr 2022/2023. Mit einem Anteil von 77 Prozent entfällt ein Großteil des Werbevolumens auf Leuchten und Leuchtmittel. Ein weiterer Teilmarkt bildet die Werbung für Taschenlampen. Diese hat zuletzt deutlich zugenommen und erreicht mit 1,4 Millionen Euro den höchsten Wert innerhalb der analysierten fünf Jahre.

Über 260 Marken werben innerhalb von zwölf Monaten für Lampen und Leuchten. Die Anzahl Werbungtreibender ist innerhalb der vergangenen 60 Monate nie unter 39 gefallen, in Spitzenzeiten steigt deren Anzahl gar auf über 80 werbende Marken pro Monat. Die Werbespendings schwanken im Jahresverlauf deutlich, die Branche wirbt verstärkt im Zeitraum Oktober bis Dezember, wenn die Tage merklich kürzer werden. Die Verbreitung der Werbebotschaft erfolgt häufig über Zeitschriften, der Anteil beläuft sich auf 40 Prozent am Gesamtvolumen. Daneben ist Internetwerbung beliebt. Auf Rang drei nach Anteilen liegt die Werbung im öffentlichen Raum: mehr als jeder sechste Werbeeuro fließt in die Mediengattung Out-of-Home.

Unter den Top-Marken stehen Homelife LED und Keymate Systems an der Spitze des Ausgabenrankings. Ebenfalls werbestark präsentieren sich die Herstellermarken Bega, Eglo, Louis Poulsen, Occhio sowie Philips Hue. Im Produktmarkt Taschenlampen führt die Marke WaterLamp das Volumenranking an. Innerhalb der Top 30 der Werberankings finden sich im zuletzt analysierten Fünf-Jahres-Zeitraum drei Marken erstmals, darunter die Marke Clasetta - Light for life.

Über die Studie:

Die ‚Werbemarktanalyse Lampen und Leuchten 2023‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Lampen und Leuchten in Deutschland. Sie gibt auf 93 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 160 Marken auf. Für zehn Top-Marken visualisiert neben einer zeitlichen Werbedruckverteilung nach Mediengattungen eine statistische Kommunikationspositionierung auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit die Allokation der Budgets.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-lampen-und-leuchten-2023>

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