



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Hohe Konzentration im Werbemarkt Sportgeräte



Im Werbemarkt für Sportgeräte zeigt sich eine hohe Werbekonzentration. Werberanzahl und Volumina schwanken stark im Jahresverlauf. Internet ist das präferierte Werbemedium, vier der zehn Topwerber schalten TV-Spots.

Esslingen am Neckar, 17. August 2021 – Die werbungstreibenden Anbieter für Sportgeräte haben innerhalb eines Jahres rund

127 Millionen Euro in ihre mediale Kommunikation investiert. Im Jahresverlauf schwanken die Werbespendings stark. Lag der Spitzenwert im Juni 2020 bei knapp 20 Millionen Euro, so folgte neun Monate später im März 2021 ein relativer Tiefpunkt mit knapp vier Millionen Euro und damit weniger als einem Fünftel des Spitzenmonats.

Die Händler und Hersteller der Sportgerätebranche setzen in der medialen Kommunikation stark auf das Medium Internet. Alle zehn Topwerber nutzen diese Mediengattung. Zudem schalten vier der zehn werbestarken Anbieter TV-Spots zur Verbreitung der Werbebotschaft. Die Mediengattungen Radio und Print werden in der Branche nur selten eingesetzt.

Über das ganze Jahr verteilt werben in der Branche mehr als 110 Anbieter. Auf die drei Topwerber Peloton, Vaha, Zwift entfallen dabei stolze 93 Prozent der Branchenausgaben. Innerhalb der Top 30 des Werbevolumenrankings finden sich acht Anbieter, die in dem letzten der fünf betrachteten Jahreszeiträume erstmals geworben haben.

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Sportgeräte 2021“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Sportgeräte in Deutschland. Sie gibt auf 68 Seiten Einblick in Trends und Benchmarks und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 100 Marken auf. Eine Analyse des Mediensplits zeigt die Werbeausgabenentwicklung differenziert nach Medien.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-sportgeraete-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