research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Treppenlifte: sieben der zehn Topmarken werben das ganze Jahr hindurch

Das Werbevolumen für Treppenlifte ist im Vergleich zum Vorjahr leicht zurückgegangen. Tendenziell nehmen im Herbst und Winter die Spendings zu, der Sommer ist werbeschwächer. Ein Großteil der Werbebotschaft wird über Printmedien verbreitet. Seit Jahren steht Lifta an der Spitze des Werberankings.

Esslingen am Neckar, 09. November 2023 – Das mediale Kommunikationsvolumen der werbungtreibenden Anbieter von Treppenliften ist im Vergleich zum Vorjahr etwas zurückgegangen. Es summiert sich im aktuellen Zwölf-Monats-Zeitraum auf rund 27 Millionen Euro. Im Jahresverlauf ziehen die Spendings tendenziell im Herbst und Winter an, in den Sommermonaten wird hingegen deutlich weniger geworben. Die Anzahl Werbungtreibender liegt bei durchschnittlich 14 pro Monat. Auffällig in dieser Branche ist, dass von den zehn Topmarken der Branche gleich sieben in jedem der zwölf Monate Werbung geschaltet haben.

Über viele Jahre zählen Printmedien in der Branche als das Top-Werbemedium. Aktuell liegt deren Anteil bei 60 Prozent am Gesamtvolumen mit einem Schwerpunkt auf Zeitschriften. Auf TV entfällt ein Anteil von 29 Prozent, an dritter Stelle steht die Internetwerbung. Alle Top 10-Werbungtreibenden setzen auf Werbung in Printmedien, häufig als Schwerpunktmedium.

Lifta ist in der Branche seit Jahren die Werbemarke Nummer eins. Ebenfalls in den Top 3 des Werberankings platzieren sich Minova und WL Liftsysteme. Das größte absolute Volumenplus im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen Acorn Treppenlifte, Brandes & Diesing, Ellmers Treppenlifte sowie Topro. Innerhalb des Werberankings finden sich im zuletzt analysierten Fünf-Jahres-Zeitraum drei Marken erstmals, darunter die Marken Müller-Treppenlifte und MainLifter.

Über die Studie:
Die ‚Werbemarktanalyse Treppenlifte 2023‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Treppenlifte in Deutschland. Sie gibt auf 68 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 29 Marken auf. Für zehn Top-Marken visualisiert neben einer zeitlichen Werbedruckverteilung nach Mediengattungen eine statistische Kommunikationspositionierung auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit die Allokation der Budgets.

Weitere Informationen zur Studie:
https://research-tools.net/werbemarktanalyse-treppenlifte-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

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