

+++ Bauhaus +++ BayWa +++ Bloom and Wild +++ Hagebau +++ Hornbach +++ ManoMano +++ OBI +++  
Stanze Gartenc. +++ Terrass.venlo.de +++ Toom Baumarkt +++ u. weit. 190 Anb. m. quantit. 5-Jahres-Trends

Studiensteckbrief

# Werbemarktanalyse Baumärkte und Gartencenter 2021

Werbeausgaben für 200 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Februar 2021

powered by:



# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Für ihre mediale Kommunikation haben Baumärkte und Gartencenter innerhalb eines Jahres rund 215 Millionen Euro ausgegeben.
- Das Werbevolumen ist innerhalb von zwölf Monaten um 16 Prozent gestiegen.
- Im Durchschnitt werben 166 Marken pro Monat für ihre Produkte. Innerhalb der vergangenen fünf Jahre hat die Anzahl der Werbungtreibenden stark geschwankt.
- TV ist das Top-Werbemedium. Radio-Werber Nummer eins ist Toom Baumarkt.
- Fünf Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als zehn Millionen Euro innerhalb der letzten zwölf Monate.
- Die Werbekonzentration fällt mit 65% Anteil der Top 3-Marken in der Branche hoch aus.
- Drei der Top 10-Werber haben ihre Spendings im Vergleich zum Vorjahreszeitraum mehr als verdoppelt.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Werbevolumen Baumärkte & Gartencenter

2018/2019:  
**186** Mio €

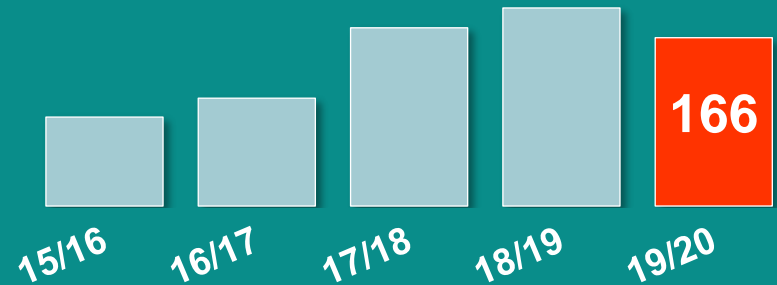
2019/2020:  
**215** Mio €

### Mediensplit



Radio-Werber Nr. 1:  
**Toom Baumarkt**

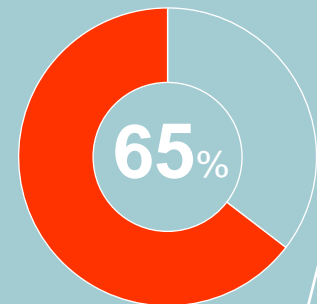
### Werbungtreibende pro Monat im Ø



### Werbekonzentration



**Bauhaus**  
**OBI**  
**Toom Baumarkt**



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

**200 Baumärkte und Gartencenter**  
mit den höchsten Spendings

Werbeausgaben für fünf Jahre in der **quantitativen Analyse**

**Mediensplit** für fünf Gattungen:  
Internetbanner, Radio, TV, Zeitschriften, Zeitungen

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**  
auf 67 PowerPoint-Seiten

als PDF und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

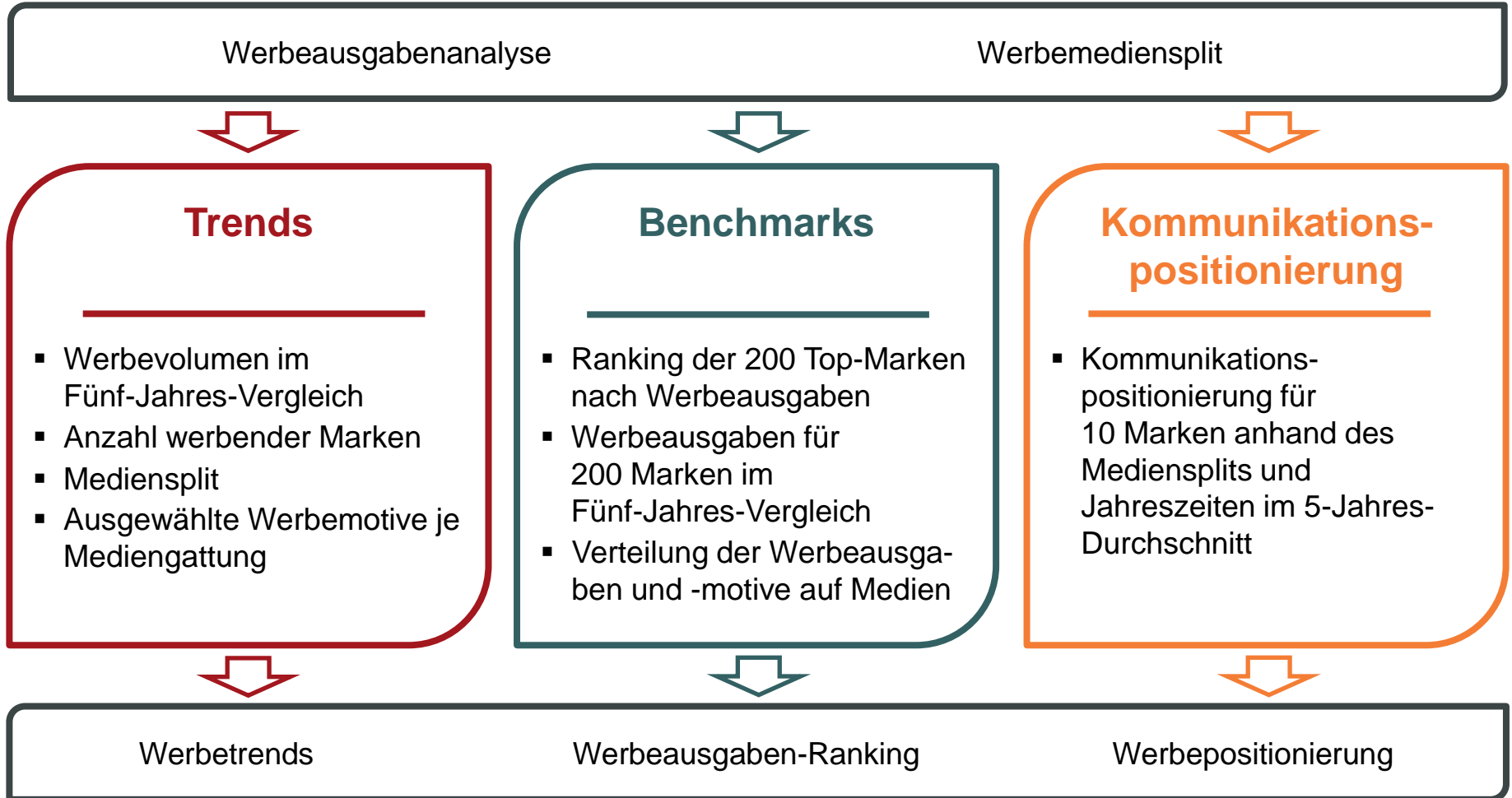
**Nutzen:** Analyse von Trends und Benchmarks ermöglichen  
einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

## Im Detail analysierte Marken:

- Bauhaus
- BayWa
- Bloom and Wild
- Hagebau
- Hornbach
- ManoMano
- OBI
- Stanze Gartencenter
- Terrassenü.venlo.de
- Toom Baumarkt
- + Spendings für  
190 weitere Marken

# Informationen zur Studie

## Konzeption:



# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten?
- wie viele Marken werben im Fünf-Jahres-Vergleich?
- über welche Medien kommuniziert die Branche?
- welches Werbemedium hat im Vorjahresvergleich an Bedeutung gewonnen?
- wie verteilen die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?
- welchen Werbedruck entfalten die Top-Marken?
- welches sind die werbeintensivsten und -dynamischsten Marken?
- in welchen Mediengattungen werben die Top-Marken?
- wie positionieren sich die Marken im Mediensplit?

## Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 200 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Kommunikationspositionierung für 10 Marken für Mediensplit und Jahreszeiten

## Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet-Bannerwerbung, Radio, Zeitschriften und Zeitungen. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**.

**Preis der Studie:** Die 67 Seiten umfassende Studie kostet **1.600 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	7
➤ Trends	11
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	13
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	18
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	25
▪ Werbeausgaben-Rankings	28
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 200-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10-Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken	53
Entwicklung der jährlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich, Entwicklung der monatlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im 5-Jahres-Vergleich	
▪ Mediensplit der Top 10-Marken	60
Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤ Kommunikationspositionierung	62
Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤ Kontakt	66



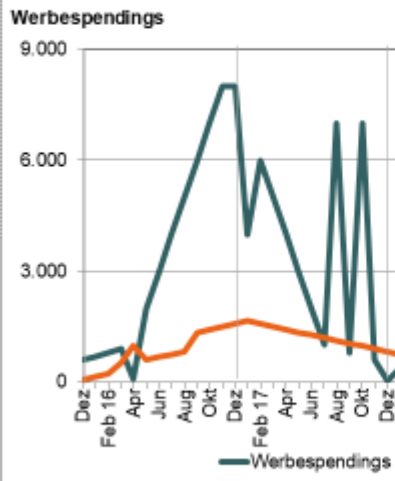
# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (Angaben in T€) und Anzahl der Werbungtreibenden



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische TV Beispiele und Nutzenargumente 2019/2020



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

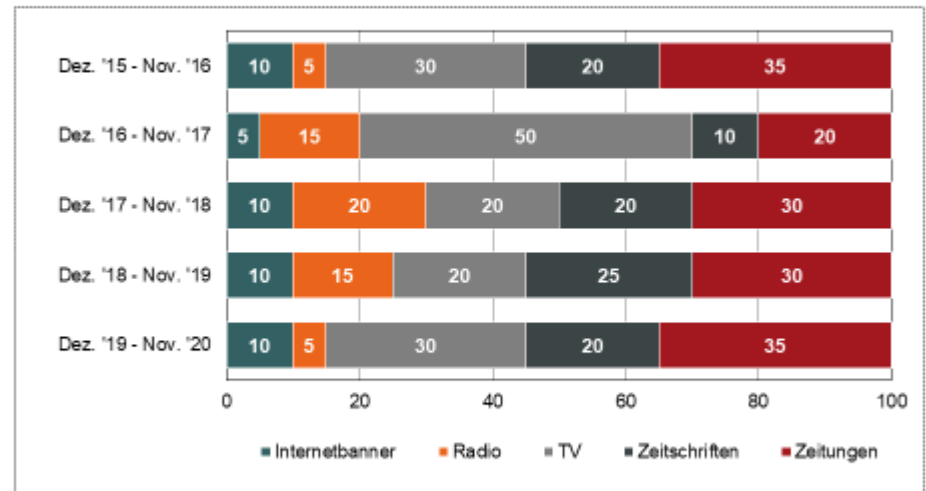


**Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?**

### Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Mediensplit 2019/2020 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse  
Baumärkte und Gartencenter 2021

**Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?**



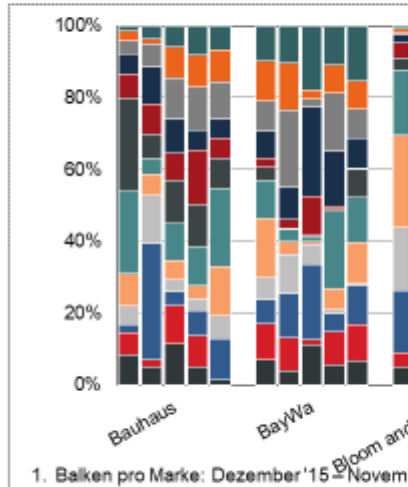
# Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

## Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im Fünf-Jahres-Vergleich



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



## Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 200-Marken nach Werbevolumen (letzter 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Dez. '15 – Nov. '16	
		1.000.000	900.000
11	alm-Tor	1.000.000	€
12	Bremer Baustoffe	900.000	€
13	Create by OBI	800.000	7
14	Dinger's Gartencent.	700.000	€
15	Globus Baumarkt	600.000	€
16	Hammer Heimtex-F.	500.000	4
17	Kaminwunder	400.000	3
18	Tuincentrum Arcen	300.000	2
19	Werkers Welt	200.000	1
20	ZAUN WELT	100.000	€

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

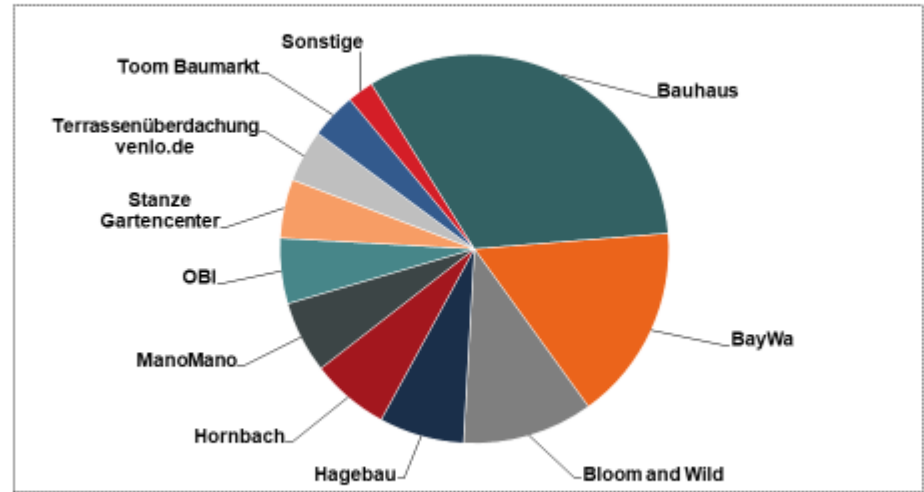


Welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken?

## Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von Dezember 2019 bis November 2020



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

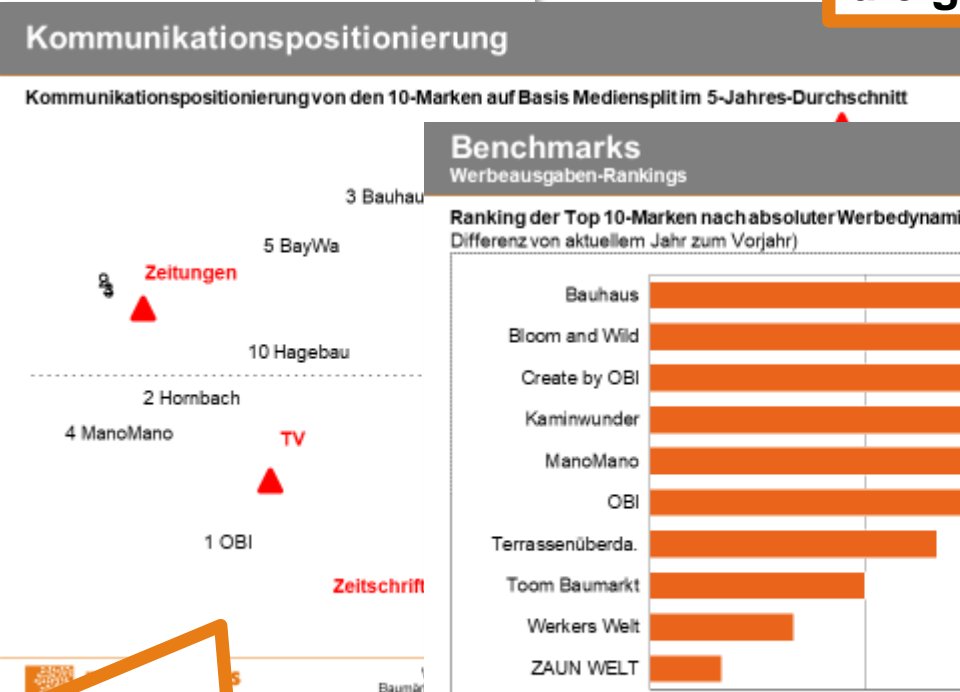
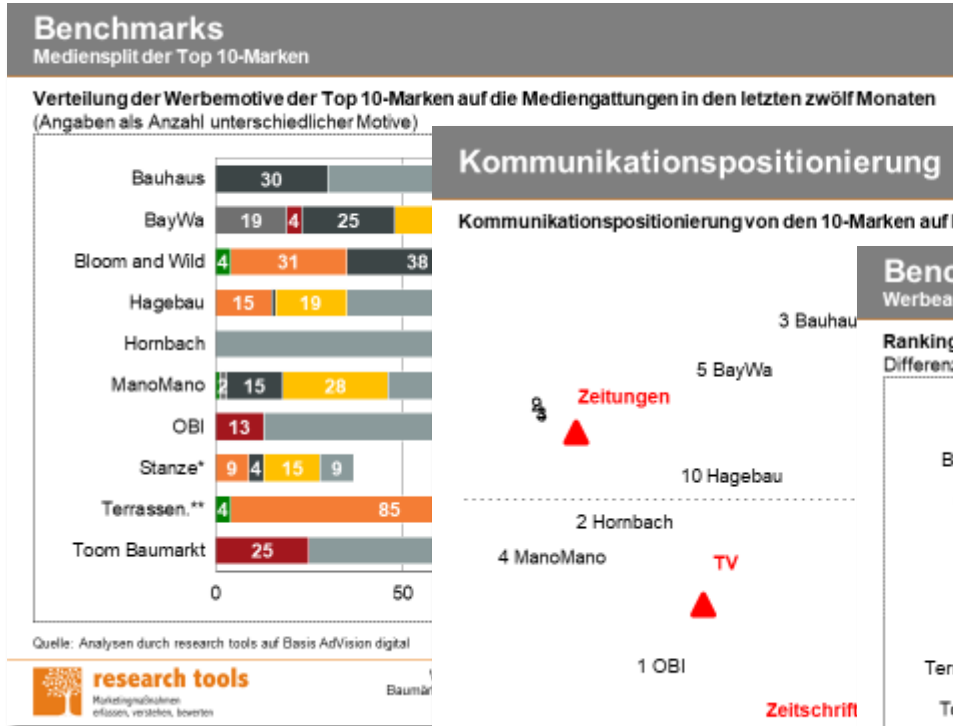


Werbemarktanalyse  
Baumärkte und Gartencent. 2021

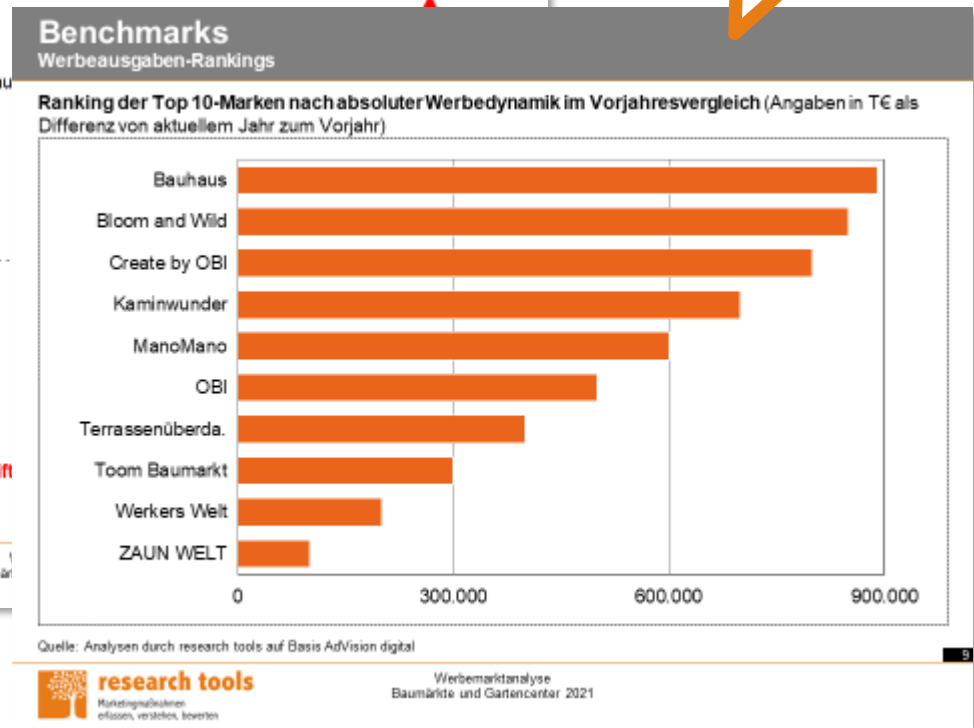
Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



Welche Marken zeigen die größte Dynamik?



Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

# Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

**E-Mail:** [uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

**FAX:** +49 (0)711 – 55090384

**Auftragnehmer:** research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.600 EUR zzgl. MwSt. die  
**Werbemarktanalyse Baumärkte und Gartencenter 2021.**

**Auftraggeber:**

Firma: \_\_\_\_\_

Ansprechpartner: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Position/Funktion: \_\_\_\_\_

Datum, Ort, Unterschrift: \_\_\_\_\_

# Kontakt / Branchenerfahrung

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

**Uwe Matzner**



Geschäftsführer  
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM  
Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384  
E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools  
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar  
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt erschienene Studien zur Branche DIY, Haus & Garten:

- Studie eVisibility Fenster & Türen 2021
- Studie eVisibility Gartenbedarf 2020
- Studie eVisibility Fliesen 2020
- Werbemarktanalyse Gartenmaschinen und -werkzeuge 2020
- Studie eVisibility Heimwerkerbedarf 2020
- Studie Conversion Journey Elektrowerkzeug 2020

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

