

+++ Bosch +++ EGO +++ Fiskars +++ Gardena +++ Gloria +++ Husqvarna +++ Kärcher +++ Stavermann +++
+ Stihl +++ WORX +++ und weitere 80 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ Bosch +++ EGO +++

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Garten- maschinen und -werkzeuge 2020

Werbeausgaben für 90 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

August 2020

kom-
pakt

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Gartenmaschinen und -werkzeuge 2020

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Marken für Gartenmaschinen und -werkzeuge innerhalb eines Jahres rund 22 Millionen Euro ausgegeben.
- Das Werbevolumen ist innerhalb von zwölf Monaten um 13 Prozent zurückgegangen.
- Im Durchschnitt werben 38 Marken pro Monat für ihre Produkte. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Anzahl werbender Marken rückläufig.
- TV ist das Top-Werbemedium mit einem Anteil von 76 Prozent.
- Sechs Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro, vier davon haben ihre Werbeaktivitäten im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet.
- Die Werbekonzentration der drei Topwerber liegt bei 56 Prozent der Gesamtwerbeausgaben.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Gartenmaschinen und -werkzeuge

2018/2019:
25 Mio €

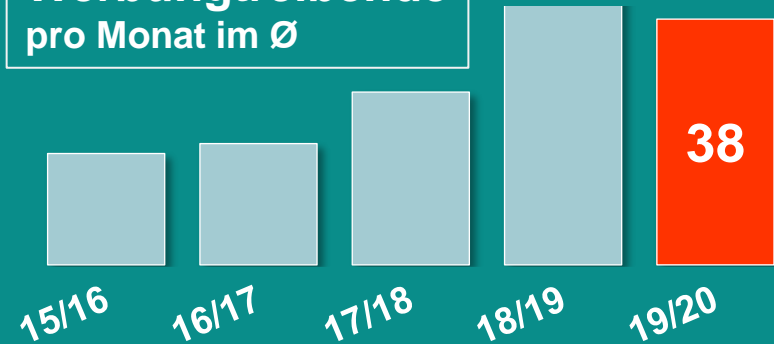
2019/2020:
22 Mio €

Mediensplit



Zeitschriften-Werber Nr. 1:
Stihl

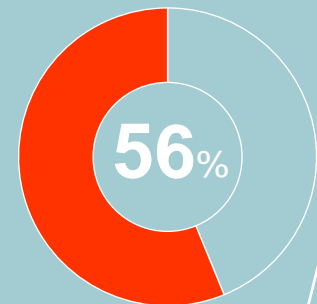
Werbungtreibende pro Monat im Ø



Werbekonzentration



**Fiskars
Husqvarna
WORX**



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

90 Anbieter von Gartenmaschinen und -werkzeuge
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 51 PowerPoint-Seiten

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

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

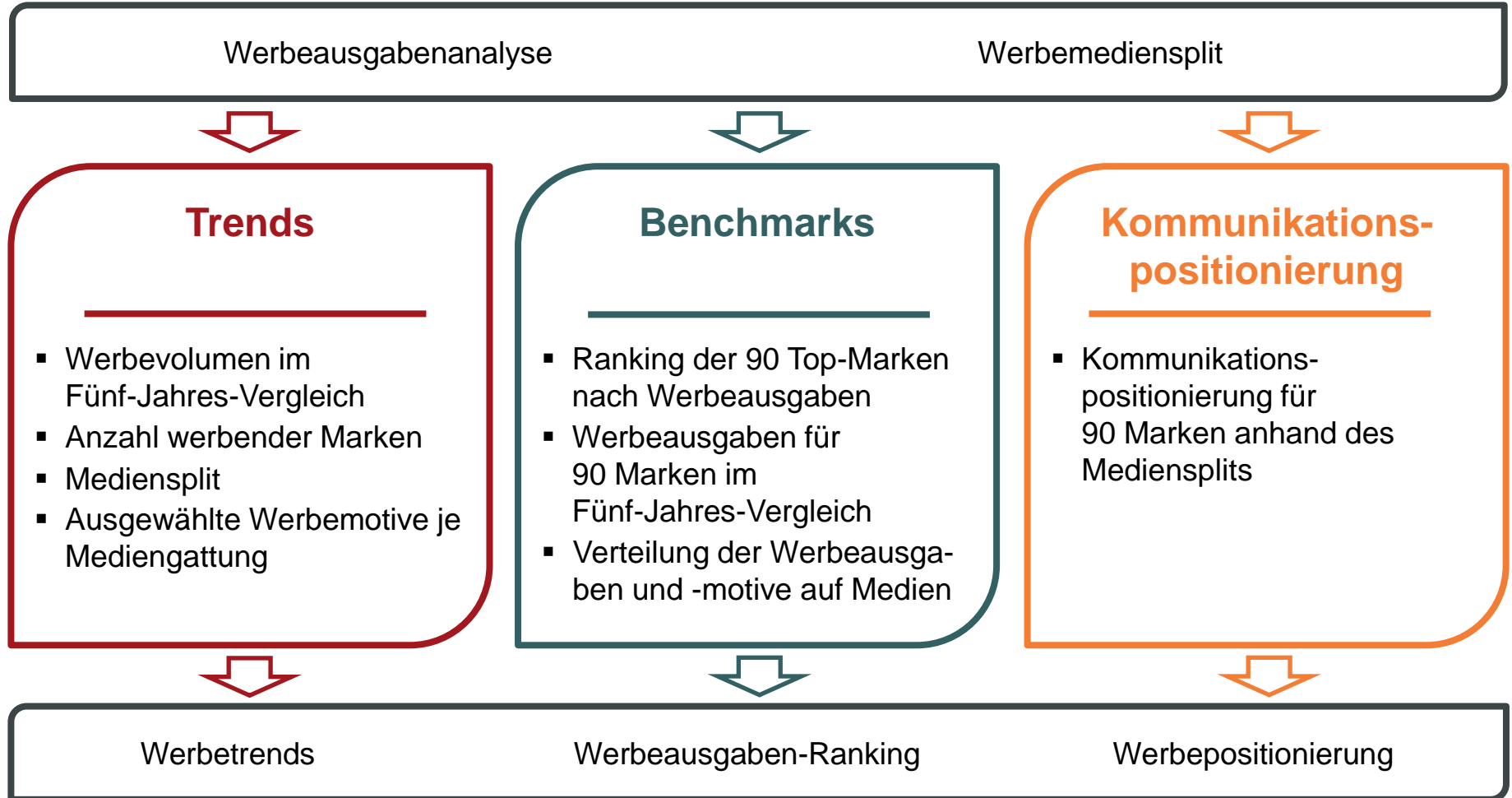
Nutzen: Analyse von Trends und Benchmarks ermöglichen
einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- Bosch
- EGO
- Fiskars
- Gardena
- Gloria
- Husqvarna
- Kärcher
- Stavermann
- Stihl
- WORX
- + Spendings für
80 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 90 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Positionierungsanalyse auf Basis Mediensplit für 90 Marken

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 52 Seiten umfassende Studie kostet **1.600 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Trends	12
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	14
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	21
▪ Werbeausgaben-Rankings	24
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 90-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10-Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken	38
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	44
Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤ Kommunikationspositionierung	46
Kommunikationspositionierung von 90 Marken auf Basis Mediensplit	
➤ Kontakt	50



Analysebeispiele (1)

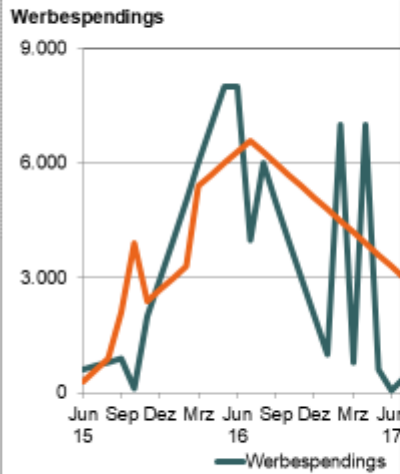
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

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 Motivbeispiele und Nutzenargumente 2019/2020



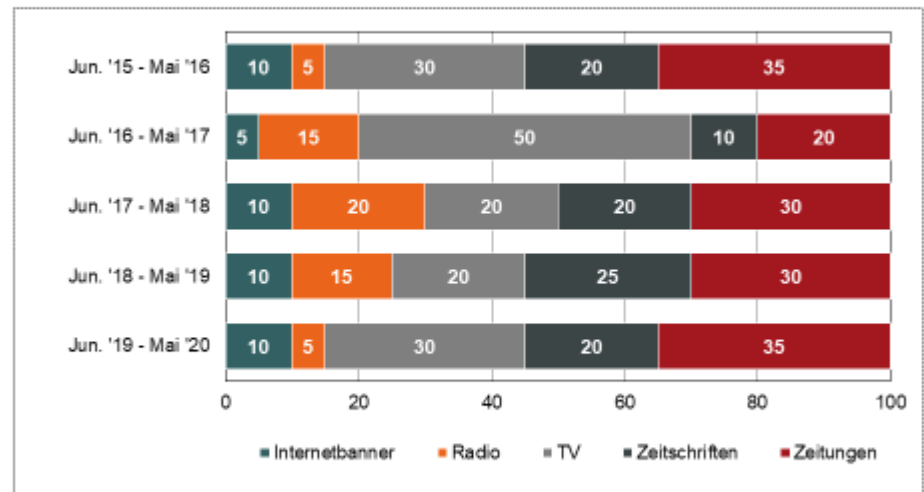
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Mediensplit 2019/2020 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

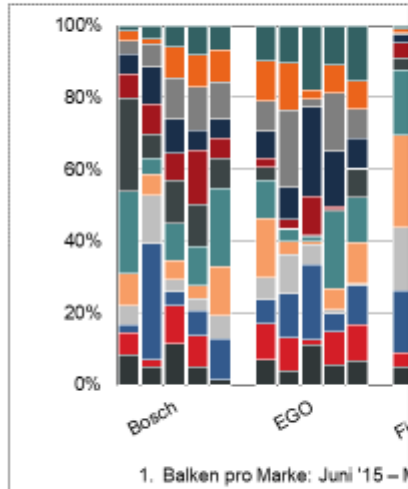
Analysebeispiele (2)

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 90 Marken nach Werbevolumen (letzter 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Jun. '15 – Mai '16	Jun. '16 – Mai '17
11	Agrotop	1.000.000	9
12	AS-Motor	900.000	8
13	Einhell	800.000	7
14	Honda	700.000	6
15	John Deere	600.000	5
16	Kolde Garten-Motor	500.000	4
17	Meier-Brakenberg	400.000	3
18	Sabo	300.000	2
19	Stadiko	200.000	1
20	Wolf-Garten	100.000	9

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

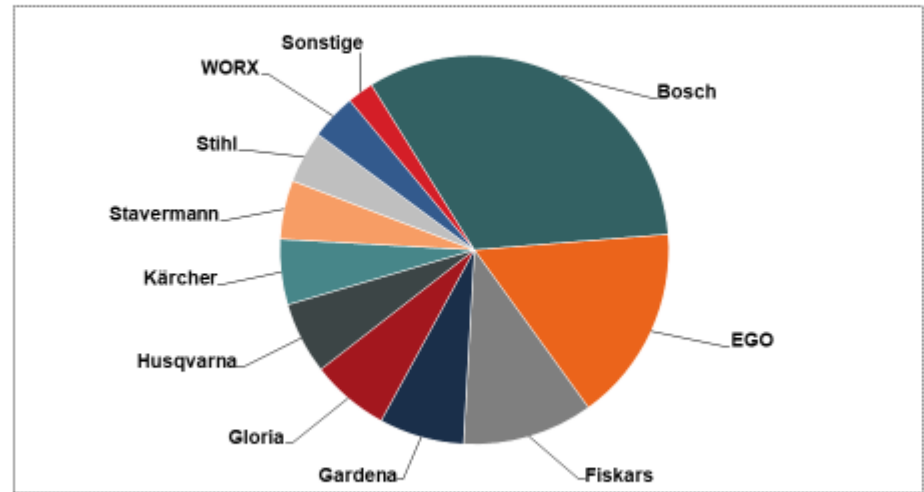
Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

Welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10 Marken von Juni 2019 bis Mai 2020



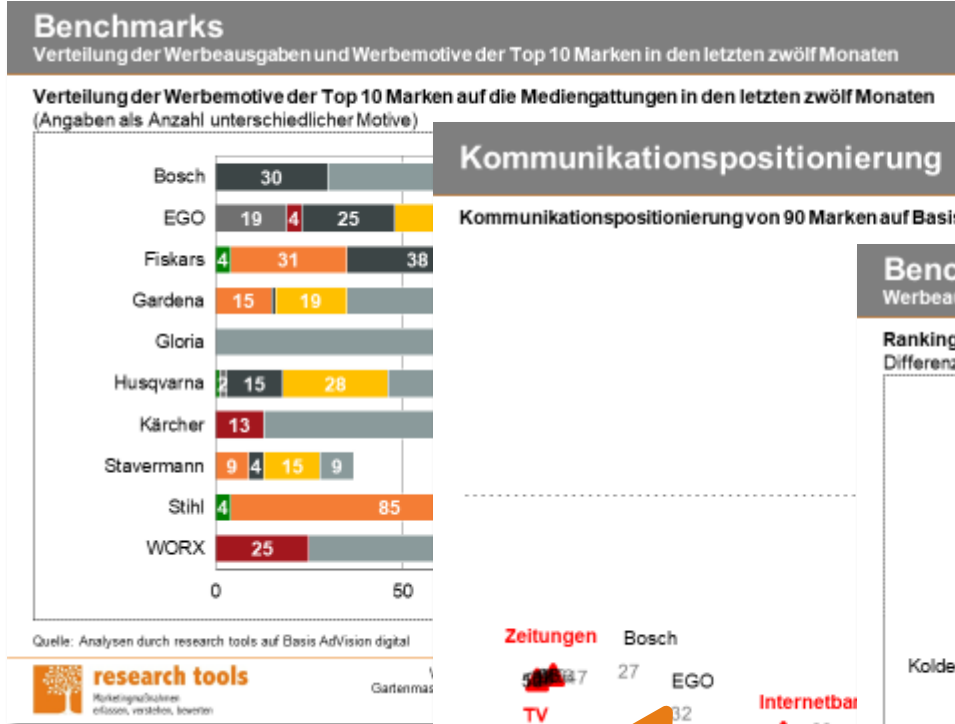
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Gartenmaschinen und -werkzeuge 2020

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

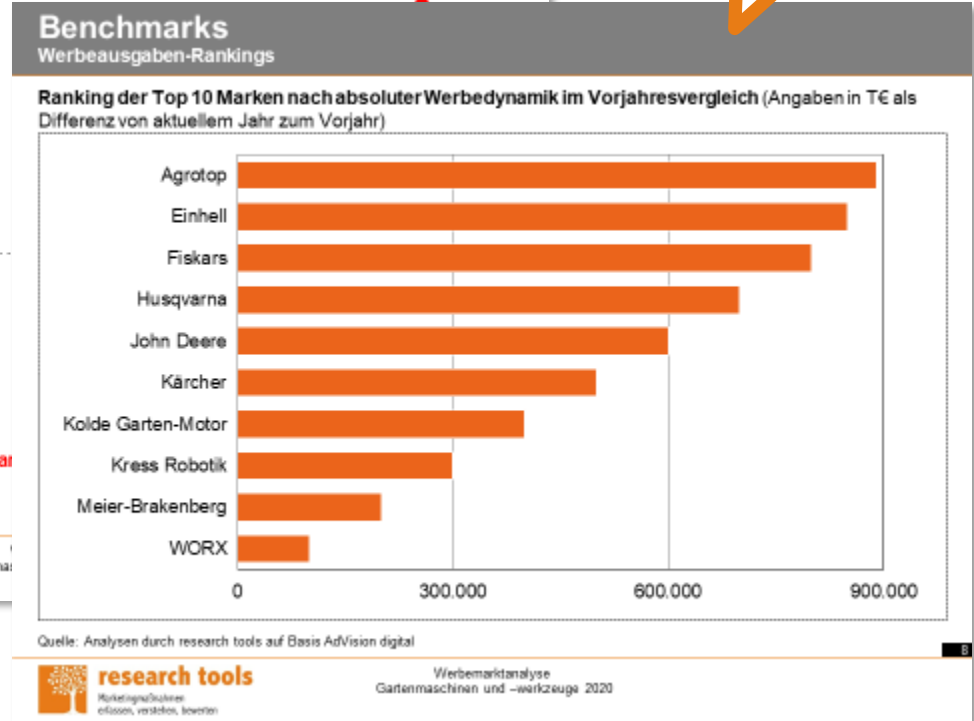


Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung von 90 Marken auf Basis Mediensplit



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

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 Gartenmaschinen und -werkzeuge 2020.

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 Gartengeräte:

- Studie eVisibility Gartenmaschinen 2019
- Studie eVisibility Gartenbedarf 2018
- Werbemarktanalyse Gartenmaschinen und -werkzeuge 2018
- Studie eVisibility Gartenmaschinen 2017
- Studie eVisibility Gartenbedarf 2016
- Werbemarktanalyse Haushalt und Garten 2015

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2016 über 60 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

