



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Werbemarkt Agrartechnik: 180 Marken werben monatsdurchschnittlich



Im Werbemarkt für Landwirtschaftsmaschinen und -technik ist eine hohe Anzahl werbender Marken aktiv. Zeitschriften sind das präferierte Werbemedium der Branche.

Esslingen am Neckar, 12. August 2021 – Die werbungstreibenden Händler und Hersteller landwirtschaftlicher Maschinen und Technik haben innerhalb eines Jahres mehr als zwölf Millionen

Euro in ihre mediale Kommunikation investiert. Besonders auffällig zeigt sich der Produktmarkt Landwirtschaftstechnik, der aktuell mit einem Gesamtvolumenanteil von 31 Prozent den höchsten Wert innerhalb der letzten fünf Jahre verzeichnet. Rund ein Sechstel des Gesamtvolumens und damit knapp 1,9 Millionen Euro entfällt auf den Produktmarkt Anhänger. Im Bereich Forsttechnik summiert sich das Volumen auf lediglich rund eine Million Euro. Im Gesamtmarkt fallen die Werbebepeaks auf das Frühjahr und den Herbst, die Sommer- und Wintermonate sind werbeschwächer.

Die Anzahl werbender Marken ist in der Branche beträchtlich. Über das ganze Jahr verteilt werben über 530 Marken, im Monatsmittel beläuft sich deren Anzahl auf 180. Die Werbekonzentration der drei Topwerber ist mit 18 Prozent im Branchenvergleich eher gering. Agrartechnik Brinkmann, Fliegl und Paulmichl sind die drei werbestärksten Marken.

Zeitschriften sind das präferierte Werbemedium der Branche. Das zeigt sich in allen fünf betrachteten Zwölf-Monats-Zeiträume. Daneben wird die Werbebotschaft über das Medium Internet verbreitet. Ungewöhnlich ist der eher singuläre Medienmix innerhalb der fünf analysierten Mediengattungen Internet, Radio, TV, Zeitschriften, Zeitungen. So konzentrieren sich beispielsweise sieben der zehn Topwerber auf lediglich ein Werbemedium.

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Landwirtschaftsmaschinen und -technik 2021“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Landwirtschaftsmaschinen und -technik in Deutschland. Sie gibt auf 91 Seiten Einblick in Trends und Benchmarks und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 260 Anbieter auf. Eine Analyse des Mediensplits zeigt die Werbeausgabenentwicklung differenziert nach Medien.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-landwirtschaftsmaschinen-und-technik-2021>

Die Studienherausgeber:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Werbespendingdaten 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