



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Werbemarkt Treppenlifte: Konzentration auf wenige werbestarke Marken



Im Werbemarkt für Treppenlifte herrscht eine starke Konzentration. Auf die Top 3-Werbungtreibenden entfällt ein Anteil von 84 Prozent. Zeitschriften sind das Werbemedium Nummer eins.

Esslingen am Neckar, 23. September 2021 – Die werbungtreibenden Anbieter von Treppenliften haben innerhalb von zwölf Monaten rund 27 Millionen Euro in ihre mediale Kommunikation investiert. Im Durchschnitt machen pro Monat 14 Anbieter mit Werbeaktivitäten auf ihre Produkte aufmerksam. Deren Anzahl hat innerhalb der betrachteten 60 Monate zwischen 7 und 17 Werbungtreibenden oszilliert. Über das ganze Jahr verteilt werben in der Branche etwas mehr als 20 Marken, vier davon mit einem Volumen von mehr als einer Million Euro innerhalb der letzten zwölf Monate.

Durch die hohe Werbekonzentration der Top 3-Werber von 84 Prozent entstehen Schwankungen vermehrt aufgrund der einzelnen Kampagnenverläufe. Die Marken Lifta, Thyssenkrupp Home Solutions sowie WL Liftsysteme stellen aktuell das Topwerber-Trio. Eine Analyse des Mediensplits zeigt Zeitschriftenwerbung als Hauptmedium der Branche. Sechs der zehn werbestärksten Marken haben in diesem Medium innerhalb von zwölf Monaten Werbung platziert. TV-Werbung gibt es nur vereinzelt, Internetwerbung liegt in der Beliebtheitsskala nach Volumen auf Rang drei.

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Treppenlifte 2021“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Treppenlifte in Deutschland. Sie gibt auf 59 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 23 Anbieter auf. Eine Analyse des Mediensplits zeigt die Werbeausgabenentwicklung differenziert nach Medien.

Weitere Informationen zur Studie:

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

Werbependingdaten 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