

+++ BEGA +++ Charrell Home Int. +++ Led Lichtraum +++ Ledvance +++ Louis Poulsen +++ Occhio +++ Oley Leucht. +++ Paulmann +++ Philips Hue +++ The Bradf. Exch. +++ u. weit. 120 Anb. m. quantit. 5-Jahres-Trend

Studiensteckbrief

# Werbemarktanalyse Lampen und Leuchten 2021

Werbeausgaben für 130 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2021

powered by:



# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die Anbieter von Lampen und Leuchten innerhalb eines Jahres über 15 Millionen Euro ausgegeben.
- Innerhalb des Analysezeitraums von fünf Jahren liegt der Werbepeak stets in den Monaten Oktober bzw. November.
- Im Durchschnitt werben 43 Marken pro Monat für ihre Produkte. Während der vergangenen fünf Jahre war die Anzahl Werbungtreibender Schwankungen unterworfen.
- Internet ist aktuell das Top-Werbemedium. Zeitschriften-Werber Nummer eins ist Occhio.
- Vier Marken werben mit einem Volumen von mehr als einer Million Euro innerhalb der letzten zwölf Monate.
- Die Werbekonzentration liegt bei 45% Anteil der Top 3-Marken.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Werbevolumen Lampen und Leuchten

2020/2021

**15 Mio. €**

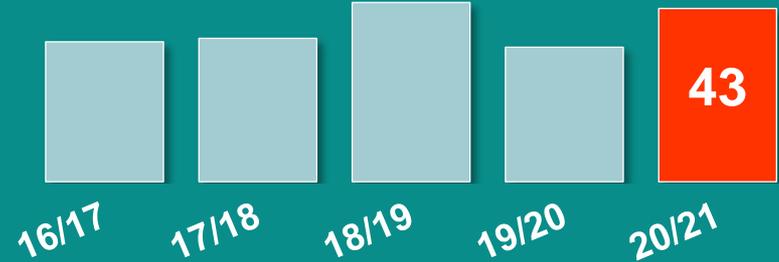


### Mediensplit



Zeitschriften-Werber Nr. 1:  
**Occhio**

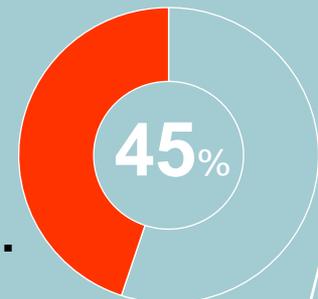
### Werbungtreibende pro Monat im Ø



### Werbekonzentration



**Ledvance  
Oley Leuchtenm.  
Philips Hue**



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

**130 Anbieter von Lampen und Leuchten** mit den höchsten Spendings

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

in **4 Teilmärkten**, darunter  
Lampen/Leuchten/Glühlampen, Taschenlampen

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**  
auf 77 PowerPoint-Seiten

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

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

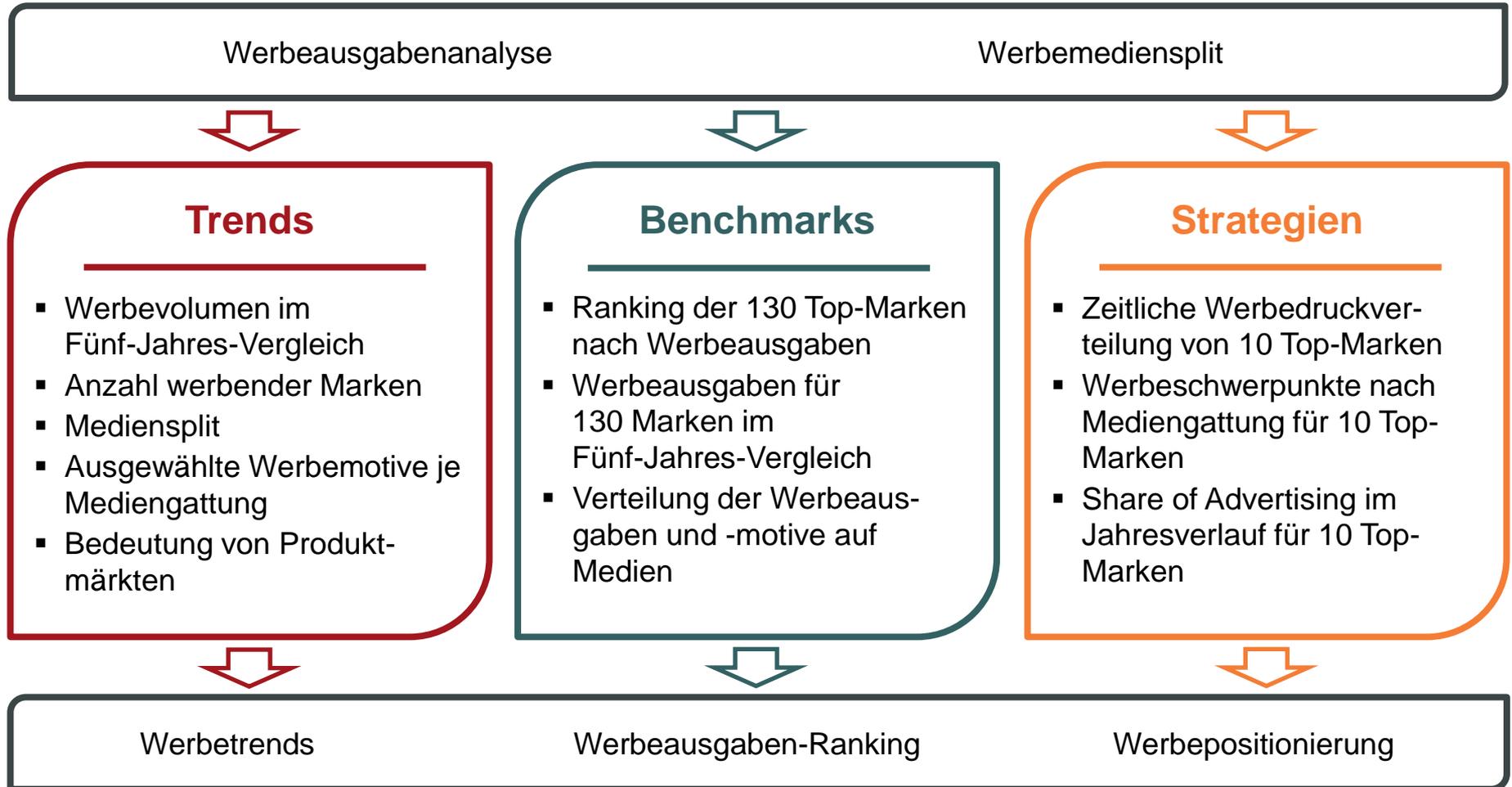
**Nutzen:** Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien  
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

## Im Detail analysierte Marken:

- BEGA
- Charrell Home Interiors
- Led Lichtraum
- Ledvance
- Louis Poulsen
- Occhio
- Oley Leuchtenmarkt
- Paulmann
- Philips Hue
- The Bradford Exchange
- + Spendings für 120 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 Anbieter 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 130 Marken
- Werbespendings in 4 Produktmärkten
- Werbespendings für 5 Mediengattungen
- Kommunikationspositionierung f. 10 Marken auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit

## Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet, 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 77 Seiten umfassende Studie kostet **1.600 EUR** zzgl. 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 2020/2021	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	27
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	31
▪ Werbeausgaben-Rankings	32
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 130-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	50
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** 57
  - 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** 60
  - 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** 72
  - Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt
- **Kontakt** 76

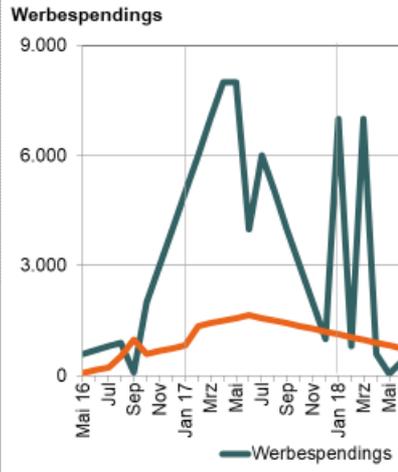
# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



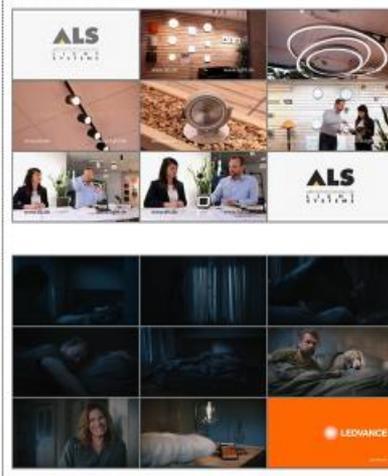
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische TV Beispiele und Nutzenargumente 2020/2021



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

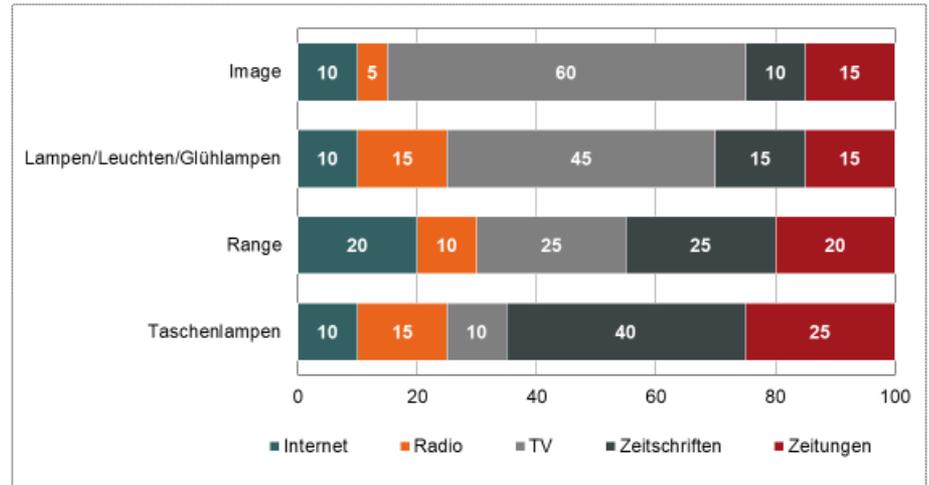


Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

### Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2020/2021 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarkanalyse  
Lampen und Leuchten 2021

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

# Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

## Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 130-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Mai '16 – Apr. '17	Ma Ap
11	Gera Leuchten	1.000.000	9
12	Led Lenser	900.000	8
13	Led-Trading	800.000	7
14	Olight	700.000	6
15	Peka Ideen	600.000	5
16	Prediger	500.000	4
17	Rendl Lighting	400.000	3
18	Schöner Wohnen K.	300.000	2
19	Top Light	200.000	1
20	Waldmann	100.000	9

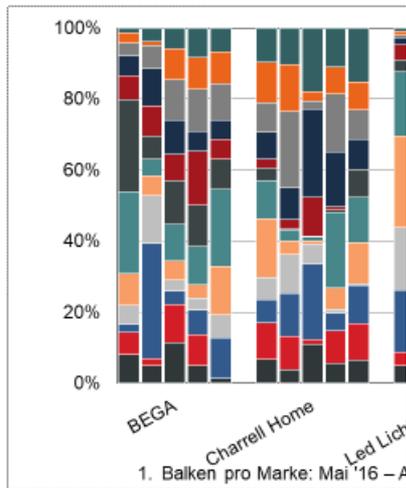
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



## 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

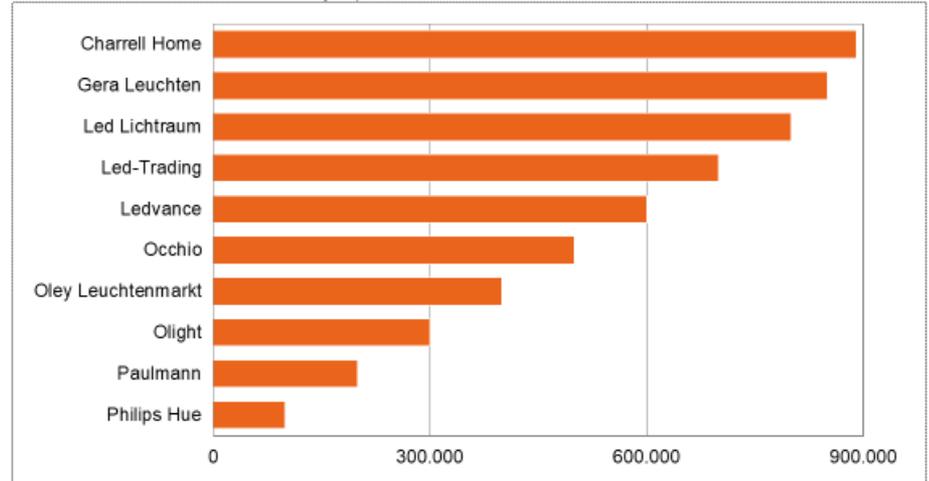


Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

## 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



Werbemarktanalyse  
Lampen und Leuchten 2021

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

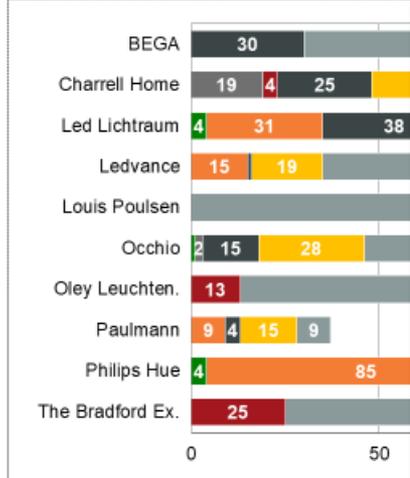
# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Benchmarks

Mediensplit der Top 10-Marken

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

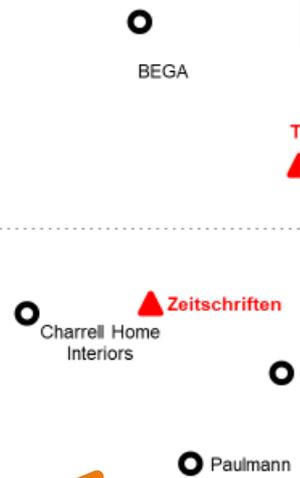


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Kommunikationspositionierung

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

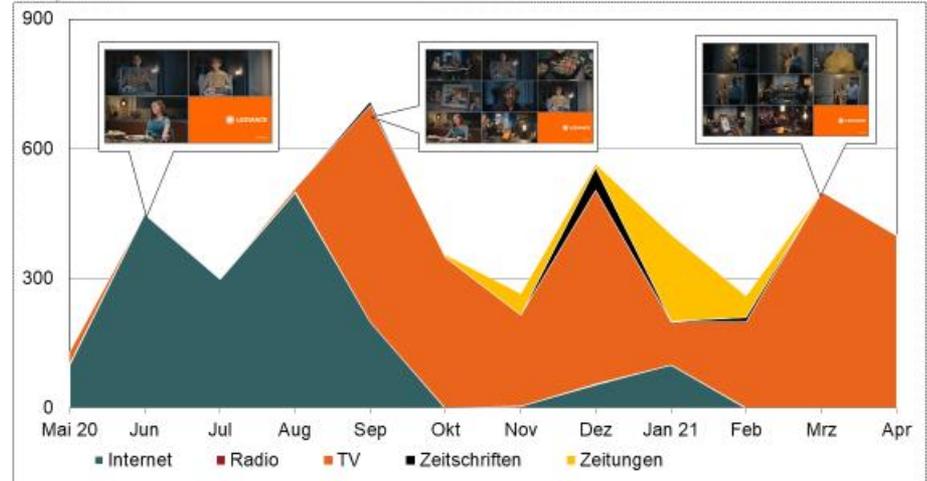


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

### Strategien

Marke A

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse  
Lampen und Leuchten 2021

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 Lampen und Leuchten 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](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 relevante Studien zur Beleuchtungsbranche:

- Studie eVisibility Lampen und Leuchten 2020
- Marketing-Mix-Analyse Smart Home 2020
- Studie eVisibility Lampen und Leuchten 2018
- Studie eVisibility Kabel 2018
- Werbemarktanalyse Innenausbau 2018
- Marketing-Mix-Analyse Smart Home 2016

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.

