



Pressemitteilung

Werbemarkt Land- und Forsttechnik: knapp 800 Marken werben übers Jahr



Im Werbemarkt für Land- und Forsttechnik findet sich mit knapp 800 Marken eine hohe Anzahl Werbungtreibender. Gut ein Viertel davon investiert übers Jahr mehr als 10.000 Euro in Werbeschaltungen. Die Werbepeaks fallen auf Frühjahr und Herbst.

Esslingen am Neckar, 28. August 2023 – Rund 16 Millionen Euro haben die werbungtreibenden Anbieter von Land- und Forsttechnik innerhalb eines Jahres in ihre mediale Kommunikation investiert. Herstellermarken stemmen den Löwenanteil der Produktwerbung, auf den Handel entfällt knapp ein Drittel des Gesamtvolumens. Unter den beworbenen Teilmärkten stehen landwirtschaftliche Anbaugeräte im medialen Fokus. 26 Prozent der Gesamtspendings entfallen auf diesen Produktmarkt. An zweiter Stelle nach Ausgabenvolumen stehen Ernte- und Forsttechnikmaschinen noch vor Anhängern und der Landwirtschaftstechnik.

In den insgesamt sechs analysierten Teilmärkten herrschen recht unterschiedliche Konzentrationen. Im Produktmarkt der landwirtschaftlichen Anbaugeräte ist sie vergleichsweise gering. Hier entfallen 30 Prozent der Werbeausgaben auf die drei ausgabenstärksten Marken dieser Kategorie. Am höchsten ist die Konzentration im Produktmarkt Anhänger mit einem Anteil von 54 Prozent. Unter den Werbemedien zählen Zeitschriften als das Medium der Wahl: 80 Prozent der Gesamtspendings entfallen auf dieses Printformat. Etwa jeder siebte Werbeeuro fließt in die Internetwerbung.

Betrachtet man im Gesamtmarkt die Verteilung der Werbeaktivitäten übers Jahr, so zeigen sich im Frühjahr und Herbst klare Peaks. Häufig steigt parallel zu den Spendings ebenfalls die Anzahl Werbungtreibender. Pro Monat werben durchschnittlich 246 Anbieter, übers Jahr summiert sich deren Anzahl auf knapp 800. Gut ein Viertel davon investiert übers Jahr mehr als 10.000 Euro in Werbeschaltungen. Unter den Herstellern stehen die Marken Fliegl, Krone und Lemken an der Spitze des Volumenrankings. Im Segment Handel zeigen sich die Marken BayWa, Granit und Vogt werbestark und platzieren sich ebenfalls unter den Top 10-Werbungtreibenden.

Über die Studie:

Die ‚Werbemarktanalyse Land- und Forsttechnik 2023‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Land- und Forsttechnik in Deutschland. Sie gibt auf 104 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 250 Marken auf. Eine Analyse des Mediensplits zeigt die Werbeausgabenentwicklung differenziert nach Medien.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-land-und-forsttechnik-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