



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Möbelwerbung mit gewaltigem Zuwachs um 50 Millionen Euro



In der Möbelbranche steigt die mediale Kommunikation stark an. 50 Millionen Euro beträgt allein der Zuwachs der Werbeausgaben im Vorjahresvergleich. Ein Großteil davon geht auf das Konto der drei Topwerber.

Esslingen am Neckar, 07. März 2018 – Möbelwerbung hat im vergangenen Jahr stark zugenommen. Nach einem Plus von 50 Millionen Euro liegt das Gesamtwerbevolumen bei über 154 Millionen Euro. Mit einem Anteil von gut einem Drittel bleibt Wohnmöbelwerbung der stärkste Produktmarkt. Im Teilmarkt Schlafzimmermöbel zeigt sich eine große Dynamik durch einen Anstieg um knapp 27 Millionen Euro. Ähnlich stark zugelegt hat Rangewerbung, die Produkte aus mehreren Produktgruppen gemeinsam bewirbt. Imagewerbung erreicht ebenfalls einen Peak, jedoch mit acht Millionen Euro auf einem deutlich geringeren Niveau.

Pro Monat werben im Durchschnitt 200 Möbelmarken für ihre Produkte. TV ist das Top-Werbemedium mit einem Anteil von 47 Prozent, die Printmedien haben zusammen einen ähnlich hohen Anteil. Auffallend häufig werben Möbelmarken mit Testimonials. Mit Annette Frier, Bruce Darnell oder Heiner Lauterbach kommen prominente Markenbotschafter häufig aus Schauspiel oder Show.

Die drei Möbelmarken Home 24, IKEA und Otto stehen durch enorme Budgetaufstockungen in Höhe von zusammen 45 Millionen Euro an der Spitze des Werberankings. Somit repräsentieren sie über ein Drittel des gesamten Werbevolumens der Branche. Weitere 21 Marken werben mit einem Budget von einer Million Euro oder mehr.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Möbel 2018“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Möbel in Deutschland. Sie gibt auf 148 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in neun Teilmärkten, darunter Küchenmöbel, Schlafzimmermöbel, Wohnmöbel. Neben der Entwicklung von Werbespendings für 200 Werber werden Fünf-Jahres-Trends erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive.

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 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