

+++ Buderus +++ Daikin +++ Dyson +++ Enpal +++ GIRA +++ Hargassner +++ Philips +++ Stiebel Eltron +++ Tink +++ Vaillant +++ und weitere
290 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ Buderus +++ Daikin +++ Dyson +++ Enpal +++ GIRA +++ Hargassner +++ Philips +++ Stie

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse

Heizungs- und Klimatechnik 2022

Werbeausgaben für 300 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

September 2022



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Heizungs- und Klimatechnik 2022

powered by:



Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungstreibenden Anbieter von Heizungs- und Klimatechnik innerhalb eines Jahres über 60 Millionen Euro ausgegeben.
- Der Produktmarkt Heizungstechnik ist der volumenstärkste und weist einen Anteil von 39 Prozent vom Gesamtvolumen auf.
- Im Durchschnitt werben 256 Marken pro Monat für ihre Produkte.
- Das Medium Internet ist aktuell das Top-Werbemedium mit einem Anteil von 43 Prozent. Internet-Werber Nr. 1 ist Hargassner.
- Elf Marken werben mit einem Volumen von mehr als einer Million Euro innerhalb eines Jahres.
- Die Werbekonzentration liegt bei 32% Anteil der Top 3-Marken.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Heizungs- und Klimatechnik

2021/2022

60 Mio. €



davon
39%
im Produktmarkt
Heizungstechnik

Mediensplit



Internet-Werber Nr. 1:
Hargassner

Werbungtreibende pro Monat im Ø



17/18



18/19



19/20



20/21



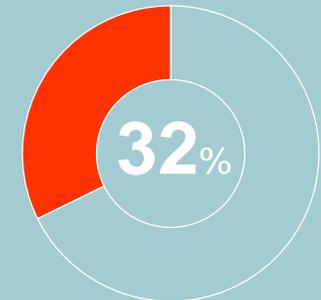
21/22

256

Werbekonzentration



**Buderus
Philips
Vaillant**



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

300 Anbieter von Heizungs- und Klimatechnik mit den höchsten Spendings

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

in **acht Produktmärkten**, darunter Heizungstechnik,
Klima/Lüftung, Smart Home, Wärmepumpen

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 112 PowerPoint-Seiten

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

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

Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

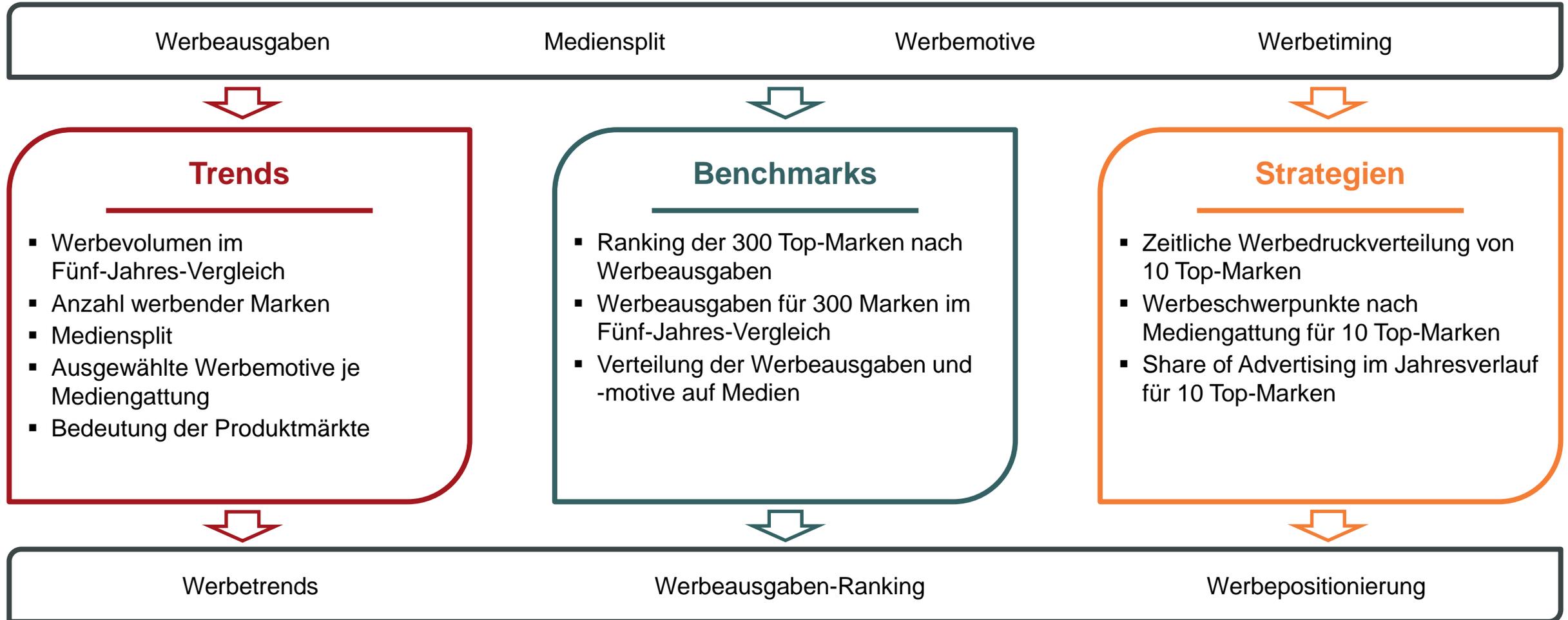
Im Detail analysierte Marken:

- Buderus
- Daikin
- Dyson
- Enpal
- GIRA
- Hargassner
- Philips
- Stiebel Eltron
- Tink
- Vaillant
- + Spendings für
290 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?
- welche Entwicklungen sind in den Produktmärkten zu erkennen?
- 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, in welchen Mediengattungen werben sie?
- welches sind die werbeintensivsten und -dynamischsten Marken?
- wie positionieren sich die Top-Marken im Mediensplit?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 300 Marken
- Werbespendings für 8 Produktmärkte
- Werbespendings für 5 Mediengattungen
- Kommunikationspositionierung für 10 Marken auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet (Internetbanner und YouTube-Werbevideos), 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 112 Seiten umfassende Studie kostet **1.900 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	14
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	15
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich	20
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2021/2022	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	28
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	34
▪ Werbeausgaben-Rankings	35
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 300-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	75
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	



Inhaltsverzeichnis

- **Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten** 82
 - Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken nach Produktmärkten in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten
- **Strategien** 85
 - Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen für die 10-Marken mit den höchsten Werbeausgaben, Share of Advertising der Top 10-Marken im Jahresverlauf
- **Kommunikationspositionierung** 107
 - Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt
- **Kontakt** 111



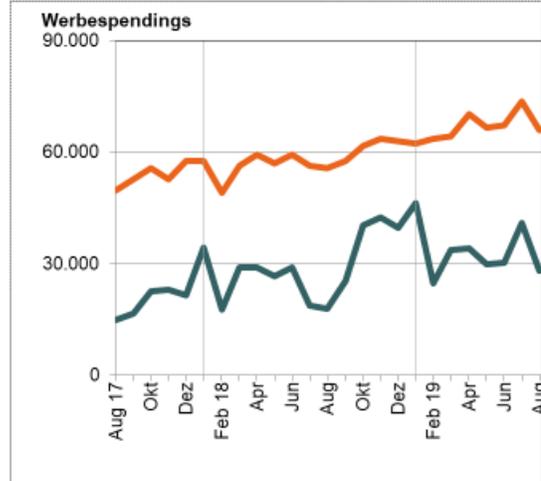
Analysebeispiele (1)

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

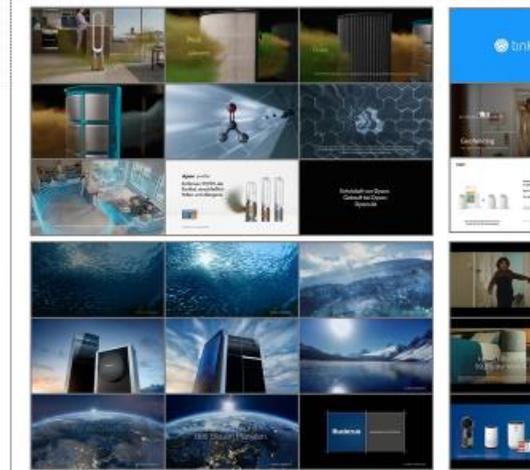


Werbemarktan

Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2021/2022



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



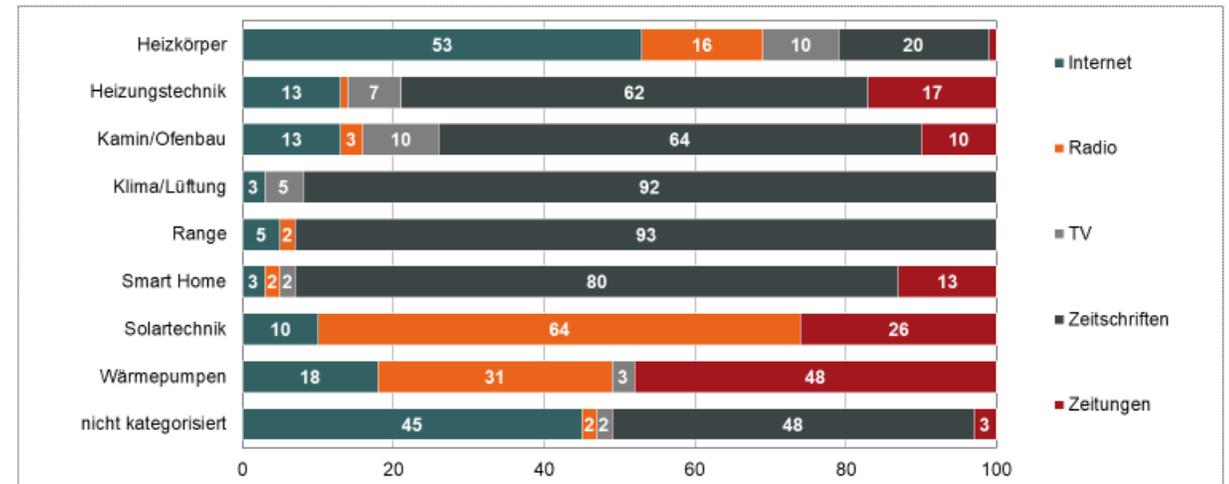
Werbemarktan

Auf welchen Mediensplit setzen die Anbieter?

Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2021/2022 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Heizungs- und Klimatechnik 2022

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 300-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Aug. '17 – Jul. '18	Aug. '18 – Jul. '19
11	Clage	5.000.000	
12	HomeMatic	2.400.800	
13	Humydry	6.000.000	
14	Jung Pumpen	15.300.500	
15	Netatmo	9.000.000	1
16	Neutec	3.260.800	
17	Viessmann	3.900.600	
18	Viterma	2.100.800	
19	Wenski Gute Raumluf	9.400.750	1
20	Wolf	8.730.800	

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

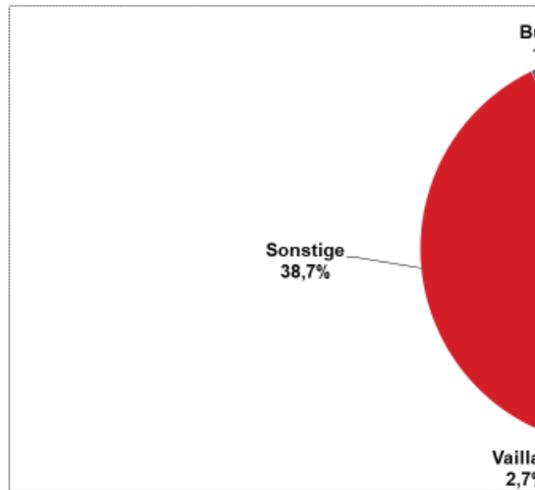


Werbemarktan

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von August 2021 bis Juli 2022



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



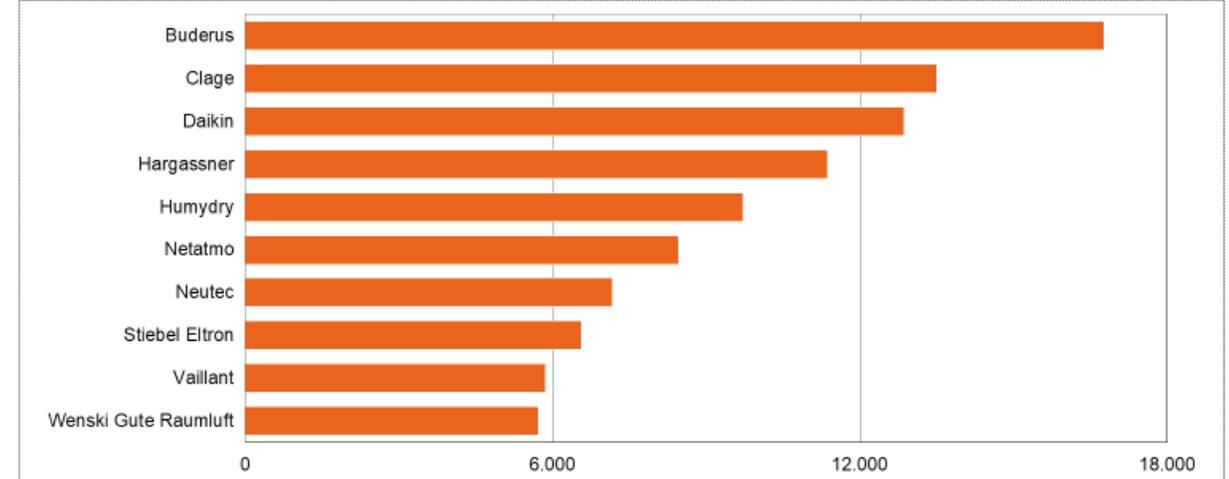
Werbemarktan

Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10-Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€ als Differenz von aktuellem Jahr zum Vorjahr)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Heizungs- und Klimatechnik 2022

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

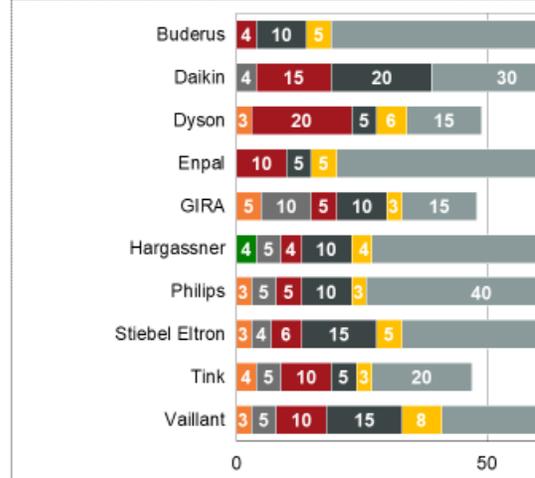
Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten

Verteilung der Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten (Angaben als Anzahl unterschiedlicher Motive)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktan

Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung der Top 10-Marken auf Basis Mediensplit im 5-Jahres-Durchschnitt



G
Philips
V

research tools

Werbemarktan

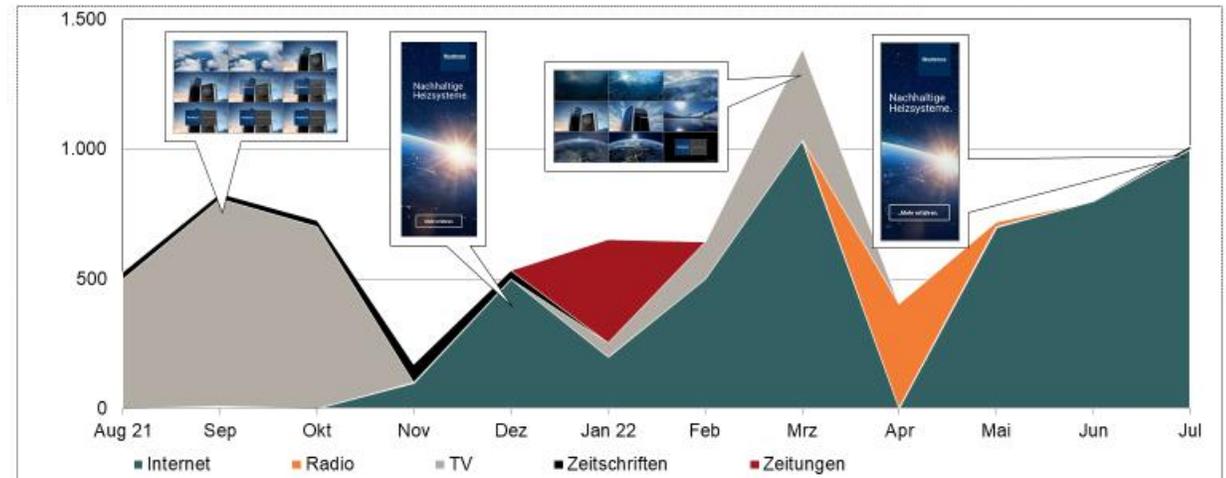
Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

Strategien

Marke A

Marke A | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Heizungs- und Klimatechnik 2022

10

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 1.900 EUR zzgl. MwSt. die
Werbemarktanalyse Heizungs- und Klimatechnik 2022.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____



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

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Spezialist für Marketinganalyse, -controlling und -monitoring.

In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Zuletzt erschienene Studien zur Branche Haustechnik:

- Studie eVisibility Heiztechnik 2021
- Studie eVisibility Haussicherheit 2021
- Werbemarktanalyse Heizungs- und Klimatechnik 2020
- Marketing-Mix-Analyse Smart Home 2020
- Studie eVisibility Kompressoren 2020
- Marketing-Mix-Analyse Wärmepumpen 2019

Branche Haustechnik: seit 2017 mehr als zehn Studien veröffentlicht

