

+++ Amplifon +++ Audibene +++ GEERS +++ Hörex +++ Hörger. Ligmann +++ Hörstud. Sporkmann +++ Hör-  
sys. Wessling +++ Hörzen. Holweide +++ KIND +++ Phonak +++ u. weit. 90 Anbiet. m. quantit. 5-Jahres-Trend

Studiensteckbrief

# Werbemarktanalyse Hörsysteme 2020

Werbeausgaben für 100 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

September 2020



powered by:



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief  
Werbemarktanalyse Hörsysteme 2020

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die Anbieter von Hörsystemen innerhalb eines Jahres rund 27 Millionen Euro ausgegeben.
- Das Werbevolumen rutschte innerhalb von zwölf Monaten um 21 Prozent ab.
- Im Durchschnitt werben 44 Marken pro Monat für ihre Produkte. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Anzahl werbender Marken etwas zurückgegangen.
- TV ist das Top-Werbemedium. Zeitungs-Werber Nummer eins ist Amplifon.
- Vier Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro innerhalb der letzten zwölf Monate, zwei davon mit steigenden Spendings.
- Die Werbekonzentration liegt bei einem Anteil von 77 Prozent der Top 3-Marken.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Werbevolumen Hörsysteme

2018/2019:  
**34** Mio €

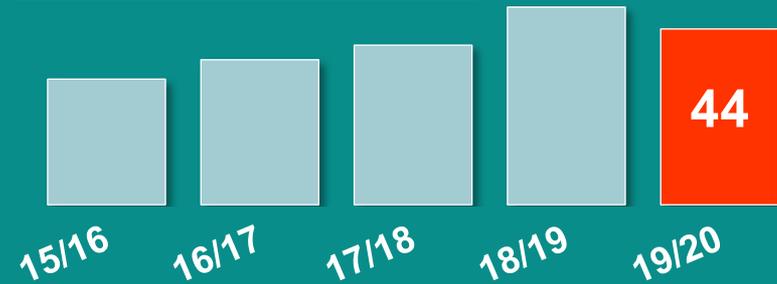
2019/2020:  
**27** Mio €

### Mediensplit



Zeitungs-Werber Nr. 1:  
**Amplifon**

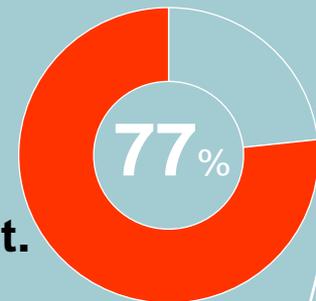
### Werbungtreibende pro Monat im Ø



### Werbekonzentration



**Audibene**  
**GEERS Hörakust.**  
**KIND**



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

**100 Anbieter von Hörsystemen**  
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 58 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

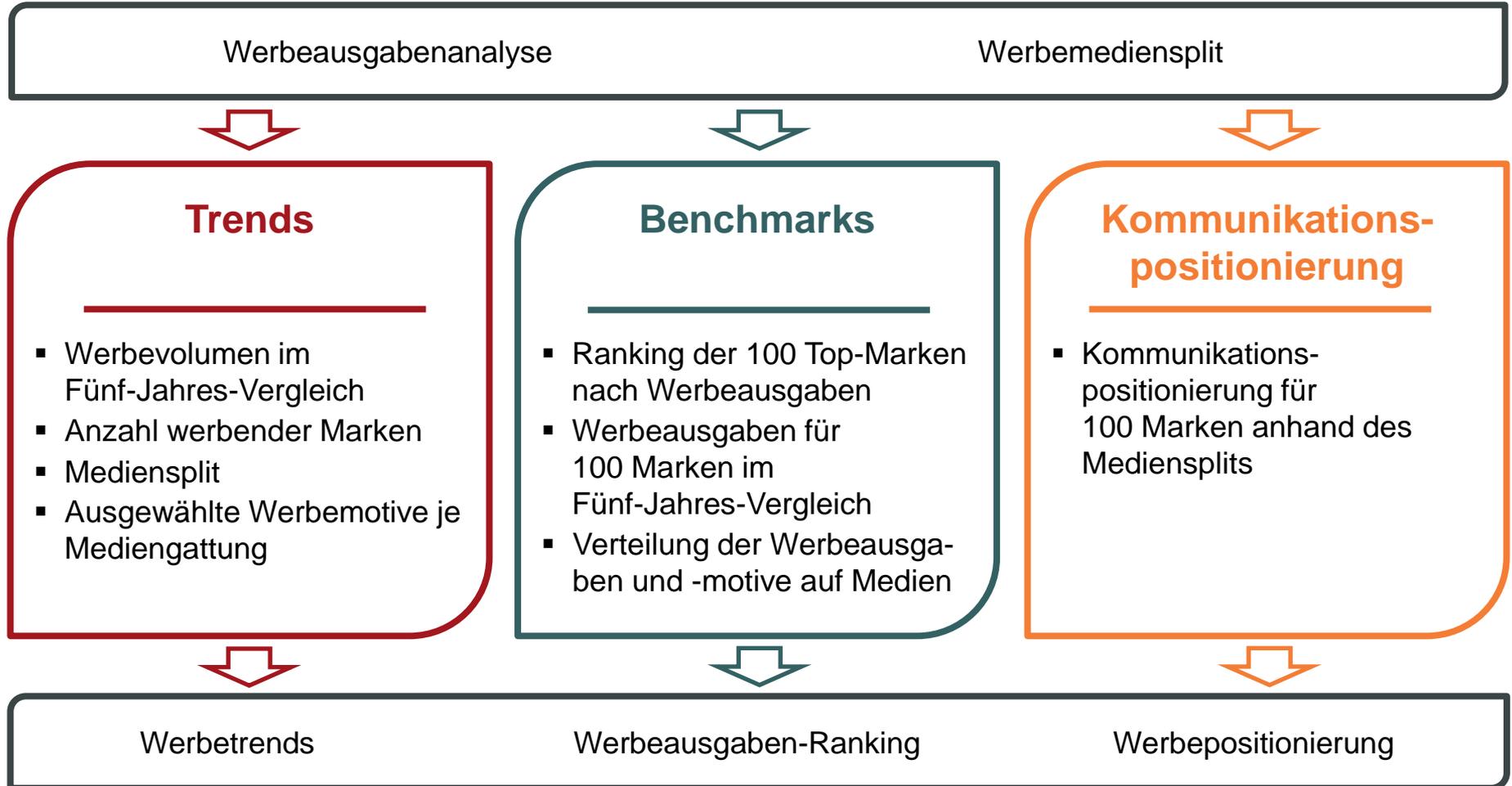
## Im Detail analysierte Marken:

- Amplifon
- Audibene
- GEERS Hörakustik
- Hörex Hör-Akustik
- Hörgeräte Ligmann
- Hörstud. Sporkmann
- Hörsystem. Wessling
- Hörzentr. Holweide  
Hammes & Bebind.
- KIND
- Phonak
- + Spendings für  
90 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 100 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Positionierungsanalyse auf Basis Mediensplit für 100 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 58 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	19
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	27
▪ Werbeausgaben-Rankings	30
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 100-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10-Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken	45
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	51
Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤ Kommunikationspositionierung	53
Kommunikationspositionierung von 100 Marken auf Basis Mediensplit	
➤ Kontakt	57



# Analysebeispiele (1)

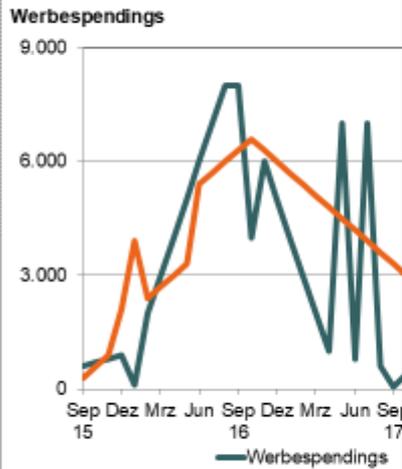
## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

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 TV Beispiele und Nutzenargumente 2019/2020



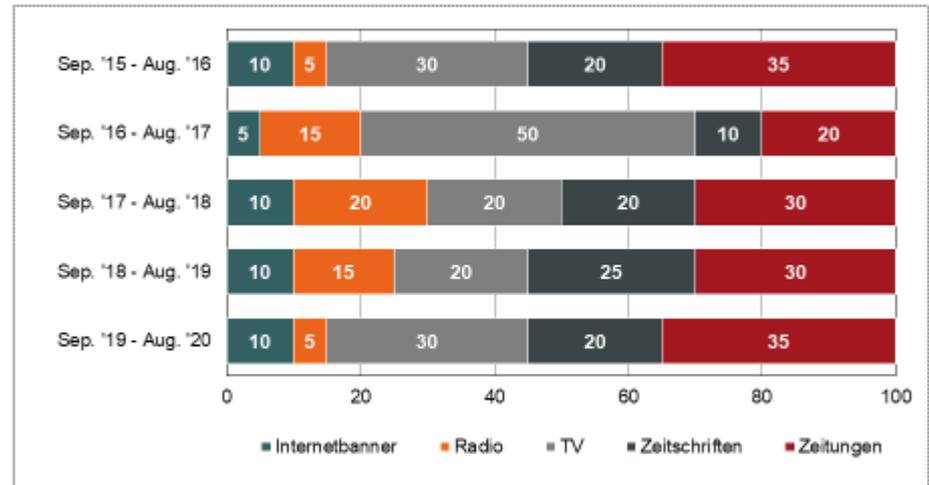
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung des Mediensplits aller Marken im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse  
Hörsysteme 2020

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

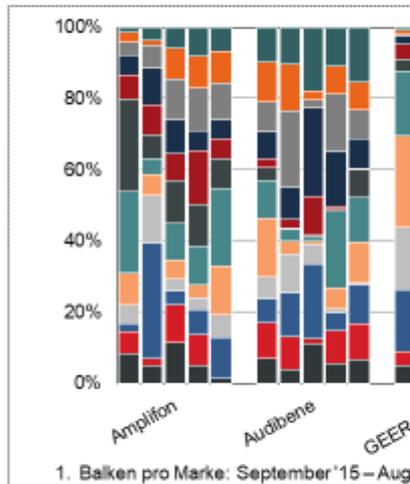
# Analysebeispiele (2)

## 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 100-Marken nach Werbevolumen (letzter 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Sep. '15 – Aug. '16	
		1.000.000	9
11	Bode Hörakustik	1.000.000	9
12	Hörger. Dr. Eismann	900.000	8
13	Hörgeräte Hörlungs	800.000	7
14	Hörwelt Oester	700.000	6
15	Köttgen Hörakustik	600.000	5
16	Neuroth	500.000	4
17	Oticon	400.000	3
18	Proauris	300.000	2
19	Prooptik Hörzentrum	200.000	1
20	Terzo Zentrum	100.000	0

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

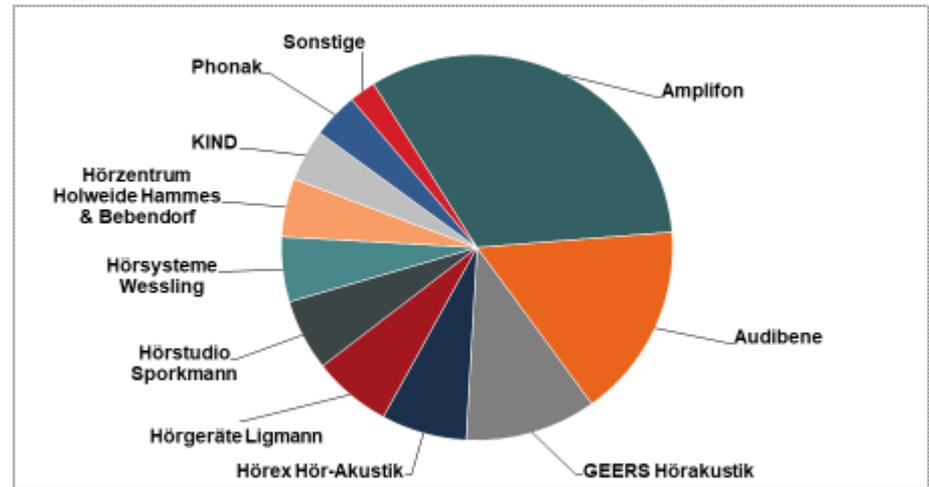


Welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken?

### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von September 2019 bis August 2020



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

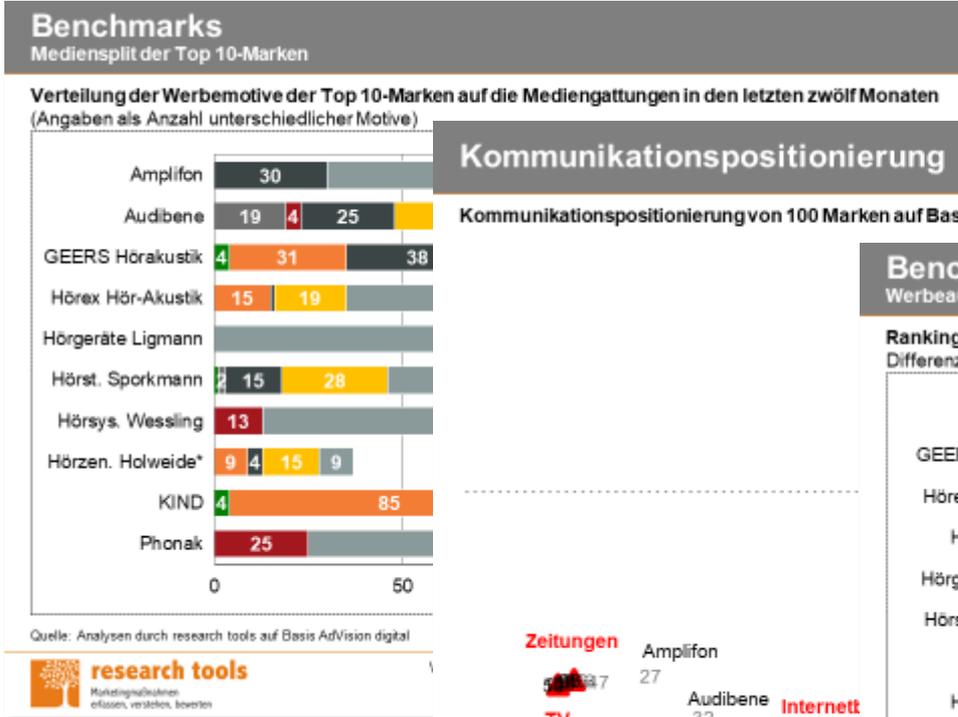


Werbemarktanalyse  
Hörsysteme 2020

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

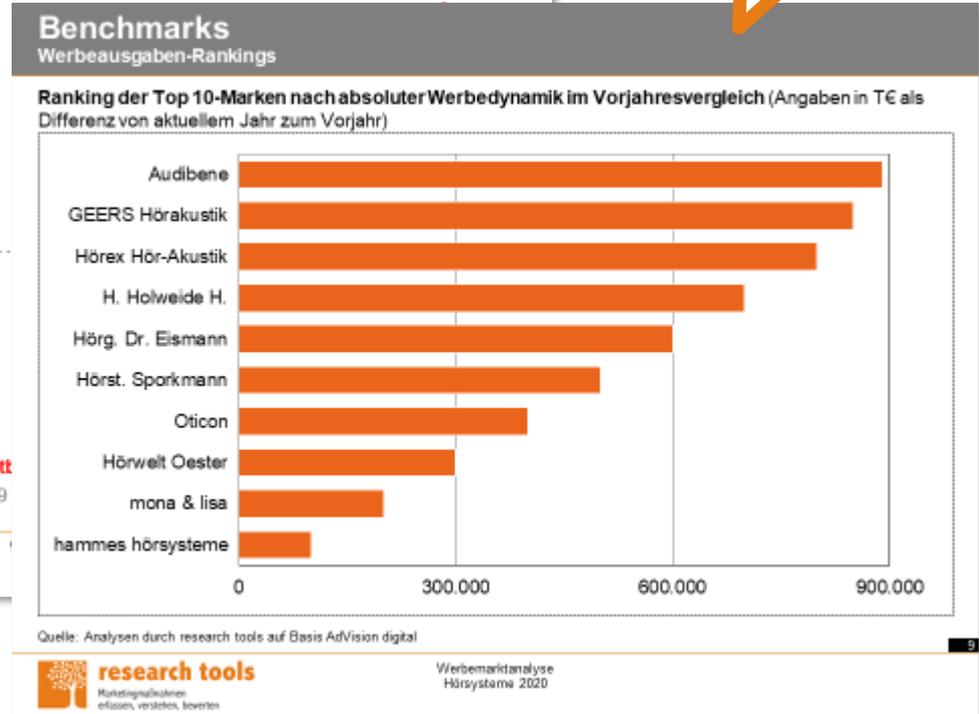


### Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung von 100 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](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 Hörsysteme 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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Weitere Studie zur Hörgerätebranche:

- Marketing-Mix-Analyse Hörgeräte 2016

Zuletzt erschienene Studien zur Branche Healthcare:

- Werbemarktanalyse Husten- und Erkältungsmittel 2020
- Studie eVisibility Medikamente 2020
- Studie eVisibility Brillen 2020
- Marketing-Mix-Analyse Schmerzmittel OTC 2020

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 50 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

