

+++ Apple +++ Breitling +++ Cluse +++ Fitbit +++ Holzkern +++ Lilienthal Berlin +++ Omega +++ Patek Philippe +++ Rolex +++ Samsung +++ und weitere 190 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ Ap

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Armbanduhren 2020

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

Januar 2020

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Armbanduhren 2020

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

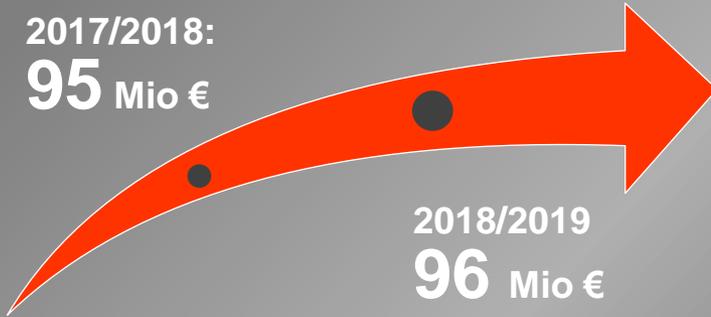
- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Anbieter von Armbanduhren innerhalb eines Jahres rund 96 Millionen Euro ausgegeben.
- Im volumenstärksten Teilmarkt für analoge Herren-Chronographen sind die Werbeausgaben im Vorjahresvergleich um mehr als zehn Prozent zurückgegangen.
- Rund ein Fünftel des Werbevolumens entfällt auf Smartwatches.
- Im Durchschnitt werben 82 Marken pro Monat für ihre Produkte.
- Zeitschriften sind das Top-Werbemedium.
- 25 Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro, davon haben 14 ihre Werbeaktivitäten im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet.
- Bei den qualitativen Werbeerfolgskriterien sind ‚Designkonsistenz‘ und ‚Wiedererkennbarkeit‘ unter den Topwerbern aktuell die größten Schwachpunkte.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Armbanduhren

2017/2018:
95 Mio €



2018/2019
96 Mio €

Mediensplit



Zeitschriftenwerber Nr. 1:
Rolex

9 Produktmärkte

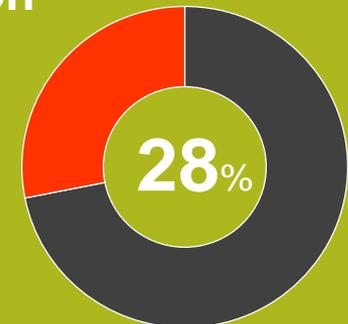


Top-Volumenmarkt:
Herren-Chronograph analog
Top-Aufsteigermarkt:
Rangewerbung

Werbekonzentration



Apple
Holz kern
Rolex



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Werbetrends für die **200 Anbieter von Armbanduhren**
mit den höchsten Werbeausgaben

detaillierte **qualitative und quantitative Analyse** für 10 Top-Werber

in **neun Teilmärkten**, darunter
Damenuhr analog, analoge Chronographen, Smartwatches

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 166 PowerPoint-Seiten

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

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

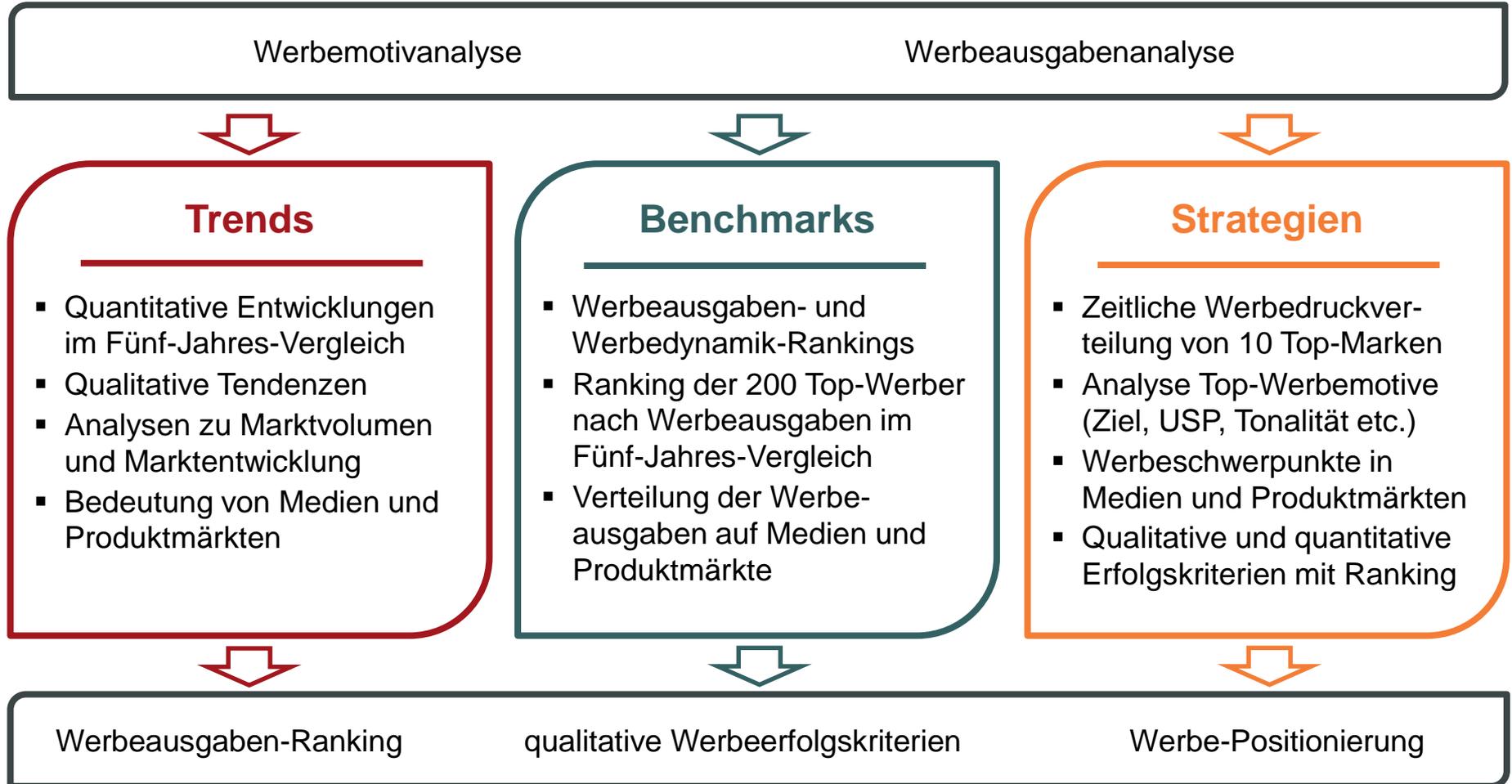
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- Apple
- Breitling
- Cluse
- Fitbit
- Holzkern
- Lilienthal Berlin
- Omega
- Patek Philippe
- Rolex
- Samsung
- + 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?
- welches sind die werbeintensivsten und /- dynamischsten Marken?
- mit welchen Motiven werben die Unternehmen?
- welche Entwicklungen sind in den Produktmärkten zu erkennen?
- welche Werbestrategien nutzen zehn detailliert analysierte Marken?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10 Marken?
- mit welchen Slogans und/oder Motiven wird in der Werbung argumentiert?
- welche Zielsetzung, USPs, Tonalität etc. zeigen die Topmotive?
- welche Stärken / Schwächen zeigt die qualitative Motivanalyse auf?
- wie positionieren sich die Top-Marken im Werbemarkt?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 200 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in neun Produktmärkten
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Qualitative Strategien & Motivanalyse von zehn Top-Marken
- Positionierungsanalyse Werbestrategie für zehn Top-Marken

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Internet (Bannerwerbung), Print, Radio und TV sowie der Werbemotive für diese Mediengattungen plus Kino und Outdoor. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**.

Preis der Studie: Die 166 Seiten umfassende Studie kostet **2.800 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	10
➤ Trends	17
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	20
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	24
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2018/2019	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	31
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbekonzentration 2018/2019	
▪ Qualitative Tendenzen	38
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2018/2019, aktuelle Trends 2018/2019	



Inhaltsverzeichnis

➤	Benchmarks	46
▪	Werbeausgaben-Rankings	49
	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 im 5-Jahres-Vergleich	74
	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, Werbeverzicht in Monaten	
▪	Verteilung der Werbeausgaben/-Motive in den letzten zwölf Monaten	81
	Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Marken nach Produktgruppen in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10 Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	



Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	84
Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10 Marken durchgeführt: Werbeausgaben nach Produkten und Mediengattungen, zeitliche Werbedruckverteilung nach Produkten in den letzten 24 Monaten, Analyse Top-Werbemotive, Quantitative und qualitative Erfolgskriterien	
▪ Apple	90
▪ Breitling	94
▪ Cluse	99
▪ Fitbit	104
▪ Holzkern	109
▪ Lilienthal Berlin	115
▪ Omega	120
▪ Patek Philippe	126
▪ Rolex	132
▪ Samsung	138
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	144
▪ Motiv-Highlights	150
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	153
➤ Kontakt	165

Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

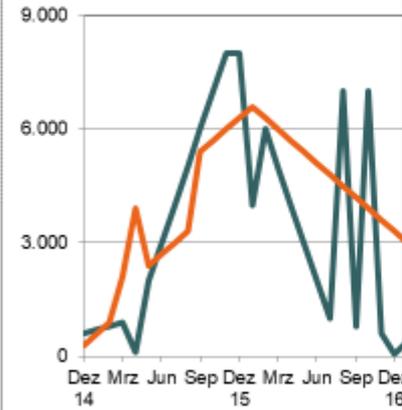
Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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

Werbespendings



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

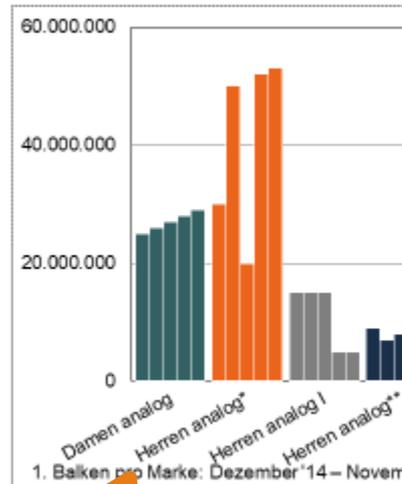


Werbemarkt

Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Werbespendings aller Marken produktmarktübergreifend im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

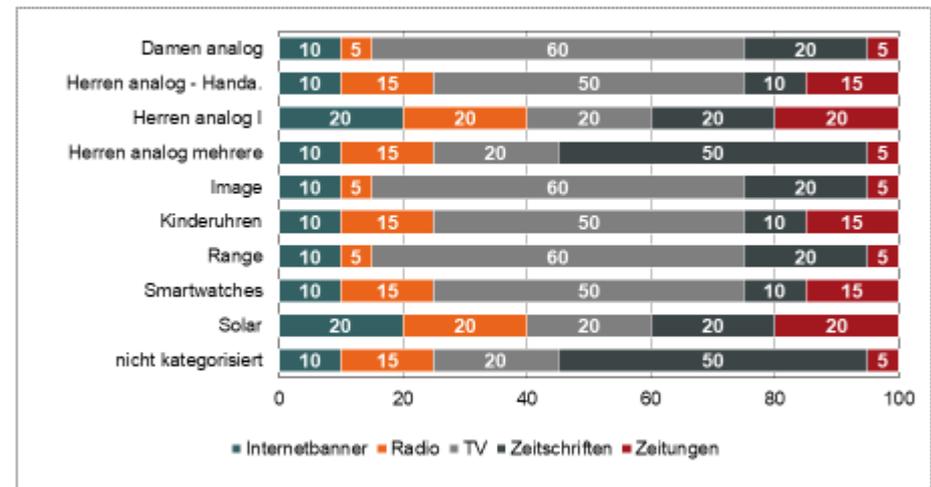


Werbemarkt

Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2018/2019 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Armbanduhren 2020

Welche Dynamik ist in den Produktmärkten erkennbar?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

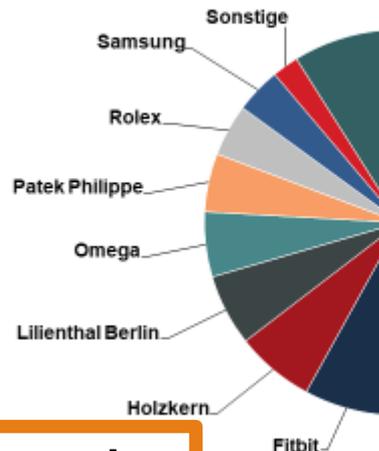
Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

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

Rang	Marken	Ausgaben in €				
		Dez. '14 – Nov. '15	Dez. '15 – Nov. '16	Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19
11	Bucherer	1.000.000	900.000	800.000	700.000	600.000
12	Chopard	900.000				
13	Christ	800.000				
14	Glashütte Original	700.000				
15	Hublot	600.000				
16	Longines	500.000				
17	Porsche Design	400.000				
18	The Bradford Exch.	300.000				
19	Tissot	200.000				
20	Tudor	100.000				

Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

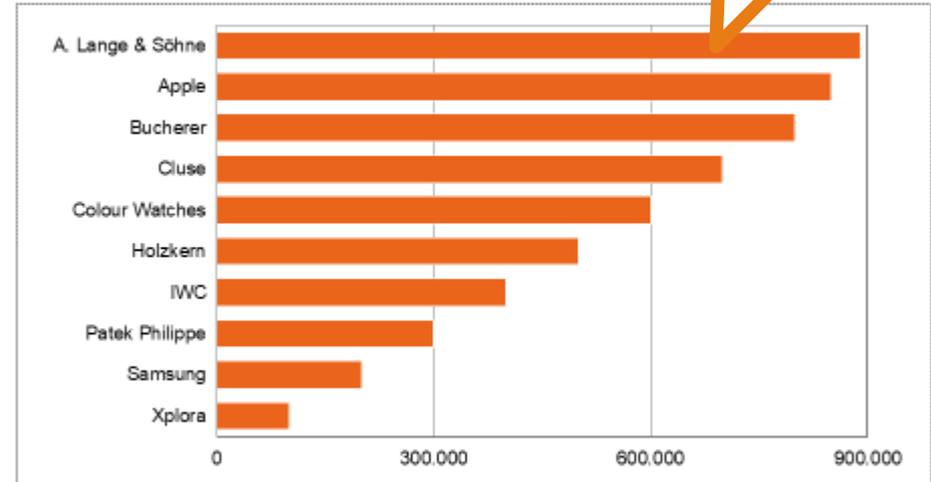
Share of Advertising der Top 10 Marken von Dezen



Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10 Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Ausgaben in T €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

Strategien Marke A

Marke A | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

Werbeausgaben absolut in '18/19	xxx € zu '17/'18, +xx% Anteil an d. ges. Branch (Rang xx)
Alleinstellung	Alleinstellung mit dem Motto „xxx“ im Produkt xxx
Aufmerksamkeitsstärke	freudige TV-Spots, Hintergrundmusik corporate colour
Design-Konsistenz	medienübergreifend anders, im Zeitverlauf unterschiedliche Motive

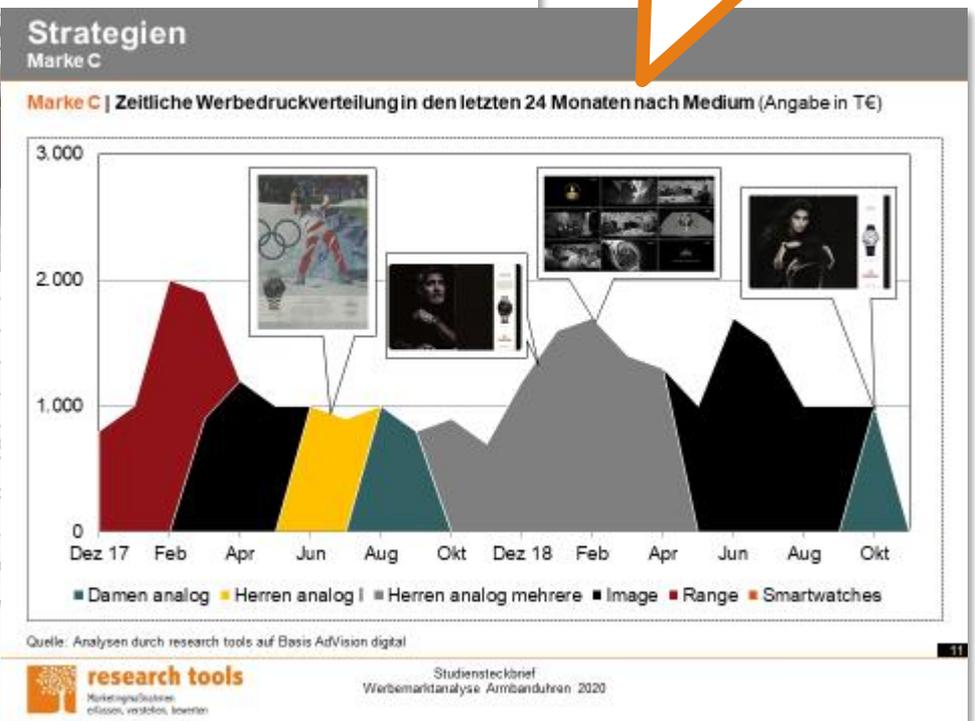
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Strategien Marke B

Marke B | Analyse Top-Werbemotive

ZR	xx.19-xx.19	🕒	22-24 Uhr
📅	täglich	AG	Agentur A
MED	ProSieben, RTL	UF	Serie, Soap,
€	xxx €	SCH	xxx
🔍	Produktrelevanz	ZG	Technikfreak
USP	Sprachsteuerung	TON	modern

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Analysebeispiele (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien Markenranking

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

Marken	Awareness		De
	Allein- stellung	Aufmerk- samkeit	
Apple	●●○	●●○	●
Breitling	●○○	○○●	●
Cluse	●○○	●●○	●
Fitbit	●●○	○○●	●
Holz kern	●○○	○○●	●
Lilienthal Berlin	●○○	○○●	●
Omega	●○○	○○●	●
Patek Philippe	○○●	○○●	●
Rolex	●○○	○○●	●
Samsung	●○○	○○●	●

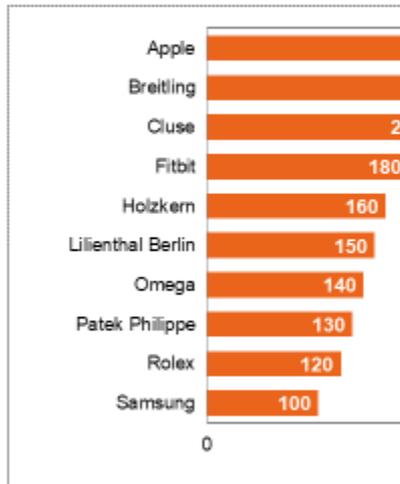
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarkt

Strategien Markenranking

Markenranking (Angaben als Summe der Prozentwerte* in allen acht Werbeerfolgsfaktoren)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital: *



Werbemarkt

Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

Kommunikationspositionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Marken



Wo liegen im Wettbewerbsvergleich Stärken und Schwächen?

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 2.800 EUR zzgl. MwSt. die
Werbemarktanalyse Armbanduhren 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 im Luxusgütermarkt:

- Studie eVisibility Schmuck 2018
- Studie eVisibility Uhren 2018
- Studie eVisibility Schmuck 2016
- Studie eVisibility Uhren 2016
- Werbemarktanalyse Armbanduhren 2015
- E-Shop-Analyse Schmuckmarken 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.

