

Werbemarktanalyse Armbanduhren 2021

Werbeausgaben für 250 Marken über 5
Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Dezember 2021

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Armbanduhren 2021

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	34
▪ Werbeausgaben-Rankings	35
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	65
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** 72
 - 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** 75
 - 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** 87
 - Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt
- **Kontakt** 91



Management Summary

- Management Summary
- Trends
- Benchmarks
- Strategien
- Kommunikationspositionierung
- Kontakt



Management Summary

Trends

Für die mediale Kommunikation haben die Werbungtreibenden im Betrachtungszeitraum von Dezember 2020 bis einschließlich November 2021 insgesamt 159 Millionen Euro für Werbeschaltungen in Deutschland ausgegeben. Davon entfallen 48% auf den Produktmarkt Armbanduhren/Zubehör. Imagewerbung findet in der Branche demnach kaum statt.

Es sind starke saisonbedingte Schwankungen der Werbespendings zu beobachten. Diese werden in der Regel von einem Tiefpunkt von Januar und Februar gekennzeichnet. Überdurchschnittliche Ausgaben sind im 5-Jahres-Mittel für die Monate Oktober, November und Dezember gegeben. Die geringsten Werbeausgaben sind im 5-Jahres-Zeitraum im Januar 2019 mit 2,5 Mio. € und die höchsten im November 2021 mit 26,2 Millionen € festzustellen.

Die Zahl werbender Unternehmen im Markt Armbanduhren, d. h. Marken die mindestens einmal im Monat Werbung in den letzten fünf Jahren geschaltet haben, oszillierte in den letzten fünf Jahren zwischen 41 und 130 Werbungtreibenden.

Gemessen an den Anteilen der Werbespendings ist das Medium TV im aktuellen Jahres-Zeitraum der bedeutsamste **Kommunikationskanal**. Der Ausgabenanteil für Werbung in Zeitschriften beträgt zuletzt 29%. Auf Internet entfallen 22%. Die Anteile für Zeitungen liegen bei lediglich 7%.

Bei den **Werbemotiven** sind im Markenvergleich ähnliche Nutzenargumente und Bildmotivtypen zu finden. In den meisten Motiven stehen Landschaftlichen, Sportliche, Testimonials und das Produkt selbst im Mittelpunkt.

Management Summary

Benchmarks

Für die Werbeausgaben für Armbanduhren im Zeitraum Dezember 2020 bis November 2021 ist eine im Branchenvergleich beträchtliche **Konzentration** der Werbeausgaben festzustellen: 34,9% der gesamten Werbeausgaben entfallen auf die drei werbestärksten Marken.

Samsung tätigt im Untersuchungszeitraum Dezember 2020-November 2021 mit 31,9 Mio. € und Apple mit 14,1 Mio. €. die höchsten **Werbeausgaben** der Branche. Das sind 29,0% des Gesamtbranchenvolumens. Den dritten Rang belegt Omega mit 9,2 Mio. €.

Der Werbemarkt Armbanduhren weist eine beträchtliche **Werbedynamik** auf. Apple ist dreimal in der Spitzenposition. Apple, Patek Philippe und Rolex sind in allen fünf Jahres-Zeiträumen unter den Top 10-Marken trotz eines jährlich stark schwankenden Werbebudgets.

In der monatsweisen Betrachtung wird deutlich, dass alle Top 10-Marken eine Pulsing-Strategie mit stark schwankenden Werbeausgaben verfolgen. Die Phasen mit hohen Werbeausgaben dauerten selten länger als zwei bis drei Monate. Rolex und The Bradford Exchange haben in allen Monaten geworben. Die übrigen Top 10-Marken haben in verschiedenen Monaten wiederholt auf Werbung verzichtet.

Im Mediensplit der Top 10-Marken zeigt sich, dass Holz kern sich im letzten 12-Monats-Zeitraum auf das Medium Internet beschränkt. Apple nutzt Internet und TV. Bei Fitbit, Samsung und Xplora werden Internet, TV und Zeitschriften eingesetzt. Internet, Zeitschriften und Zeitungen kommen bei Patek Philippe und The Bradford Exchange zum Einsatz. Einen Mix aus vier Mediengattungen setzen Longines, Omega und Rolex,

Management Summary

wobei das Radio nicht eingesetzt wird.

Strategien

Werbepeaks der verschiedenen Top-Marken finden in unterschiedlichen Monaten statt. Das TV erzielt die meisten Spendings. Holzkern, Longines, Omega, Patek Philippe und Rolex werben als einzige der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten durchgängig ohne Werbeunterbrechungen. Den höchsten Share of Advertising im Jahresverlauf zeigt Samsung mit 52% im September 2021. Apple hält im August 2021 einen Anteil von 36%.

Kommunikationspositionierung

Eine statistische Korrespondenzanalyse auf Basis Mediensplit zeigt eine abseitige Position für Internet-Werber. Dieses Medium wird von wenigen Top 10-Werbern als Hauptmedium verwendet. Die Korrespondenzanalyse auf Basis Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt zeigt, dass die Marken unterschiedliche Schwerpunkte setzen. Eine Marken setzt ihren Werbeschwerpunkt im Winter und hebt sich damit deutlich von den anderen Top-Marken ab.

Management Summary

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Armbanduhren

2020/2021

158 Mio. €



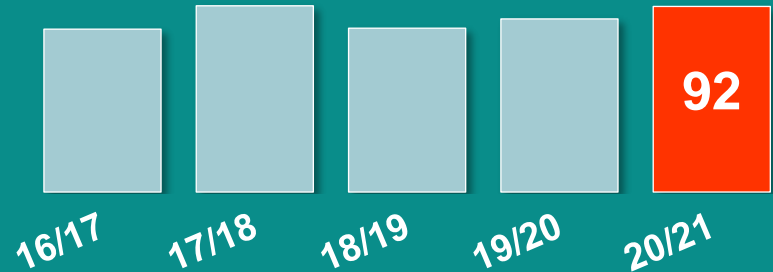
davon
48%
im Produktmarkt
Armbanduhren

Mediensplit



Internet-Werber Nr. 1:
Holzkern

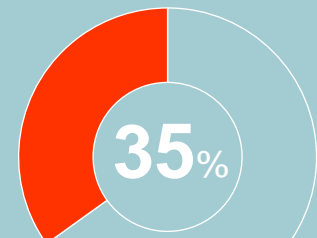
Werbungtreibende pro Monat im Ø



Werbekonzentration



Apple
Omega
Samsung



Forschungsdesign

- Management Summary
- Trends
- Benchmarks
- Strategien
- Kommunikationspositionierung
- Kontakt



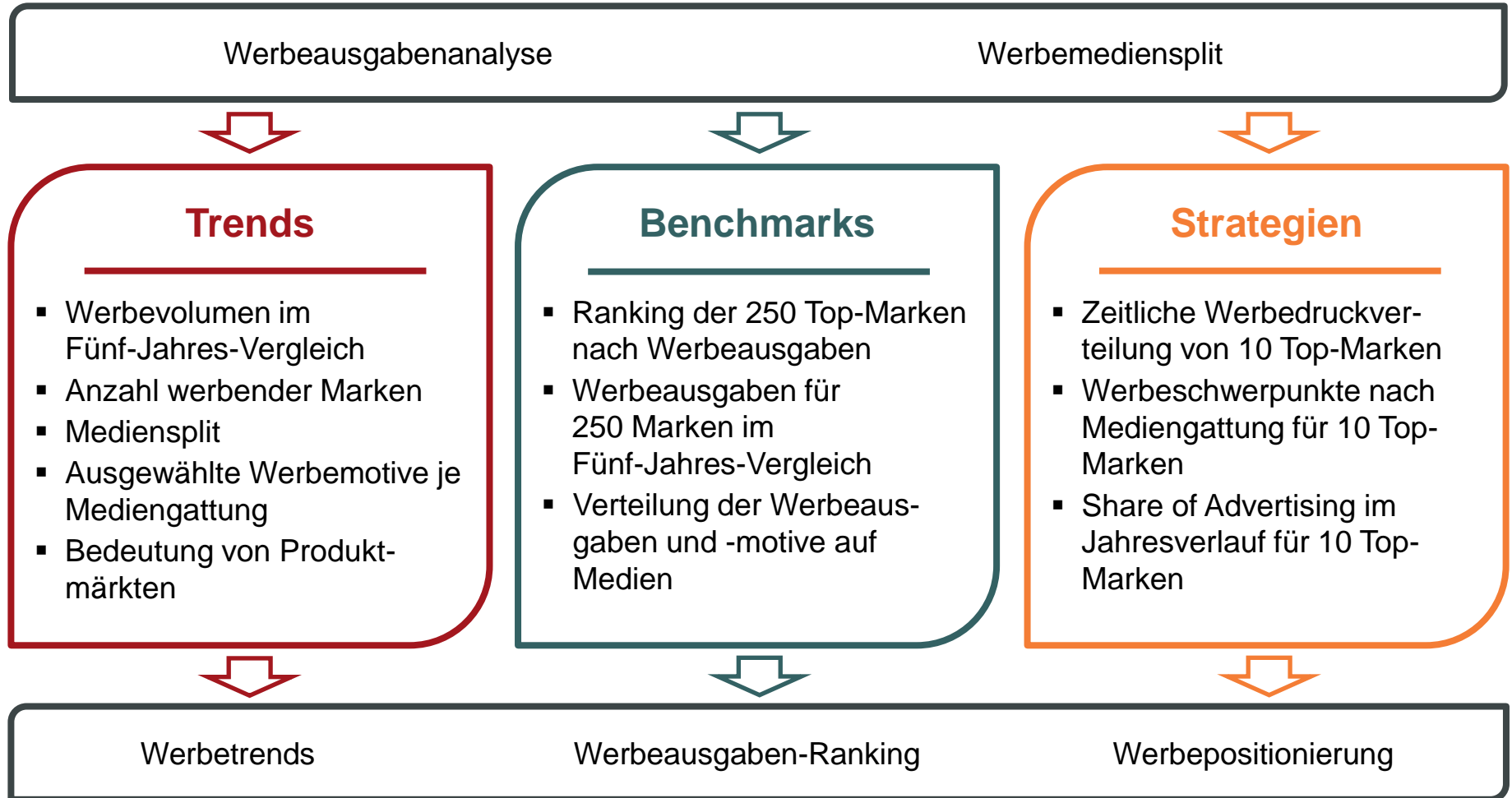
research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Armbanduhren 2021

Forschungsdesign

Konzeption:



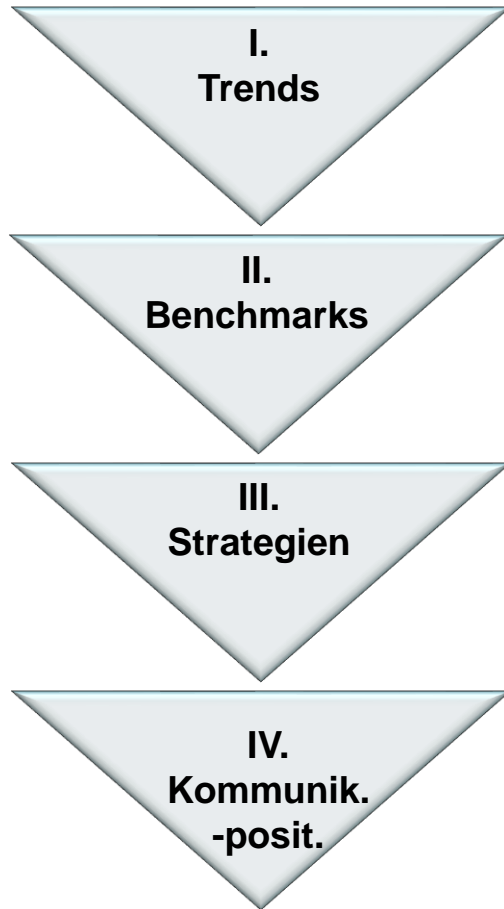
Die Studie hat zum Ziel, Trends im Gesamtmarkt, der einzelnen Produktmärkte und die Werbeausgaben der wichtigsten Marken aufzuzeigen.

Die Ergebnisse der vorliegenden Studie basieren auf Daten von **AdVision digital** und umfassen den Betrachtungszeitraum Dezember 2020 bis November 2021, sowie zum Vergleich die vier Jahre davor. Der Spezialist im Bereich Werbebeobachtung beobachtet und analysiert in Deutschland permanent über 2.257 Printtitel, davon 102 Tageszeitungen (inklusive aller überregionalen Tageszeitungen), 1.195 Publikumszeitschriften, 606 Fachzeitschriften und 354 Pharmazeitschriften, 82 Radio- und 71 Fernsehsender (inklusive Sky) sowie 2.900 der bekanntesten und weitverbreitetsten deutschsprachigen Internetseiten. Da für Kino-, Outdoor- und Social Media-Werbung keine Werbeausgaben bekannt sind, sind bei diesen Werbeformen nur Motive in dieser Studie berücksichtigt. Bei der Interpretation der Werbeausgaben ist zu berücksichtigen, dass die realen Ausgaben von den ausgewiesenen Kosten abweichen, da im Werbemonitoring reichweiteschwache Medien nicht erfasst sind. Außerdem sind hier Ausgaben für Prospekte, Kataloge und Flyer, Newsletter sowie POS-Kommunikation und weitere Below-the-line-Aktivitäten ebenso wenig berücksichtigt wie Ausgaben für Werbekreationen. Nicht berücksichtigt bei den Werbespendings sind auch Rabatte, die üblicherweise Großkunden bei der Schaltung von Werbung eingeräumt werden.

Die Analyse der Werbeaktivität erfolgt durch die Marktforschungsberatungsgesellschaft **research tools**. **research tools** hat sich auf die wettbewerbsorientierte Analyse von Marketingmaßnahmen spezialisiert.



4-Step Analyse



Analyse der quantitativen und qualitativen Entwicklungen von Gesamtmarkt und Produktmärkte über die letzten fünf Jahre.

Rankings der Marken hinsichtlich Werbevolumen und Dynamik produktmarktübergreifend über die letzten fünf Jahre.

Analyse der Strategien von 10 Top-Marken bezüglich Werbebudgetverteilung, Mediennutzung und zeitlicher Budgetierung

Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten

Glossar

Beschreibung der Produktmärkte:

Diese Studie untersucht die Werbung in der Branche Armbanduhren. Dieser Gesamtwerbemarkt wird in fünf Produktmärkte aufgeteilt. Diese sind:

- **Armbanduhren/Zubehör**
- **Handel**
- **Image**
- **Range**
- **Smartwatches/Sportuhr**

Trends

- Management Summary
- Forschungsdesign
- Trends
 - Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt
 - Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich
 - Ausgewählte Motive und Nutzenargumente
- Benchmarks
- Strategien
- Kommunikationspositionierung
- Kontakt



research tools

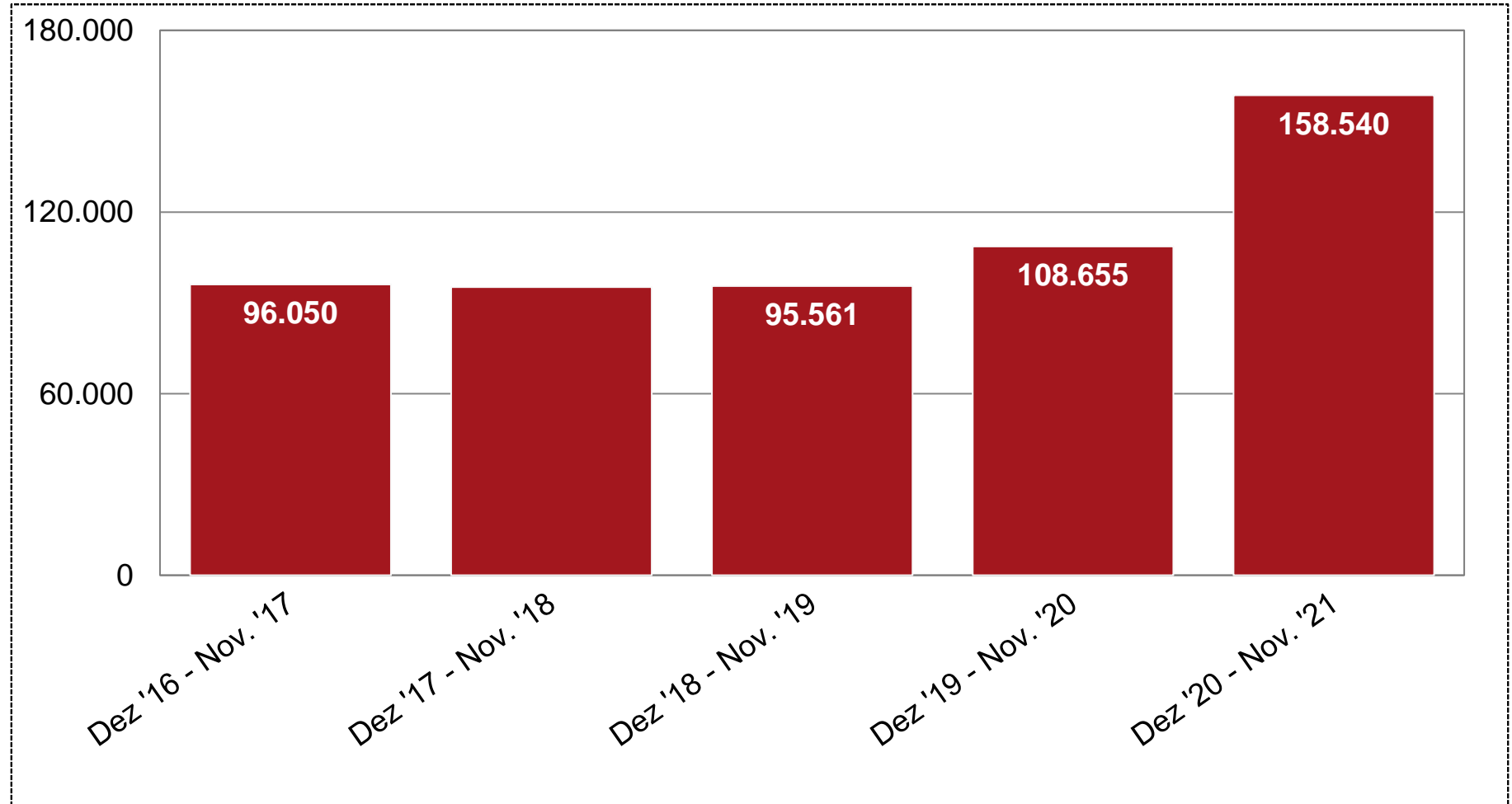
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Armbanduhren 2021

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in T€)

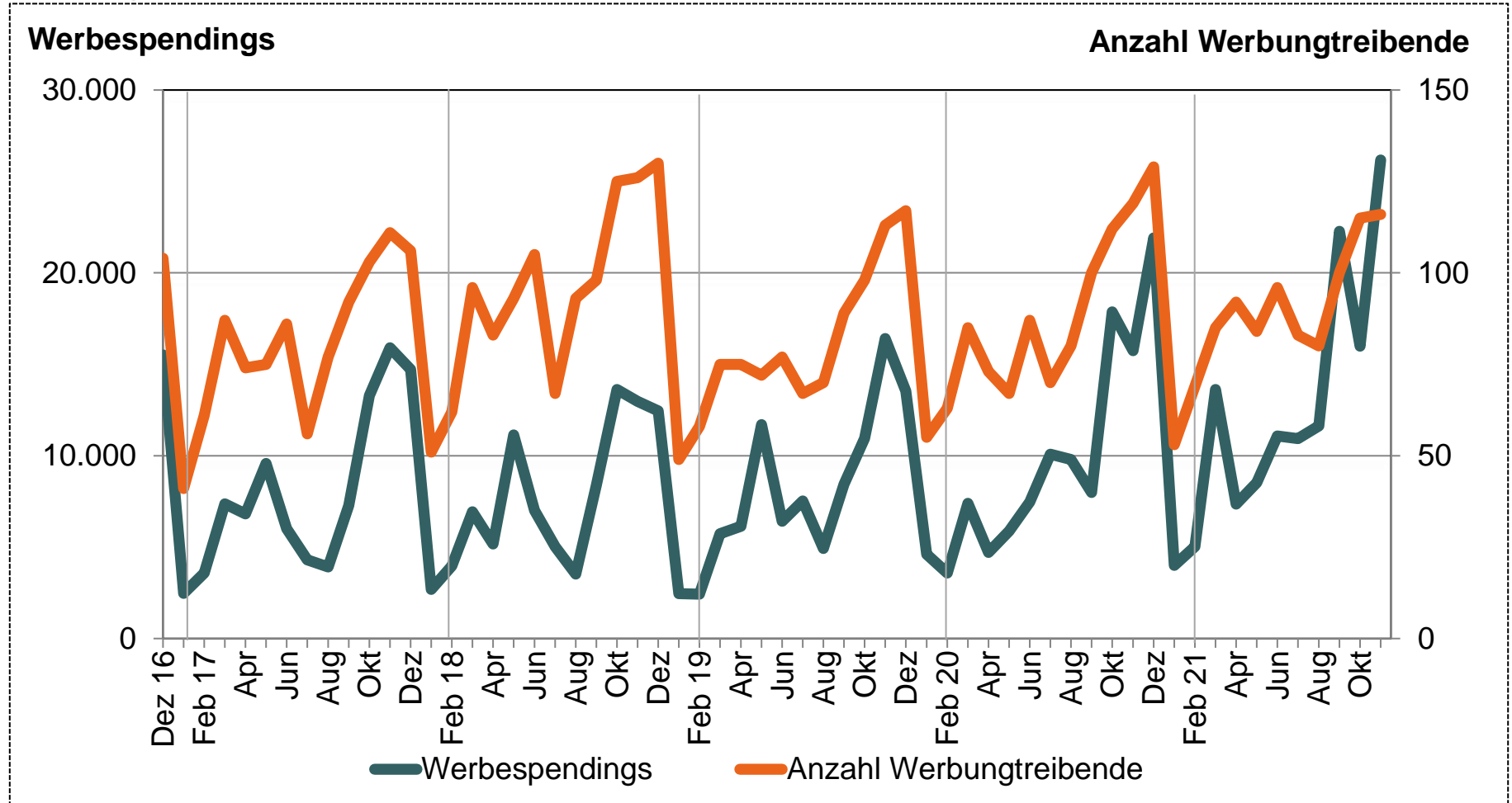


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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

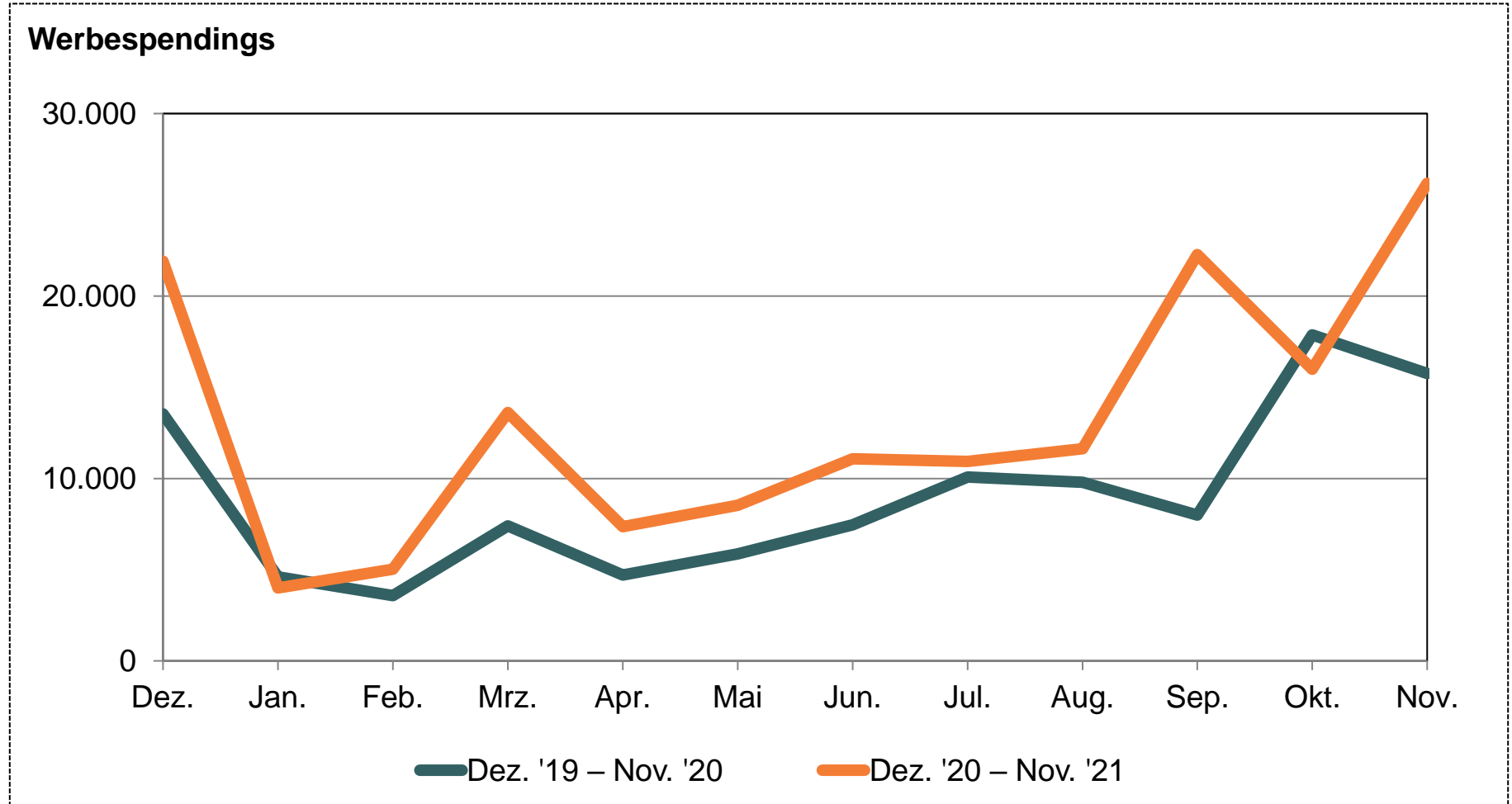


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Trends

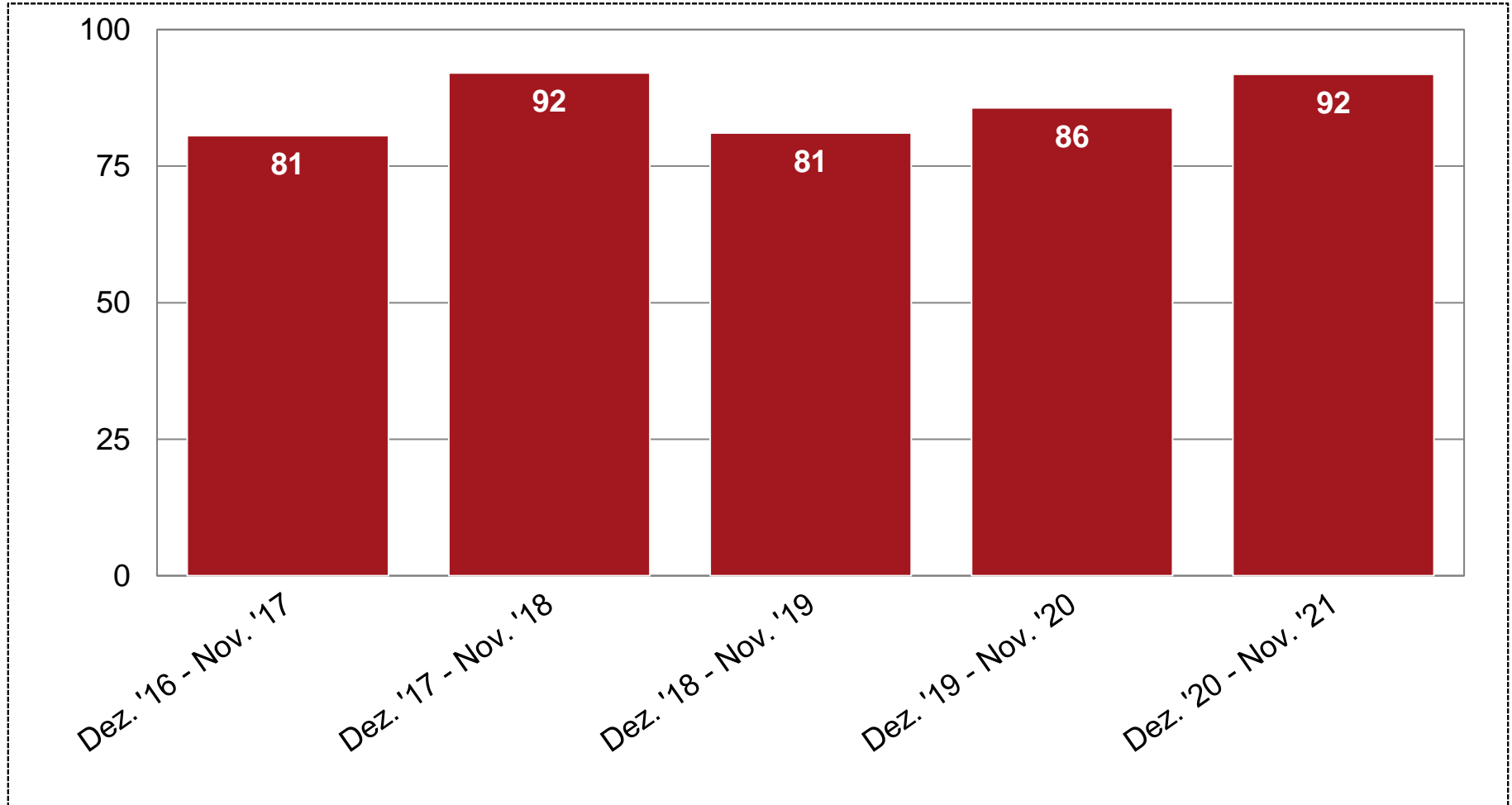
Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (Angaben in T€) in den Jahren 19/20 und 20/21



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Anzahl Werbungtreibende pro Monat (Angaben als Jahresmittel)

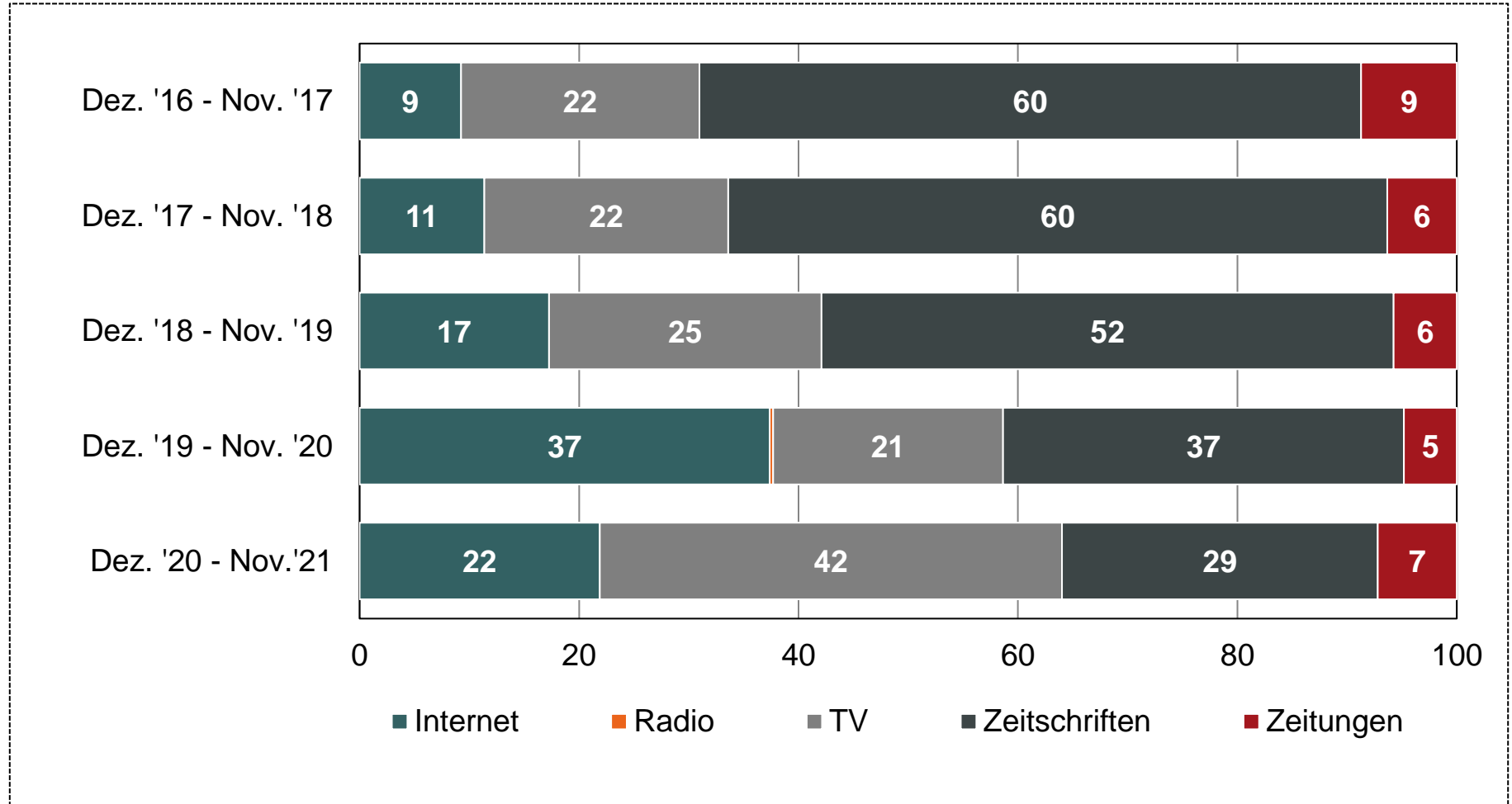


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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

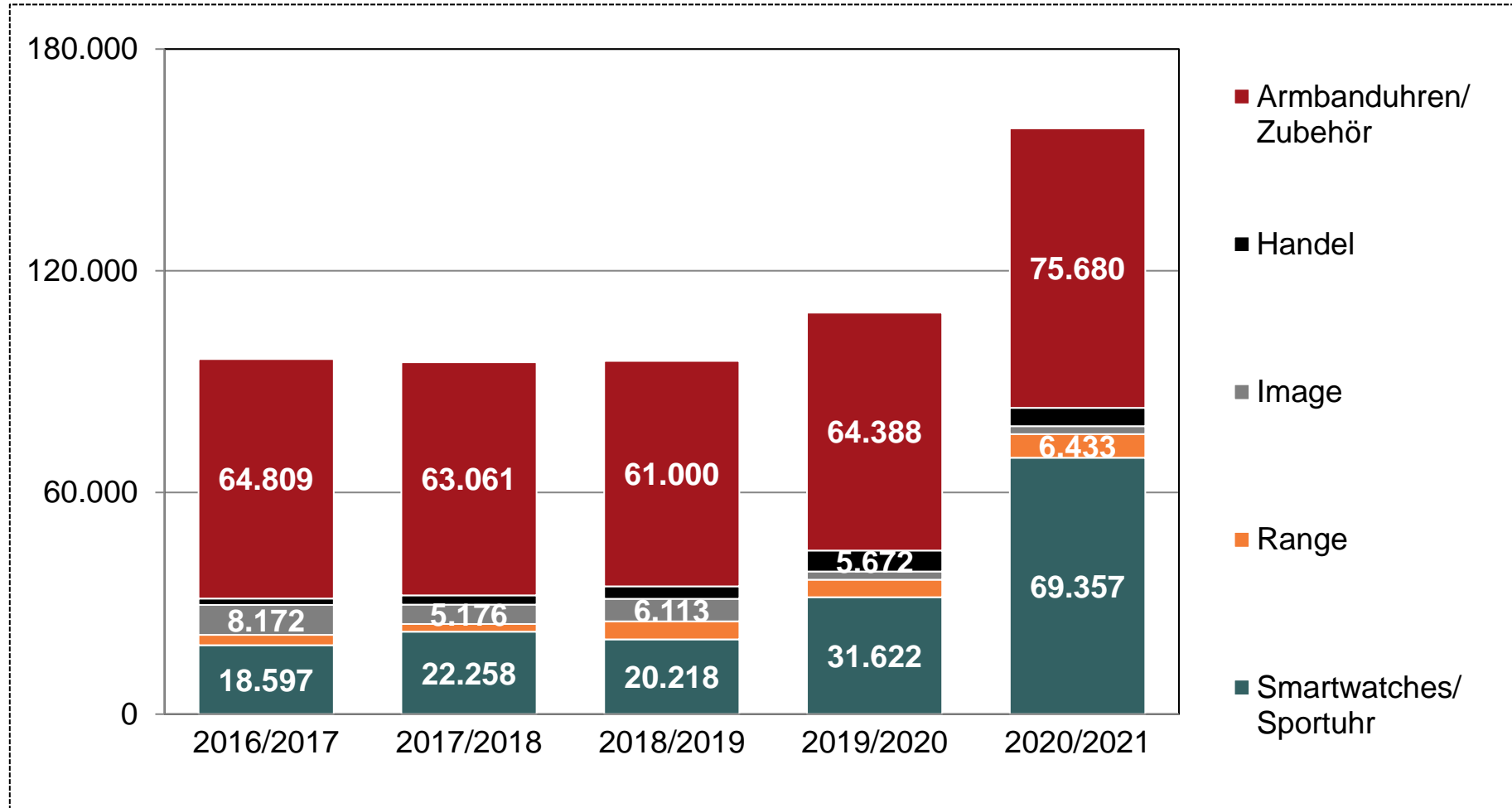


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Entwicklung der Werbeausgaben produktmarktübergreifend (Angaben in T€)

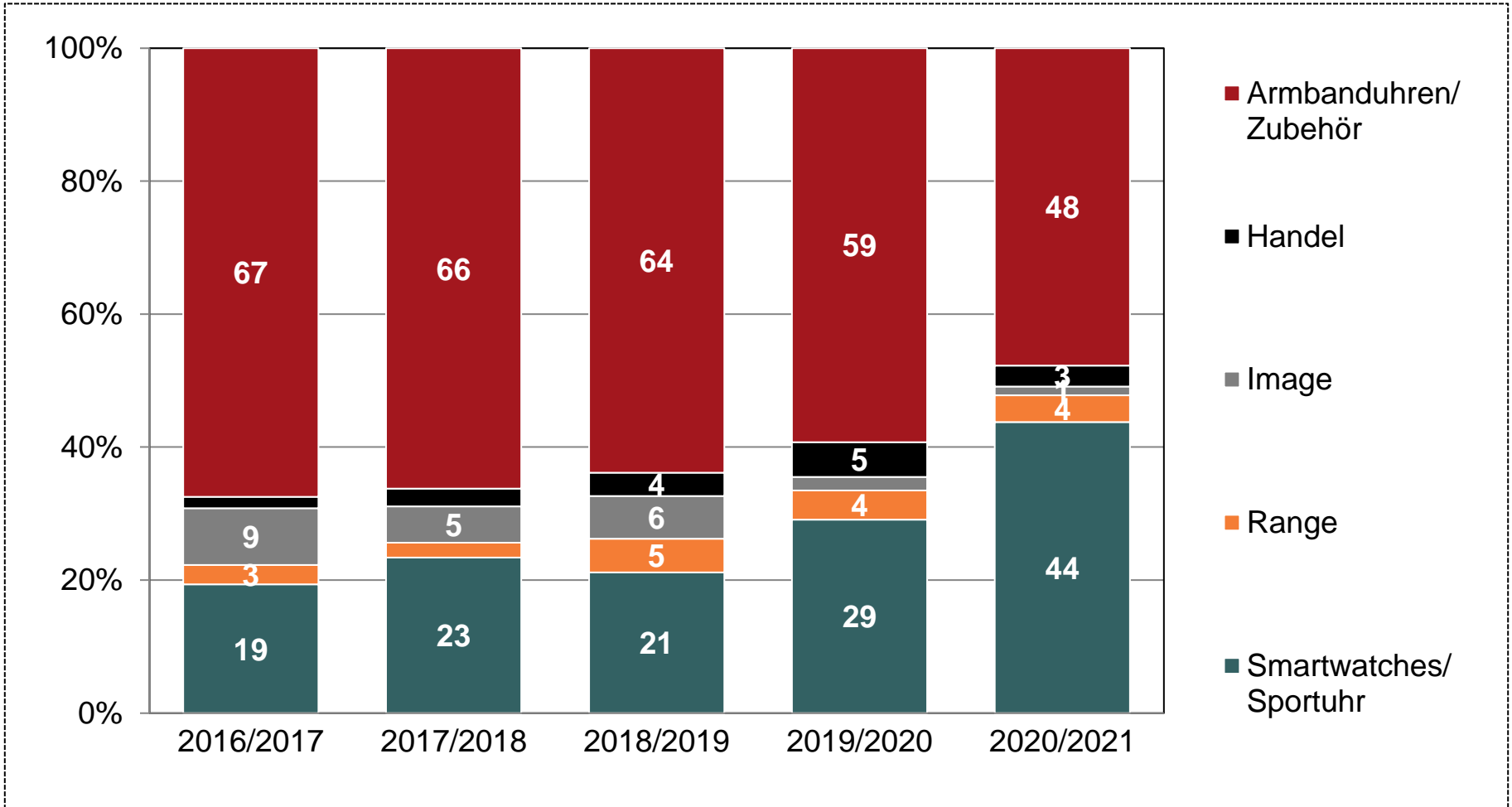


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Entwicklung der Werbeausgaben nach Produktmärkte

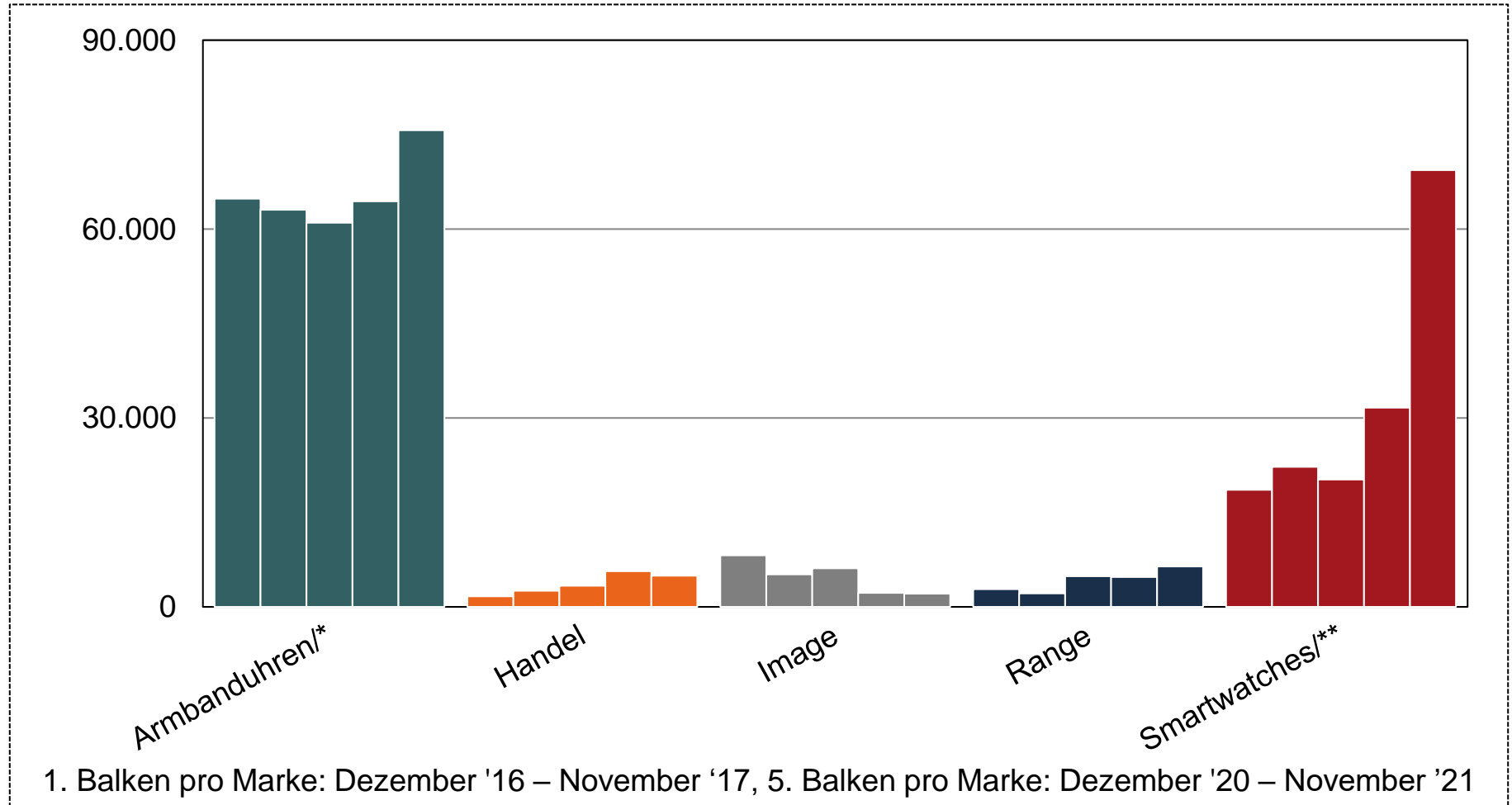


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Werbependings aller Marken produktmarktübergreifend im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in T€)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; * Zubehör ** Sportuhr

Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Werbespendings aller beworbenen Marken nach Produktmärkten im 5-Jahres-Vergleich

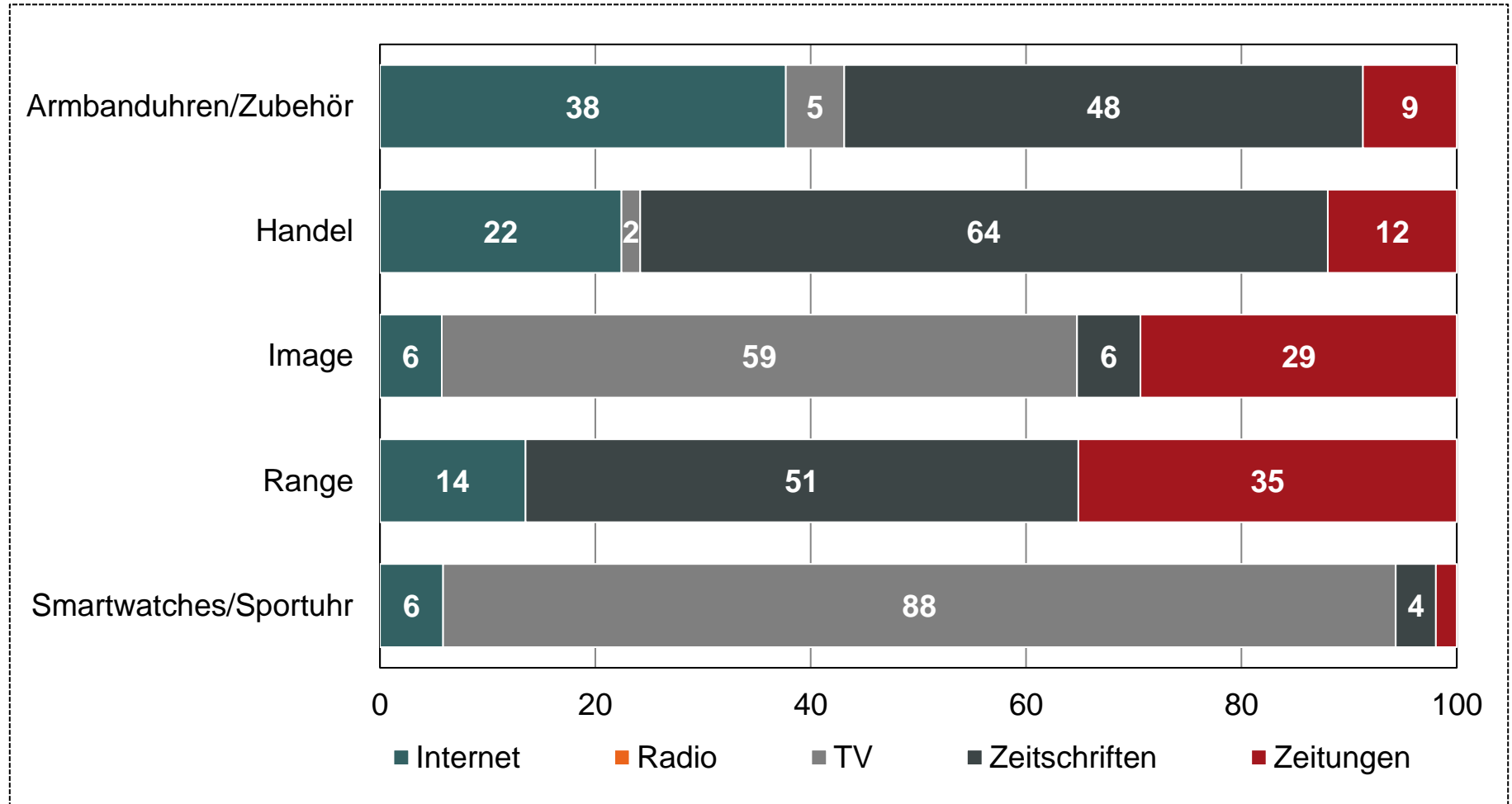
Produktmarkt	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
	Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
Armbanduhren/ Zubehör	64.809.454	63.060.939	60.999.857	64.388.263	75.680.131	+17,5%
Handel	1.668.300	2.555.402	3.374.673	5.672.430	4.973.764	-12,3%
Image	8.171.896	5.175.740	6.112.742	2.212.398	2.096.138	-5,3%
Range	2.803.923	2.141.582	4.856.313	4.759.717	6.432.915	+35,2%
Smartwatches/ Sportuhr	18.596.815	22.257.711	20.217.595	31.622.487	69.357.492	+119%
Gesamt	96.050.388	95.191.375	95.561.180	108.655.296	158.540.439	+45,9%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

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

Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Verteilung der Werbeausgaben auf Mediengattungen und Produktmärkte 2020/2021 (Angaben als Tabellen-%)

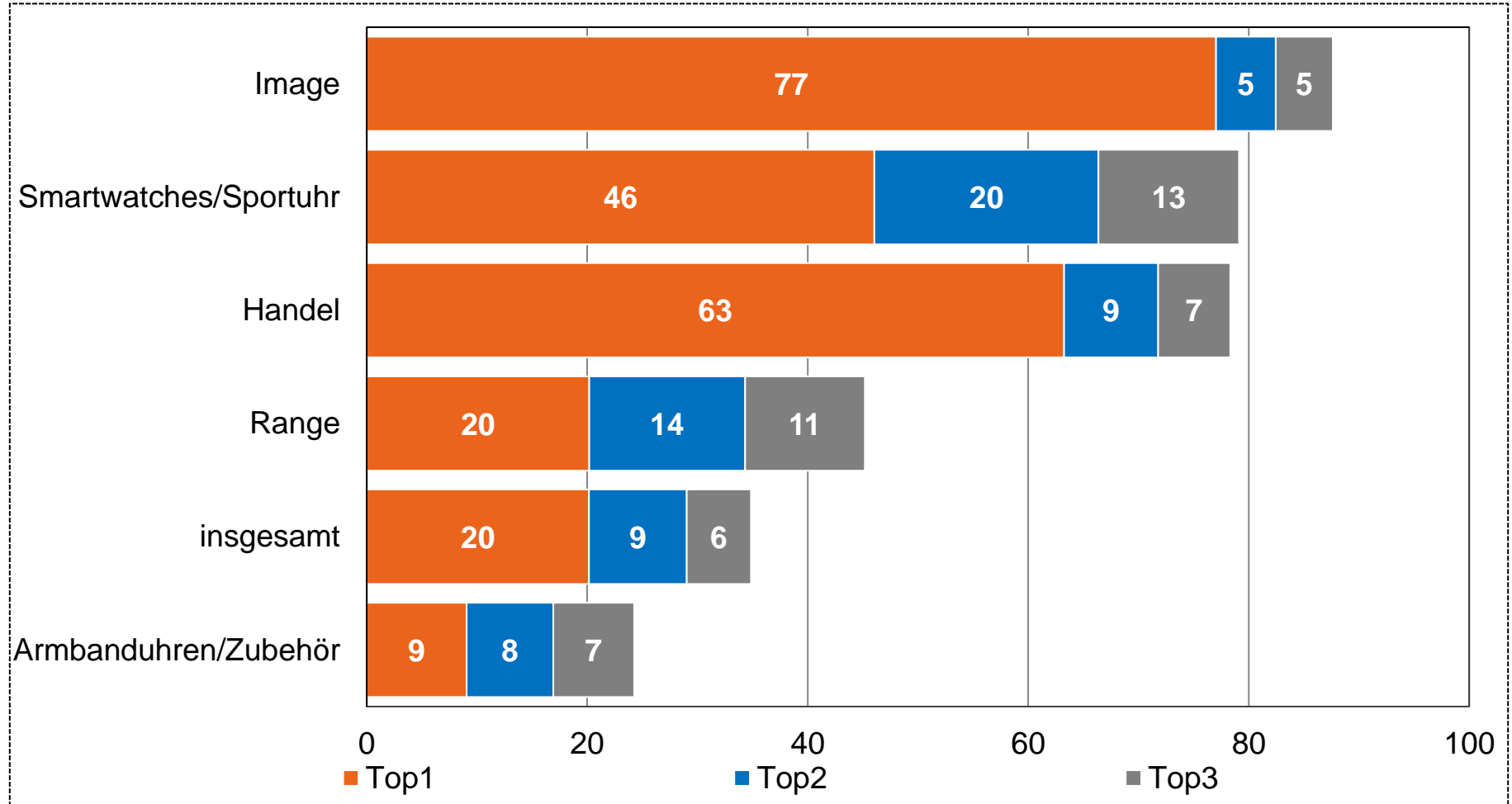
Produktmärkte	Mediengattungen				
	Internet	Radio	TV	Zeitschriften	Zeitungen
Armbanduhren/ Zubehör	18%	0%	3%	23%	4%
Handel	1%	0%	0%	2%	0%
Image	0%	0%	1%	0%	0%
Range	1%	0%	0%	2%	1%
Smartwatches/Sportuhr	3%	0%	39%	2%	1%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Konzentration der Werbeausgaben in den Produktmärkten in 2020/2021 (Angaben in %)



Lesebeispiele: „63% aller Werbeausgaben in der Produktkategorie ‚Handel‘ entfallen auf die ausgabenstärkste Marke dieser Kategorie.“ „Im Produktmarkt ‚Armbanduhren/Zubehör‘ umfassen die Top 3 Marken 24% der Werbeausgaben ihrer Kategorie.“

Trends

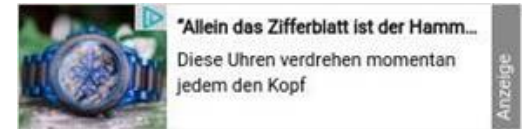
Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische Internet Motivbeispiele und Nutzenargumente 2020/2021

The collage consists of several distinct advertisement panels:

- Omega:** A 2x2 grid of panels. Top-left: Omega logo and Olympic rings. Top-right: Close-up of an Omega watch face. Bottom-left: A woman in a blue kimono holding a purple parasol. Bottom-right: Omega logo and Olympic rings.
- Rolex:** A 2x2 grid of panels. Top-left: Two people in winter gear. Top-right: A person in a boat. Bottom-left: A person in a boat. Bottom-right: Text: "NUR MIT VEREINIGTEN KRÄFTEN WIRD ES UNS GELINGEN, UNSEREN PLANETEN ZU SCHÜTZEN UND ZU ERHALTEN."
- Patek Philippe:** A 2x2 grid of panels. Top-left: Patek Philippe logo and text: "BEGINNEN SIE IHRE EIGENE TRADITION". Top-right: A person sitting on a beach. Bottom-left: Text: "EINE PATEK PHILIPPE GEHÖRT EINEM NIE GANZ ALLEIN. SIE VERBUNDEN WIRD MIT EINER TRADITION, DIE SIE ERBEN UND FÜR DIE SIE VERANTWORTLICH SIND." Bottom-right: Patek Philippe logo and text: "BEGINNEN SIE IHRE EIGENE TRADITION".
- Longines:** A vertical strip of four panels, each featuring a Longines watch and the slogan "THE PIONEER SPIRIT LIVES ON." The bottom panel includes the text "LETZT ERHÄLTlich".

- Die Zukunft der Gesundheit
- Allein das Ziffernblatt ist der Hammer



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2020/2021

- Die Zukunft der Gesundheit
- The pioneer spirit lives on

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Typische Zeitschriften Motivbeispiele und Nutzenargumente 2020/2021

Die Speedmaster – 1957 ursprünglich zur Rennzeitmessung lanciert – wurde 1966 erstmals von der NASA qualifiziert, nachdem sie eine Reihe der härtesten Tests bestanden hatte. Seit diesem historischen Moment wurden ihr die kühnsten Missionen jenseits der Erde anvertraut, darunter die erste Mondlandung 1969 und die Rettung von Apollo 13 ein Jahr später. Design und Geist der Speedmaster bleiben heute im Wesentlichen unverändert, und wir freuen uns auf das nächste Kapitel in der Weltraumforschung.

OMEGA Boutiques Berlin • Frankfurt am Main • Hamburg • München

PERPETUAL PLANET

ROLEX

PATEK PHILIPPE

- Design und Geist bleiben heute im Wesentlichen unverändert
- Eine Patek gehört einem nie ganz allein

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Typische Zeitungen Motivbeispiele und Nutzenargumente 2020/2021



- Design und Geist bleiben heute im Wesentlichen unverändert
- Eine Patek gehört einem nie ganz allein



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische Beispiele mit Testimonials 2020/2021



- Schauspielerin: Kate Winslet
- Schauspieler: Regé-Jean Page
- Schauspieler: Simon Baker

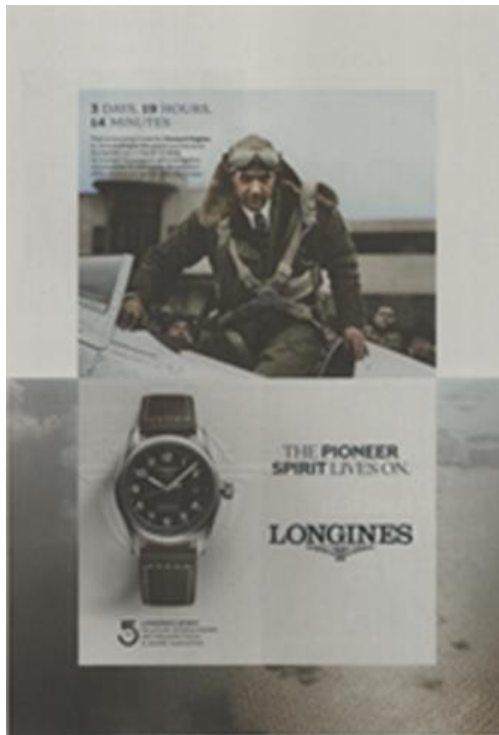


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische Beispiele mit Testimonials 2020/2021



THE MASTERS

Als legendärer Major des Golfens, der über 75 Jahre lang die größte Menge an Golfturnieren im Fernsehen übertragen wurde, ist das Masters ein unverzichtbares Ereignis für alle Golf- und Sportschaffenden. Als legendärer Major des Golfens, der über 75 Jahre lang die größte Menge an Golfturnieren im Fernsehen übertragen wurde, ist das Masters ein unverzichtbares Ereignis für alle Golf- und Sportschaffenden.



ROLEX



- Filmproduzent, Luftfahrtpionier: Howard Hughes
- Sportler: Tiger Woods
- Alfred Hitchcock
- Comedian: Joko Winterscheidt, Klaas Heufer-Umlauf

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische Out-of-Home-Beispiele 2020/2021



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Benchmarks

- Management Summary
- Trends
- Benchmarks
 - Werbeausgaben-Rankings
 - Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im 5-Jahres-Vergleich
 - Verteilung der Werbeausgaben-/Motive in den letzten zwölf Monaten
- Strategien
- Kommunikationspositionierung
- Kontakt

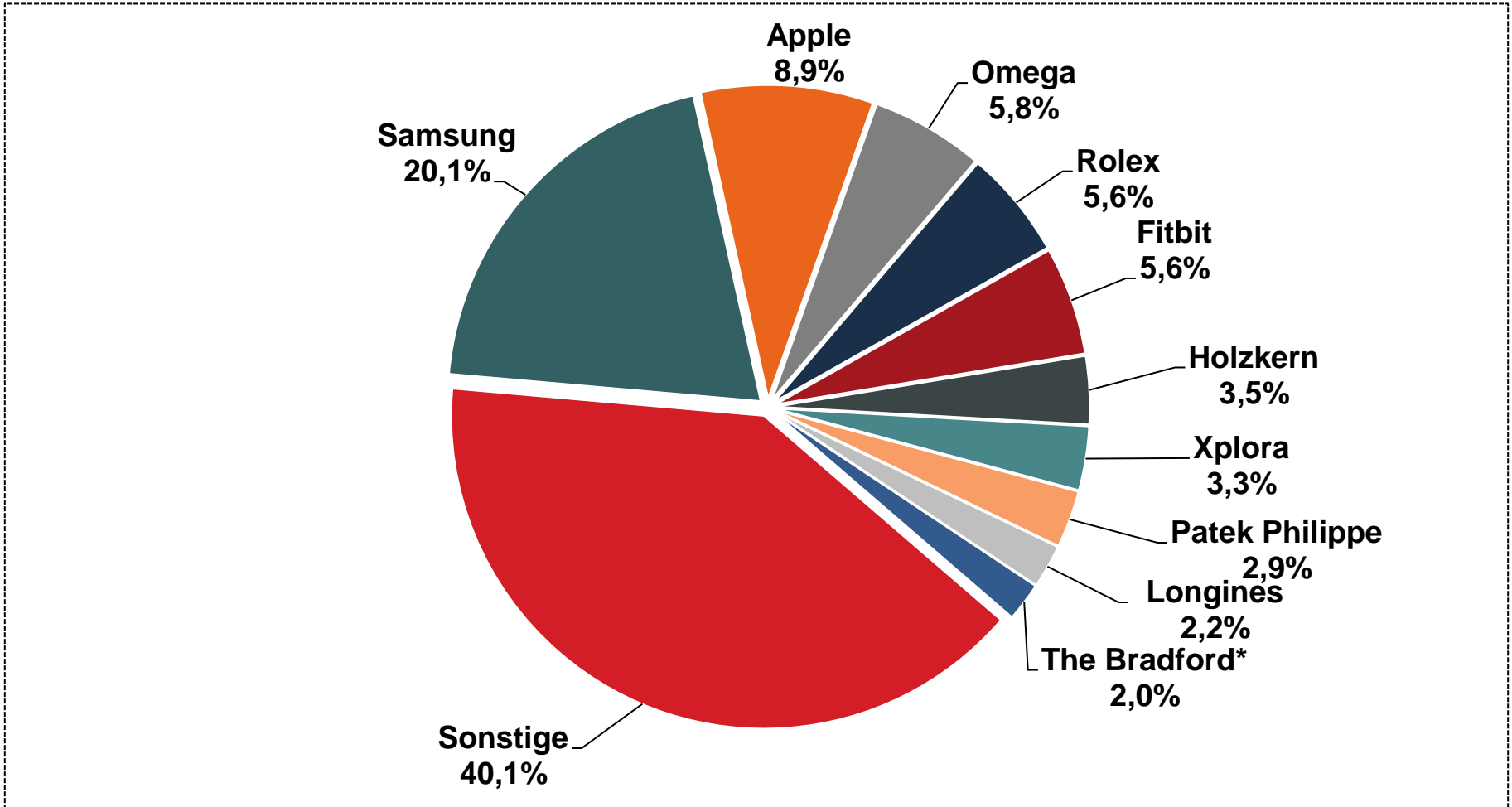


research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Armbanduhren 2021

Share of Advertising der Top 10-Marken von Dezember 2020 bis November 2021



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

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
1	Samsung	1.092.451	717.614	2.206.313	5.638.243	31.941.938	+467%
2	Apple	11.148.750	7.304.237	10.233.210	12.638.337	14.093.595	+12%
3	Omega	3.722.518	4.884.816	3.440.639	2.452.004	9.217.442	+276%
4	Rolex	10.127.810	10.632.919	9.125.040	6.760.211	8.855.822	+31%
5	Fitbit	296.910	9.198.940	5.298.709	360.772	8.837.763	+2350%
6	Holz kern	0	648.575	7.509.515	7.105.733	5.552.211	-22%
7	Xplora	0	3.730	976.427	2.919.278	5.212.191	+79%
8	Patek Philippe	5.177.314	4.955.849	5.542.366	3.221.221	4.644.863	+44%
9	Longines	1.686.660	1.967.109	1.479.850	1.843.751	3.520.774	+91%
10	The Bradford Exch. ¹	825.950	1.012.350	1.368.284	3.599.156	3.145.654	-13%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Exchange

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
11	Tissot	1.714.322	2.735.398	1.792.113	1.368.329	2.795.360	+104%
12	Detomaso	63.732	1.804	6.476	2.584.243	2.620.432	+1%
13	Hublot	1.372.128	1.895.882	1.548.952	2.185.435	2.563.070	+17%
14	Lilienthal Berlin	2.353.121	2.243.244	2.547.511	4.407.169	2.404.448	-45%
15	Porsche Design	858.703	906.124	1.198.689	748.100	2.395.143	+220%
16	Nomos Glashütte	1.862.762	1.721.497	1.139.031	2.341.572	2.308.445	-1%
17	Cartier	1.891.029	1.509.551	950.807	1.041.817	2.162.400	+108%
18	Tudor	1.559.627	1.468.507	1.156.993	1.195.582	2.117.120	+77%
19	Hugo Boss	0	0	76.240	0	2.052.804	-
20	Glashütte Original	1.361.397	1.648.778	1.288.890	661.390	1.986.581	+200%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Laminiertechnik

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
21	Seiko	499.009	476.984	456.853	736.265	1.914.575	+160%
22	Breitling	4.488.200	3.491.200	2.669.755	2.113.299	1.889.024	-11%
23	Casio	1.319.159	155.444	314.350	210.913	1.399.236	+563%
24	Swatch	1.712.045	1.852.642	620.298	595.583	1.358.165	+128%
25	Vild	0	0	0	0	1.326.751	-
26	Tag Heuer	1.784.254	1.285.032	1.129.163	1.662.180	1.326.732	-20%
27	Marq	0	0	0	328.489	1.320.302	+302%
28	IWC	608.518	667.877	1.121.339	442.811	1.318.828	+198%
29	Keinzeit	0	0	0	0	1.200.927	-
30	Jaeger-LeCoultre	209.505	441.184	539.197	1.032.931	1.169.780	+13%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
31	Huawei	0	0	241.689	2.878.431	1.138.100	-60%
32	AP Audemars Piguet	822.414	1.370.922	657.038	813.397	1.080.195	+33%
33	Richard Mille	625.946	715.886	711.115	503.799	1.003.254	+99%
34	Tutima	1.194.648	650.076	1.070.667	623.314	981.657	+57%
35	Vodafone	0	0	0	0	899.001	-
36	Little Tikes	0	0	0	974.202	769.176	-21%
37	VTech	490.660	686.962	685.156	693.755	719.511	+4%
38	Ebel	699.001	932.621	1.052.241	559.209	716.617	+28%
39	Chopard	922.309	1.157.347	1.189.319	519.776	703.563	+35%
40	Mauer Juwelen & U. ¹	0	36.091	0	0	699.341	-

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Uhren aus Essen

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
41	Watchmaster ICP	16.962	64.352	10.501	2.445.192	655.626	-73%
42	Emporio Armani	960.060	546.590	48.060	78.293	551.229	+604%
43	Breguet	207.258	620.750	395.140	631.597	510.835	-19%
44	Chanel	1.676.548	1.227.337	700.881	956.269	489.256	-49%
45	Wempe	472.877	276.467	43.860	799.486	470.688	-41%
46	Hamilton	39.276	175.836	106.949	277.095	458.034	+65%
47	Nautische Instrume. ¹	304.348	174.194	260.526	480.006	453.989	-5%
48	Garmin	320.535	1.054.034	1.148.081	1.631.658	443.807	-73%
49	Chrono24	0	0	0	281.011	425.316	+51%
50	Blancpain	41.710	127.860	295.780	279.087	400.350	+43%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Instrumente Mühle Glashütte

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
51	Bucherer	213.509	129.877	1.368.716	536.860	380.560	-29%
52	Sinn	205.214	204.975	243.941	278.274	348.770	+25%
53	Rado Switzerland	1.086.713	695.373	604.916	338.930	341.177	+1%
54	Fitowatch	0	0	0	0	337.685	-
55	A. Lange & Söhne	696.532	86.299	731.216	449.900	332.320	-26%
56	Vacheron Constantin	133.513	235.659	216.390	585.420	332.000	-43%
57	Classicwatches24	0	0	0	34.408	324.859	+844%
58	Vivomove	0	0	0	261.400	323.500	+24%
59	Zeit Edition	0	0	0	0	315.533	-
60	Union Glashütte	185.356	251.579	321.100	328.216	310.070	-6%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
61	Frederique Constant	257.378	160.906	215.840	132.700	297.050	+124%
62	Citizen	685.117	589.011	999.233	418.384	296.412	-29%
63	ROSEFIELD	0	9.696	0	3.510	290.035	+8164%
64	Uhrenmanufaktur L. ¹	0	0	0	152.369	287.578	+89%
65	Code41	0	10	274.016	5.211.892	286.026	-95%
66	Parmigiani	155.850	258.900	127.217	57.024	265.613	+366%
67	Qlocktwo	18.600	180.834	45.985	20.404	238.511	+1069%
68	Staudt	0	0	145.200	126.700	234.800	+85%
69	Boccia	197.434	162.479	165.468	54.333	220.322	+306%
70	Juwelier Lorenz	79.338	44.725	139.801	355.741	210.132	-41%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
71	Zenith	160.982	153.476	283.985	137.183	209.742	+53%
72	Laco	16.794	33.820	90.388	138.388	208.735	+51%
73	Junghans	644.095	332.716	123.233	164.871	201.410	+22%
74	Motiofit	0	0	0	126.858	187.625	+48%
75	Davosa	72.660	62.450	58.990	97.831	168.411	+72%
76	Amazfit	0	0	1.164	0	159.806	-
77	Slow	7.005	694.251	491.841	763.129	159.591	-79%
78	Watchdreamer	0	0	0	9.263	142.581	+1439%
79	Uhren Schenk	0	2.785	1.377	33.400	137.290	+311%
80	Askania	85.017	104.047	57.262	57.768	135.940	+135%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
81	Oris	549.169	139.391	222.179	145.678	124.609	-14%
82	Forerunner	0	0	0	24.925	118.282	+375%
83	Victorinox	316.951	385.192	38.000	229.506	115.180	-50%
84	Fortis	0	0	92.249	165.701	108.606	-34%
85	Venu	0	0	0	0	102.920	-
86	Uhren-Shop	0	0	0	39.056	102.200	+162%
87	Bering	143.291	117.579	77.265	100.283	99.250	-1%
88	Montblanc	984.910	602.365	516.774	235.850	99.088	-58%
89	Mido	1.338.790	1.186.214	366.208	109.944	96.062	-13%
90	Christ	1.627.739	1.678.687	1.992.836	0	92.000	-

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
91	Suunto	0	6.390	0	69.970	89.867	+28%
92	Shop24Direct.de	0	0	0	52.600	85.785	+63%
93	Alexander Shorok. ¹	25.620	13.980	0	0	85.482	-
94	Zeppelin Uhren	37.800	19.049	2.879	60.090	82.730	+38%
95	Cares Watch	228	6.831	5.410	15.065	78.963	+424%
96	Juwelier Rüschenb. ²	586.650	619.109	201.870	178.900	73.100	-59%
97	Louis Vuitton	650.695	915.806	386.580	126.600	71.450	-44%
98	Caregency	0	9.140	0	62.065	69.528	+12%
99	Ella Juwelen	0	0	0	0	64.886	-
100	Bulova	0	0	50.940	91.757	64.808	-29%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Shorokhoff 2 Rüschenbeck

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
101	Kapten & Son	99.647	94.979	45.505	45.926	62.869	+37%
102	Laimer Woodwatch	0	26.000	11.345	216.633	62.579	-71%
103	Nordgreen	0	0	0	123.310	58.473	-53%
104	Chris Benz	42.240	47.496	31.592	40.580	57.631	+42%
105	Baume & Mercier	284.129	217.283	128.200	20.750	57.438	+177%
106	Ice-Watch	10.266	4.774	211.500	79.408	56.900	-28%
107	Polar	350.524	25.564	29.382	20.570	53.742	+161%
108	Bell & Ross	147.490	155.147	32.000	425.972	52.877	-88%
109	Certina	132.770	397.703	262.906	129.499	50.790	-61%
110	Uhr Center	24.841	0	0	0	48.555	-

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
111	Stowa	33.520	38.960	52.630	39.197	48.261	+23%
112	Leicht Juweliere	26.000	0	0	6.383	46.648	+631%
113	Blaken	0	0	45.400	104.900	45.400	-57%
114	Müller & Sattler Uhr. ¹	0	0	0	22.171	44.730	+102%
115	Elysee	51.884	40.400	44.300	40.800	44.400	+9%
116	FineWatchesBerlin	0	0	1.607	24.918	42.279	+70%
117	Instinct	0	0	0	137.833	42.151	-69%
118	Fenix	0	0	0	214.761	41.775	-81%
119	Lutz Epple	0	0	0	0	41.158	-
120	Scheurenbrand Ju. ²	0	0	0	0	39.465	-

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Uhrenbausatz 2 Juwelier und Uhrmacher

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
121	Timestuff	0	0	18.500	0	38.382	-
122	Dugena	1.530	0	0	0	38.360	-
123	Uhrenladen Pendel ¹	0	0	0	16.387	38.098	+132%
124	La Pendulerie	0	0	0	0	38.079	-
125	Panerai	376.891	310.293	323.112	123.789	37.552	-70%
126	Montredo	0	2.103	0	7.032	36.668	+421%
127	Norqain	0	0	0	0	34.862	-
128	Uhren-Buse	0	0	0	12.527	34.605	+176%
129	Hirsch Armbänder	0	0	0	0	33.303	-
130	Paul Bielert	45.938	118.213	31.307	63.624	33.051	-48%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Feder

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
131	Jacques Du Manoir	0	0	0	0	32.663	-
132	Lehmann	263.490	264.250	208.510	44.660	32.180	-28%
133	MeisterSinger	60.177	16.148	27.800	39.243	31.304	-20%
134	Uhren - Schmuck K. ¹	0	139	927	58.370	30.944	-47%
135	Uhrentime 24	0	0	0	0	29.880	-
136	Jacques Lemans	260.789	0	0	12.624	28.984	+130%
137	Hanhart	12.000	0	0	12.500	26.756	+114%
138	POINT tec Electronic	73.720	86.780	132.482	145.506	26.020	-82%
139	Abeler & Söhne	33.446	5.900	26.000	26.000	26.000	0%
140	Michel Herbelin	47.255	143.500	34.737	34.730	26.000	-25%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Kiau

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
141	RAINER BRAND	387.950	594.242	137.100	24.200	24.900	+3%
142	Uhrenschweiz24	0	0	0	40.754	23.650	-42%
143	Uhrmachermeister ¹	0	0	0	15.799	23.141	+46%
144	Bulgari	1.643.139	660.928	510.353	21.500	23.000	+7%
145	Tourby Watches	0	0	0	0	22.710	-
146	Carl F. Bucherer	68.537	102.700	114.359	0	22.700	-
147	DAMASKO Uhren. ²	48.300	45.000	88.810	22.700	22.700	0%
148	Doxa	0	0	0	0	22.700	-
149	Edox	149.200	148.500	78.500	22.700	22.700	0%
150	FORMEX	66.900	69.000	0	26.710	22.700	-15%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Juwelier Stupp 2 Uhrenmanufaktur

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 200-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
151	U-Boat	22.300	22.500	22.700	0	22.700	-
152	Bernard Richards ¹	6.400	6.400	51.300	27.200	22.448	-17%
153	Filippo Loreti	0	0	0	27.428	21.728	-21%
154	Luxury Bazaar	0	0	0	7.977	21.551	+170%
155	Roth Juwelier	0	0	63.498	0	20.938	-
156	Schwakenberg Uhr. ²	0	0	0	12.863	20.922	+63%
157	Uhren4You	618	38	0	0	20.655	-
158	Victoria Hyde	0	0	8.009	13.004	20.557	+58%
159	U.S. Polo Assn.	0	0	0	0	19.100	-
160	Vincero	0	0	0	366.657	19.038	-95%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Manufacture 2 Schmuck Optik

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
161	World of Time	0	0	0	0	17.727	-
162	Styx Watch Protecti. ¹	0	0	0	5.279	17.640	+234%
163	Daniel Wellington	219.259	33.594	0	2.235.894	17.419	-99%
164	Marathon	0	0	0	0	17.131	-
165	UhrenBay	0	0	1.115	0	16.847	-
166	Withings	0	0	0	515.814	15.698	-97%
167	Maurice Lacroix	750.448	1.031.495	304.495	23.388	15.559	-33%
168	REC Watches	0	0	0	14.330	15.400	+7%
169	Fossil	2.860.424	940.154	863.118	96.000	14.566	-85%
170	Approach	0	0	0	11.107	14.286	+29%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Protection

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
171	BRM	0	27.200	44.500	0	13.600	-
172	Carl von Zeyten	42.700	6.800	51.400	20.400	13.600	-33%
173	Vdb	0	0	0	24.721	13.045	-47%
174	Favre-Leuba	0	0	0	69.300	13.000	-81%
175	Becker Juweliere & ¹	0	7.128	14.385	26.605	12.768	-52%
176	Brinckmann & Lange	0	0	0	30.460	12.200	-60%
177	Oliver Pocher Uhr. ¹	0	0	924	9.223	12.179	+32%
178	Tellimed	0	0	0	0	12.149	-
179	Piaget	0	0	0	0	12.000	-
180	Mode-Uhren-Schm. ²	0	0	0	0	11.878	-

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Uhrmacher 2 Schmuck

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
181	Tommy Hilfiger	0	0	7.820	11.192	11.817	+6%
182	Galerista	0	0	0	0	11.700	-
183	Uhren2000	0	0	0	0	11.411	-
184	Apfelband	0	0	0	29.401	10.931	-63%
185	Secur-ID	0	0	0	0	10.900	-
186	Aerowatch	0	0	0	0	10.840	-
187	Uhren Albrecht	0	0	0	0	10.514	-
188	Fitswatch	0	0	0	0	10.107	-
189	Fridrich Juwelier	717	9.205	10.698	14.974	9.882	-34%
190	Bembu	0	0	0	5.927	9.856	+66%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
191	Juwelier Scheffel	0	0	0	0	9.501	-
192	Outsiders Watches	0	0	0	27.309	9.336	-66%
193	Ferdinand & David	0	0	3.152	0	8.959	-
194	Barth Uhren-Schm. ¹	1.536	1.460	14.828	7.796	7.928	+2%
195	Noise	0	0	0	0	7.742	-
196	Eugen Wegner	0	0	0	0	7.700	-
197	Truwood	0	15.936	484	11.136	7.605	-32%
198	Leinfelder	0	22.500	35.975	0	7.570	-
199	Schullin	0	0	0	0	7.570	-
200	Uhrenlounge	0	5.393	0	5.028	7.471	+49%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Schmuck -Optik

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
201	Sternglas Zeitmess. ¹	0	4.120	45.182	732.047	7.405	-99%
202	Schmuck & Uhrma. ²	0	0	0	2.889	7.118	+146%
203	Mondaine	0	19.115	9.391	0	7.003	-
204	Magneto	0	0	0	0	6.806	-
205	Coros	0	0	0	0	6.685	-
206	Juwelier Wohltmann	0	6.341	10.689	0	6.584	-
207	ETT Eco Tech Time	0	0	0	0	6.567	-
208	traser	0	0	0	22.700	6.435	-72%
209	Descent	0	0	0	0	6.000	-
210	Time Expert	0	0	0	0	5.881	-

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Zeitmesser 2 Uhrmacher am schönen Turm

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
211	Luminox	22.300	116.600	22.500	0	5.569	-
212	Tachometer Uhren	0	0	1.699	3.334	5.463	+64%
213	Philippe Dubois & F. ¹	0	0	0	0	5.453	-
214	Lorus	0	785	0	0	5.297	-
215	Uhren Schmuck Sc. ²	0	1.891	0	2.946	5.201	+77%
216	Juwelier Thorn	0	0	0	0	4.701	-
217	Schauer	0	0	0	13.471	4.650	-65%
218	Uhren Schöfer	44.541	10.369	10.237	6.602	4.620	-30%
219	Rewa TimeCheck	0	0	0	0	4.562	-
220	Franco Troncone	0	9.474	3.144	10.201	4.520	-56%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Fils 2 Schweiger

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
221	Petra Hehl Schmuc. ¹	0	14.484	28.489	28.074	4.451	-84%
222	Vallo	0	0	17.598	9.499	4.259	-55%
223	Uhren-Schmuck-O. ²	0	0	0	0	4.226	-
224	Twistiti	0	0	0	0	4.195	-
225	Strapsco	0	0	0	0	4.133	-
226	Horando	0	0	0	0	3.900	-
227	Bayerisches Münzk. ³	0	0	0	3.796	3.848	+1%
228	Beermann Uhren O. ⁴	0	0	0	0	3.804	-
229	Thomas Kersting	3.083	6.250	0	6.276	3.745	-40%
230	Pilgrim	0	0	0	0	3.708	-

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Schmuck Uhren 2 Optik-Studio A. Berling 3 Münzkontor 4 Optik Schmuck

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
231	Jean Marcel	0	63.418	0	27.190	3.620	-87%
232	Uhrenwerkstatt We. ¹	0	0	0	0	3.458	-
233	Uhrmachermeister ²	0	0	0	0	3.425	-
234	Police (Watches-Je.)	26.555	0	0	0	3.420	-
235	Pottwatch	0	0	0	0	3.399	-
236	H+S Romann	0	0	0	0	3.373	-
237	Kerbholz	0	5.881	0	0	3.287	-
238	Festina	381.314	659.243	188.461	18.658	3.144	-83%
239	Benno Lindner	0	0	4.095	2.023	3.040	+50%
240	Rent a Box Schmu. ³	0	0	0	0	2.941	-

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Westenrieder 2 Goldschmied Michael Köpke 3 Box Schmuck und Uhren

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Dez. '16 – Nov. '17	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19	Dez. '19 – Nov. '20	Dez. '20 – Nov. '21	
241	Wehrli Uhren & Bijo. ¹	0	0	0	0	2.867	-
242	Uhren & Schmuckh. ²	0	0	0	0	2.867	-
243	Gigandet	0	427	123	0	2.814	-
244	Farer	0	0	0	0	2.598	-
245	Witte Uhrmacherm. ³	0	0	0	0	2.301	-
246	Seilnacht	10.341	1.668	0	0	2.260	-
247	Optik Uhren Schmu. ⁴	0	256	504	612	2.197	+259%
248	Uhren Deuster	0	0	1.289	0	2.158	-
249	Bandwerk	0	0	0	5.621	2.050	-64%
250	Fine Watches & Di. ⁵	0	0	0	18.184	2.018	-89%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Bijouterie 2 haus Grimm 3 meister und Juweierer 4 Widmann 5 Diamonds

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ausgaben der Top 10-Marken von 2016 bis 2020 (Angaben in €)

Marke	Dez. '16 – Nov. '17	Marke	Dez. '17 – Nov. '18	Marke	Dez. '18 – Nov. '19	Marke	Dez. '20 – Nov. '21
Apple	11.148.750	Rolex	10.632.919	Apple	10.233.210	Apple	12.638.337
Rolex	10.127.810	Fitbit	9.198.940	Rolex	9.125.040	Holz kern	7.105.733
Patek Phi. ¹	5.177.314	Apple	7.304.237	Holz kern	7.509.515	Rolex	6.760.211
Breitling	4.488.200	Patek Phi. ¹	4.955.849	Patek Phi. ¹	5.542.366	Samsung	5.638.243
Omega	3.722.518	Omega	4.884.816	Fitbit	5.298.709	Code41	5.211.892
Fossil	2.860.424	Breitling	3.491.200	Omega	3.440.639	Lilienthal. ²	4.407.169
Lilienthal. ²	2.353.121	Tissot	2.735.398	Cluse	2.834.338	The Bradf. ⁴	3.599.156
Diesel	2.029.382	Lilienthal. ²	2.243.244	Breitling	2.669.755	Patek Phi. ¹	3.221.221
Cartier	1.891.029	Longines	1.967.109	Lilienthal. ²	2.547.511	Xplora	2.919.278
Nomos G. ³	1.862.762	Hublot	1.895.882	Samsung	2.206.313	Huawei	2.878.431

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Philippe 2 Lilienthal Berlin 3 Glashütte 4 Bradford Exchange

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

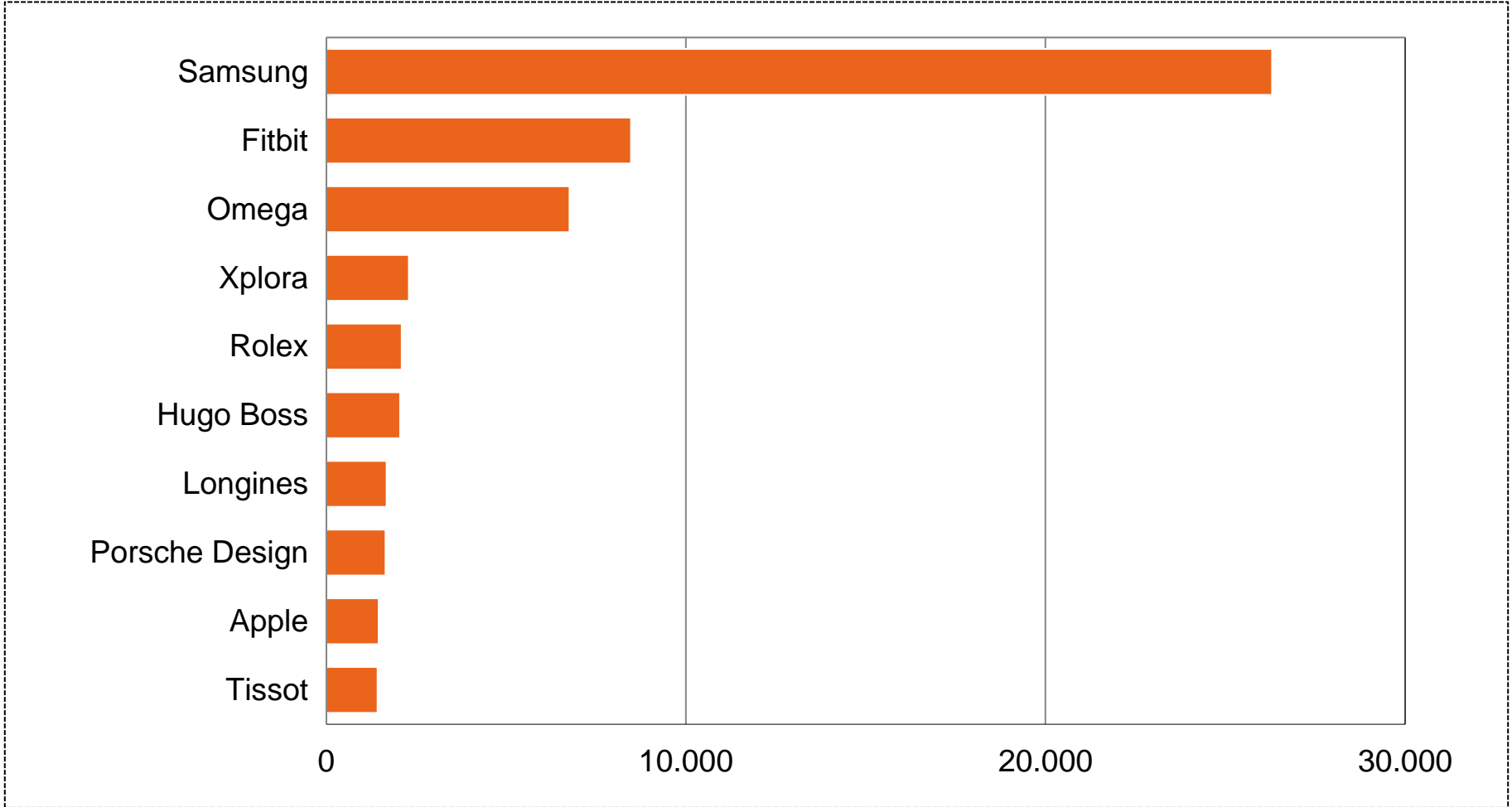
Ausgaben der Top-Werbungtreibenden 2016-2020, die nicht unter den Top 250 2020/2021 sind

(Angaben in €)

Marke	Dez. '16 – Nov. '17	Marke	Dez. '17 – Nov. '18	Marke	Dez. '18 – Nov. '19	Marke	Dez. '20 – Nov. '21
Diesel	2.029.382	Michael K. ³	1.173.437	Cluse	2.834.338	Cluse	1.234.906
Tchibo	875.394	Die Zeit	735.395	Colour W. ⁹	711.337	Watchfin. ¹⁰	435.979
Die Zeit	632.847	Mermaid ⁶	336.367	Chronos. ⁸	385.660	Mobvoi	202.176
Thomas ¹	528.350	Calvin Kl. ²	260.420	Watchfin. ¹⁰	315.451	Armitron	183.295
Tomtom	493.042	Slim Made	176.470	Skagen	175.081	Chronos. ⁸	166.794
Calvin Kl. ²	491.910	Bruno Sö. ⁷	156.440	Juwelier ¹¹	135.534	Fittech	119.633
Michael K. ³	358.530	Nokia	128.445	Juwelier ¹²	108.800	Égard	95.693
GP Girar. ⁴	310.310	Thomas ¹	124.240	Rohrbac. ¹³	86.883	Erwin Sa. ¹⁵	77.264
Hermès P. ⁵	218.310	Chronos. ⁸	119.603	Unico Big ¹⁴	86.762	Geneva ¹⁶	69.230
Temporex	205.894	Corum	111.200	Paul Hewitt	78.800	Thomas ¹	68.050

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Sabo 2 Klein 3 Kors 4 Girard-Perregaux 5 Paris 6 Stories 7 Söhnle 8 Chronoswiss 9 Watches 10 Watchfinder.co.uk 11 Mahlberg 12 Wagner 13 Rohrbacher 14 Big Bang 15 Sattler 16 Watch Company

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

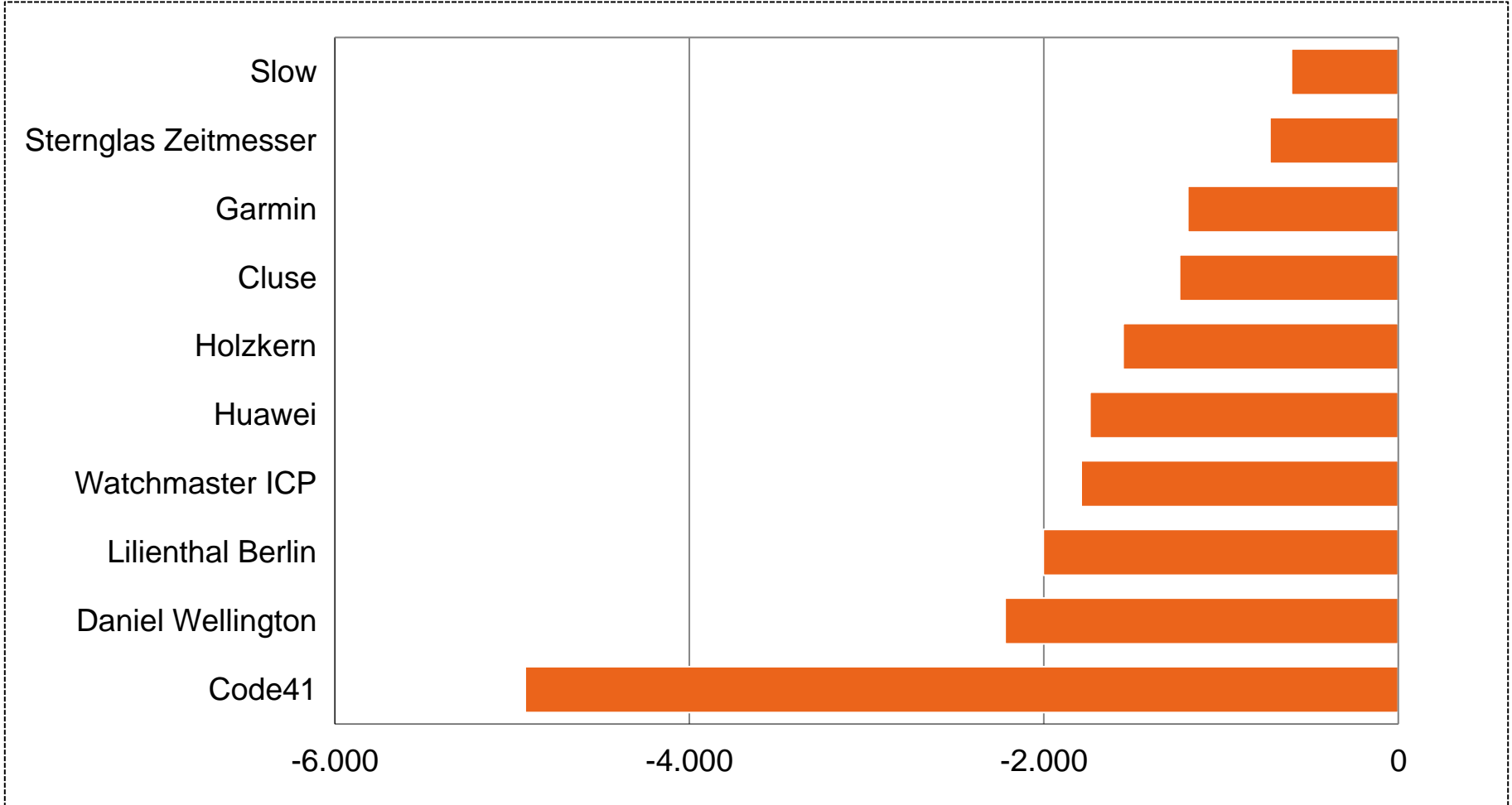


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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

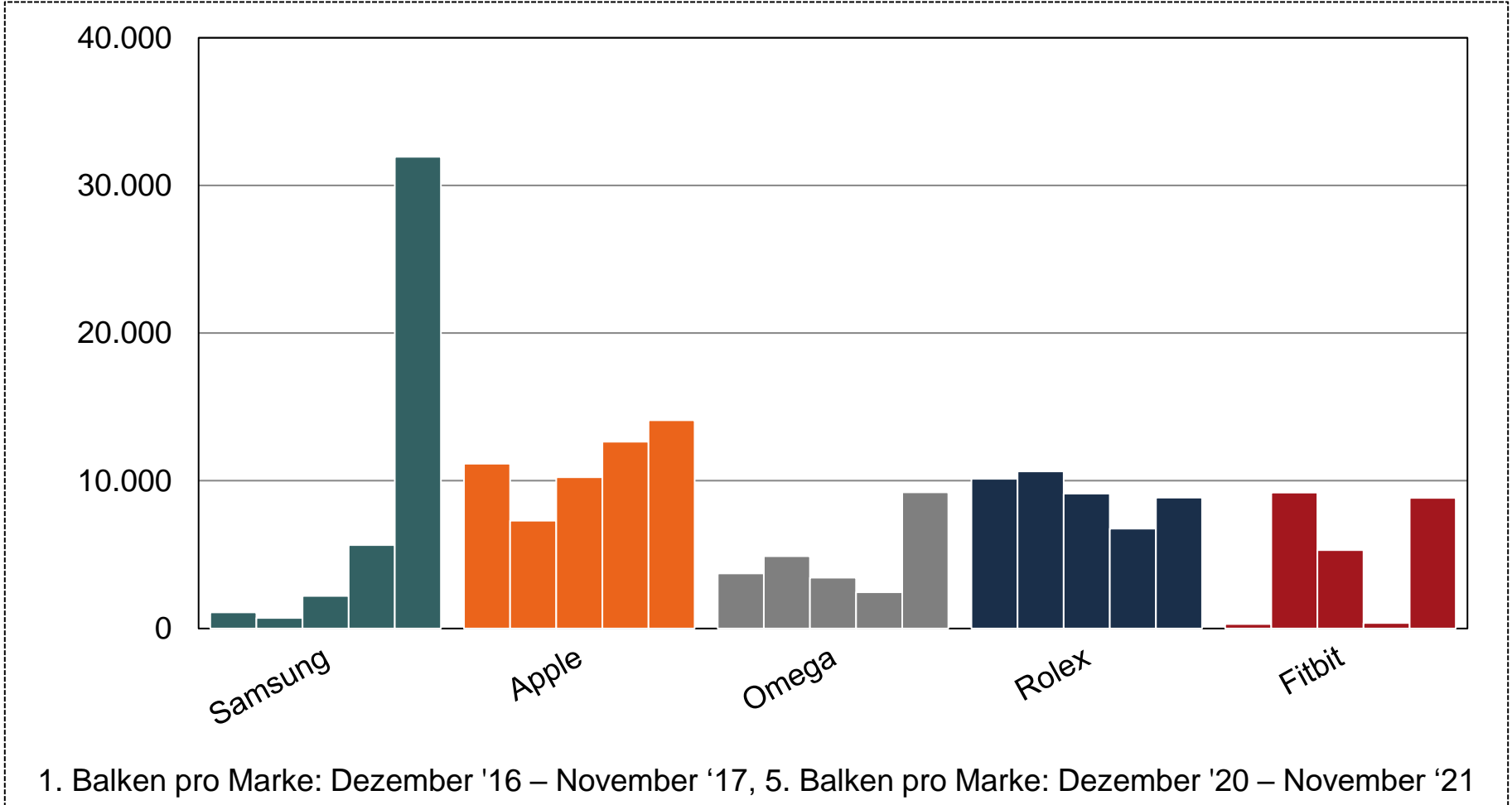


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich (Top 1-5 letztes Jahr, Angaben in T€)

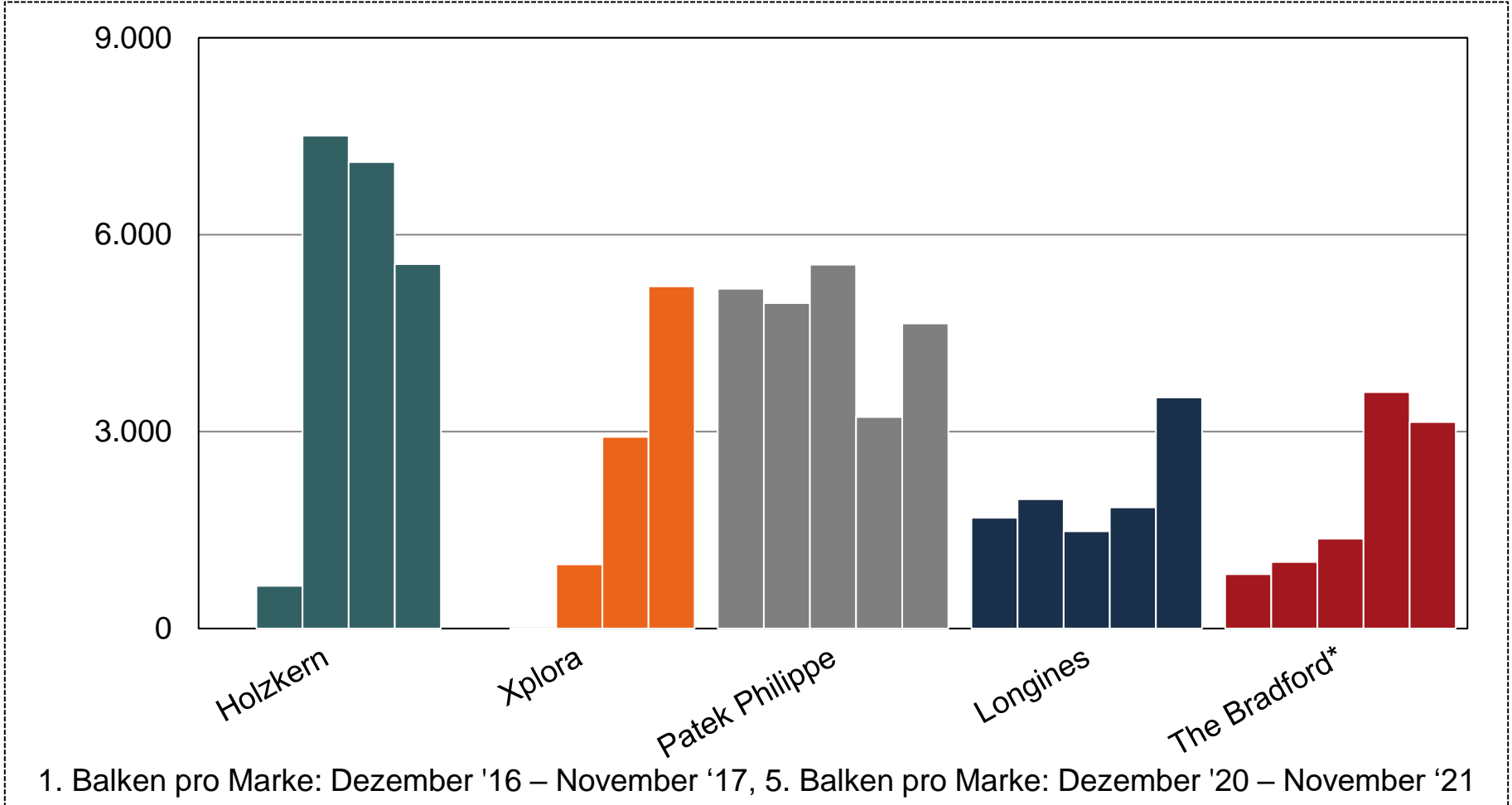


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich (Top 6-10 letztes Jahr, Angaben in T€)

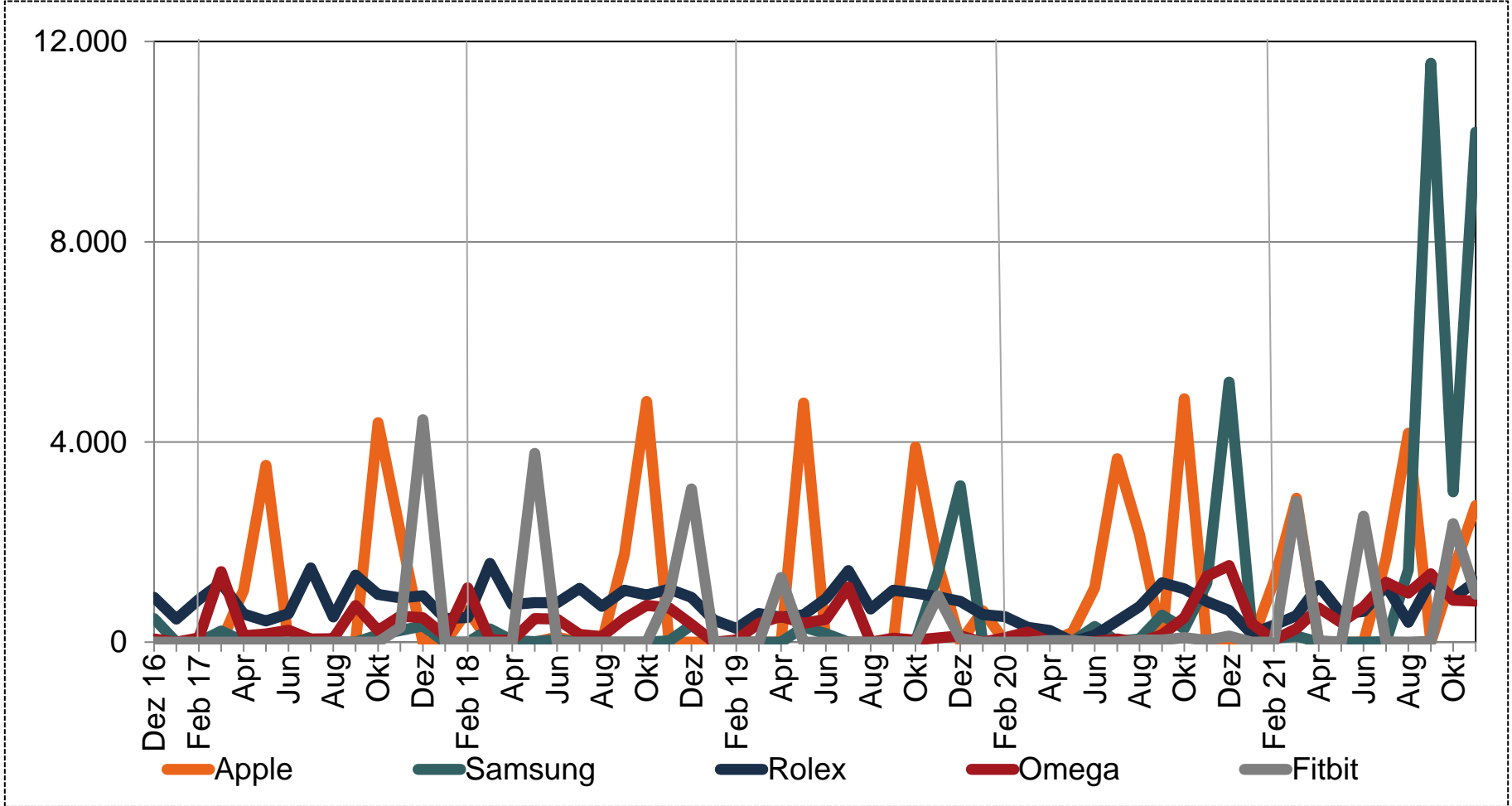


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; * Exchange

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im Verlauf der letzten 60 Monate (Top 1-5, Angaben in T€)

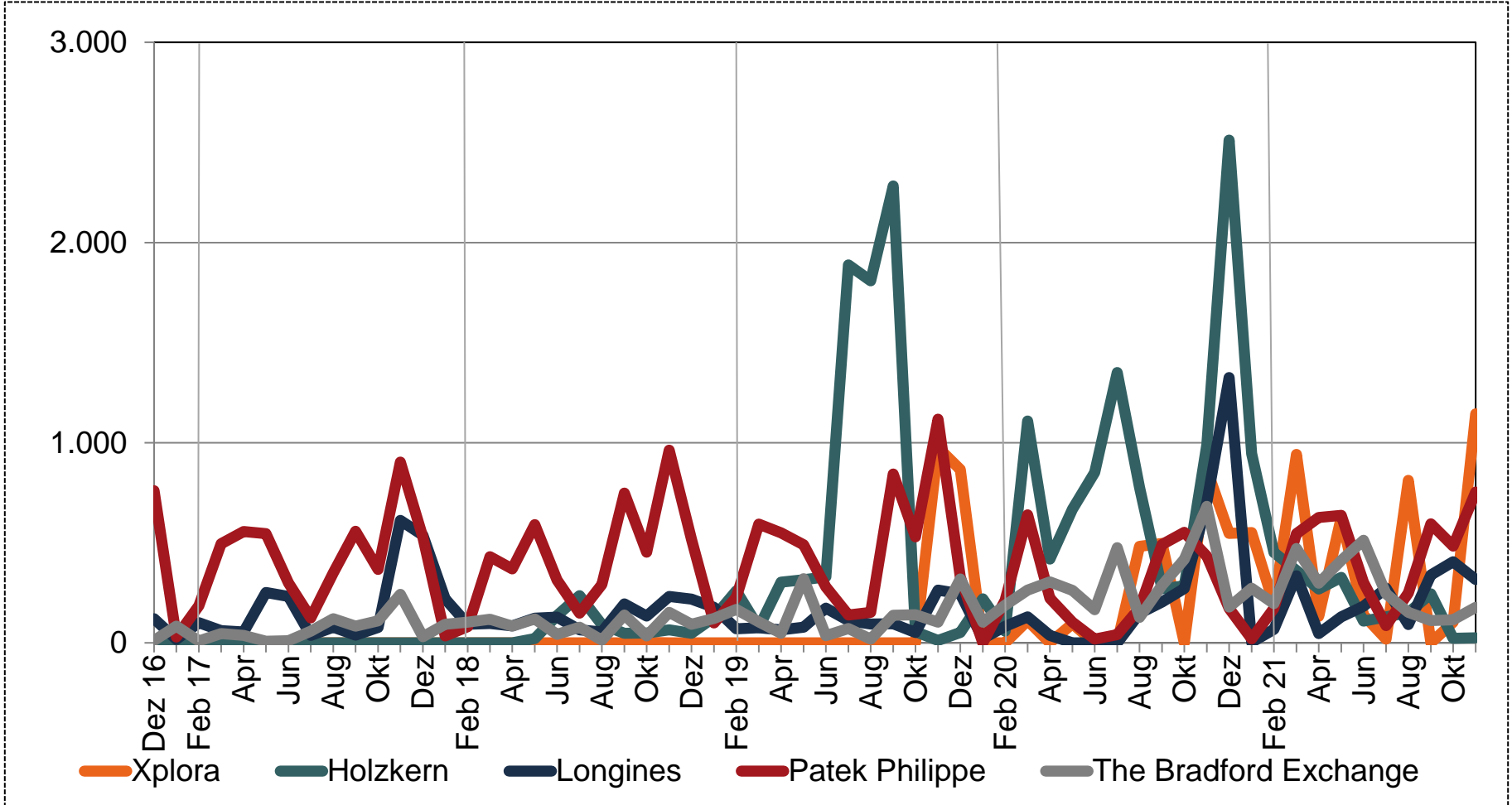


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im Verlauf der letzten 60 Monate (Top 6-10, Angaben in T€)

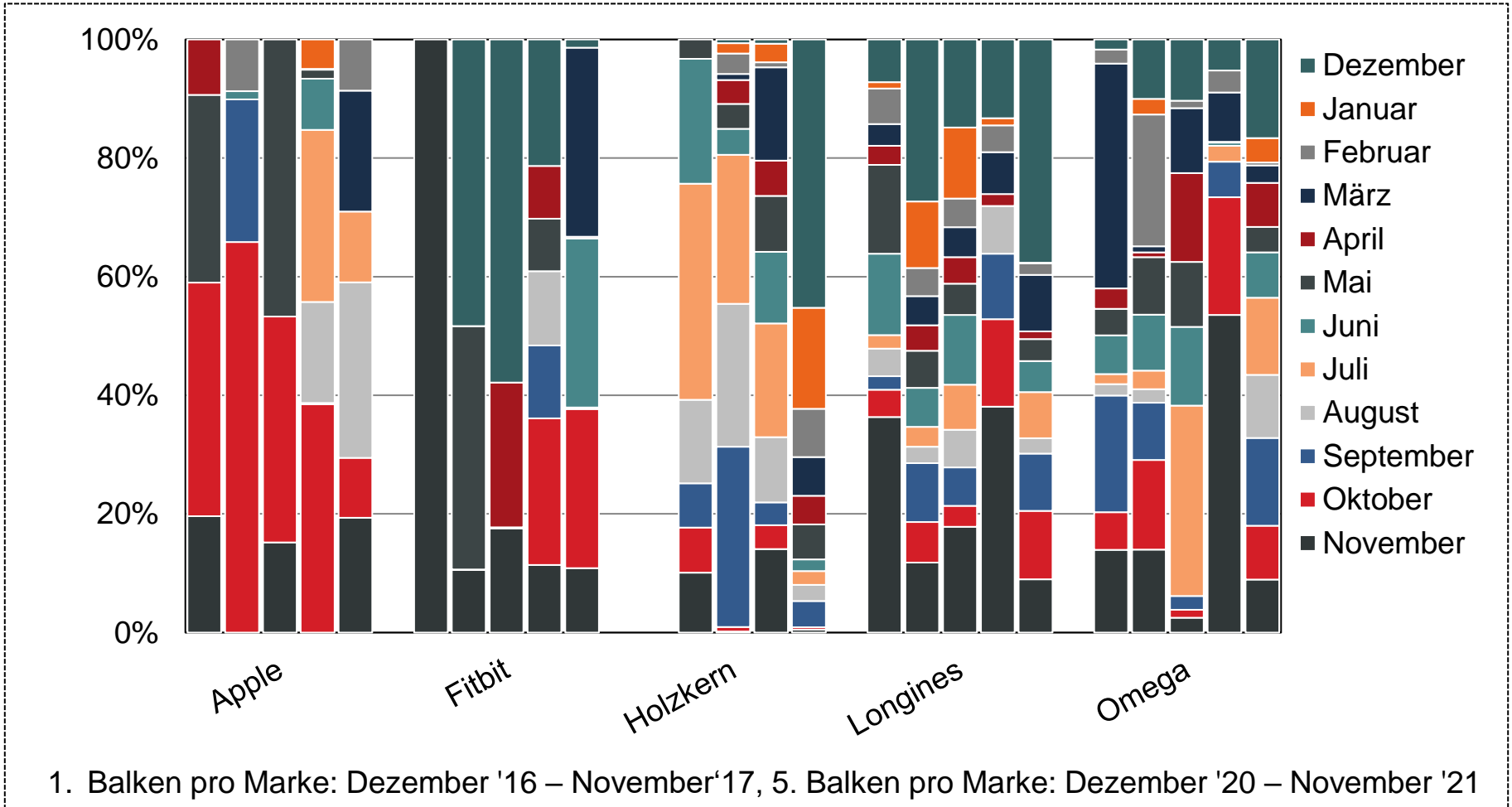


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im Fünf-Jahres-Vergleich

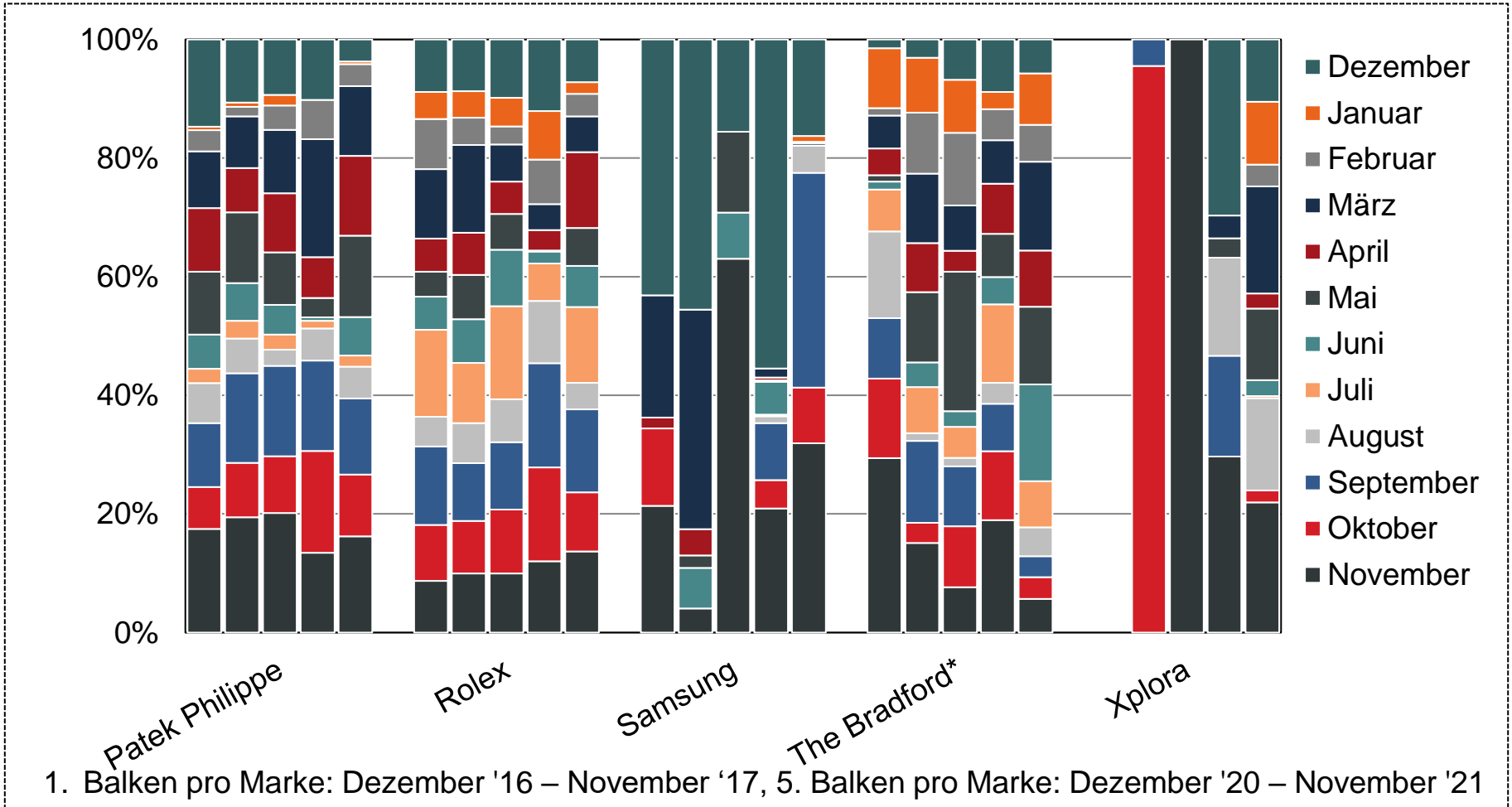


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im Fünf-Jahres-Vergleich

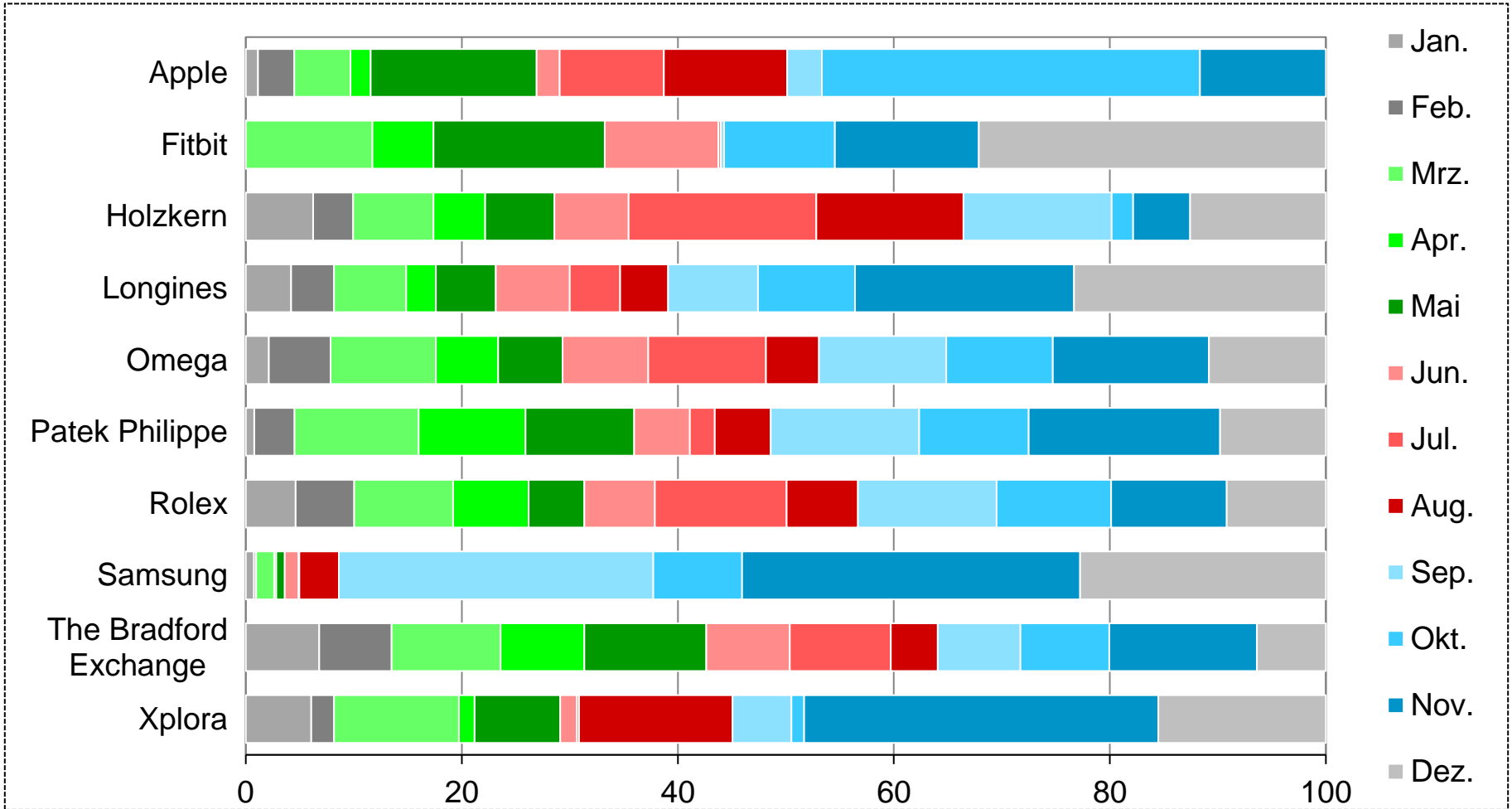


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; * Exchange

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im 5-Jahres-Durchschnitt (Angaben in %)

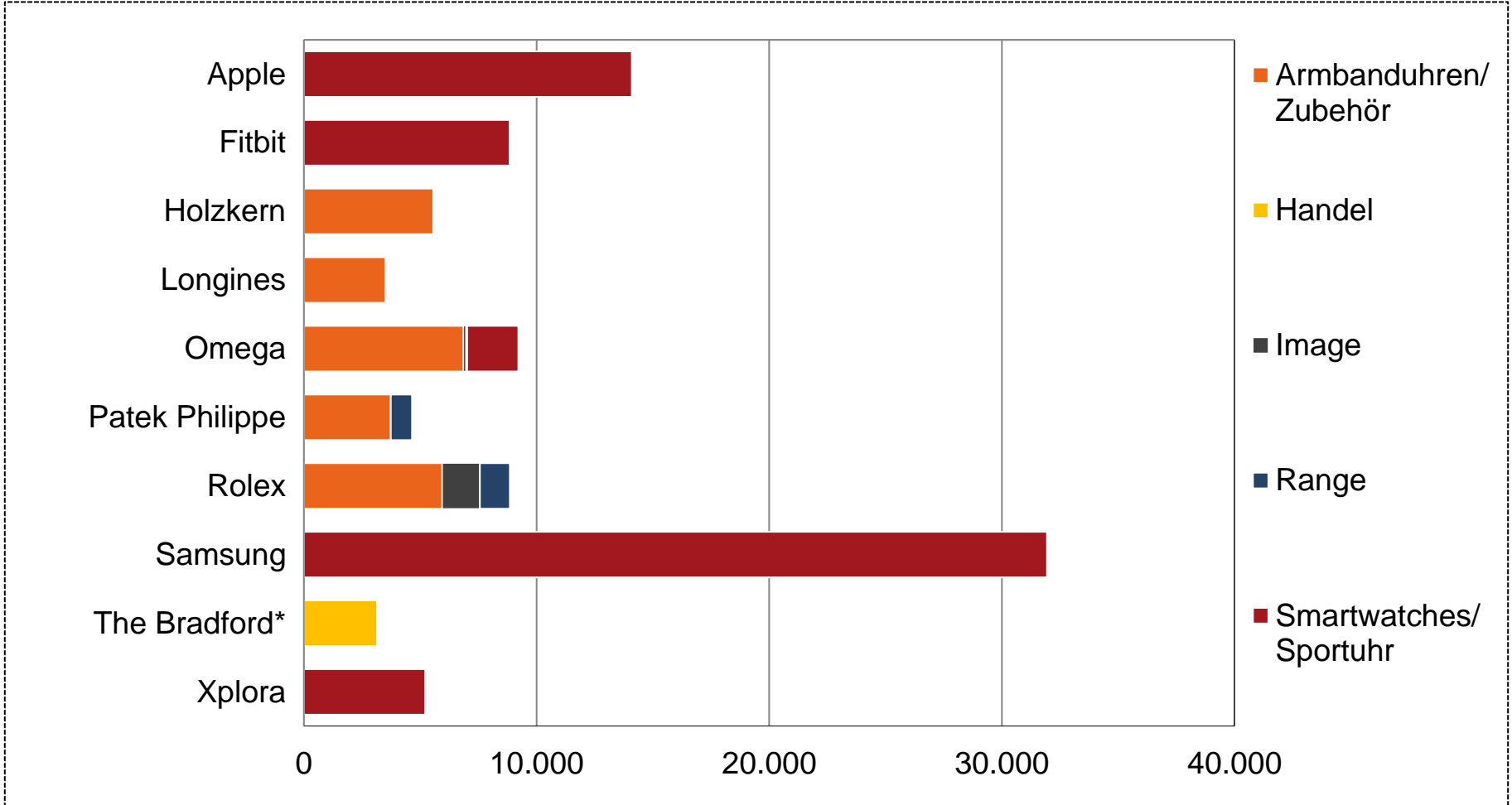


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Benchmarks

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

Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf Produktmärkte in den letzten zwölf Monaten
(Angaben in T€)

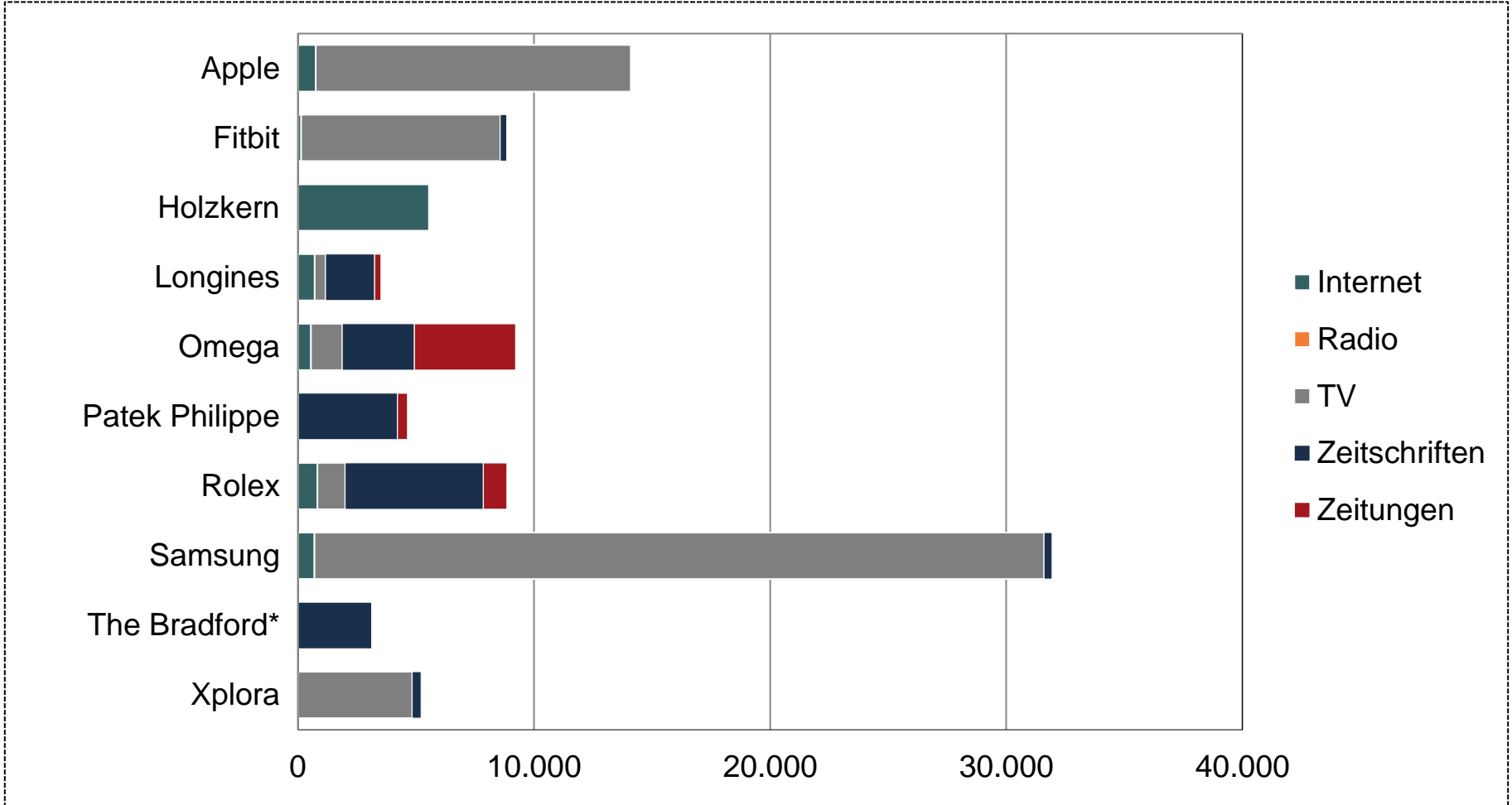


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; * Exchange

Benchmarks

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

Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten (Angaben in T€)

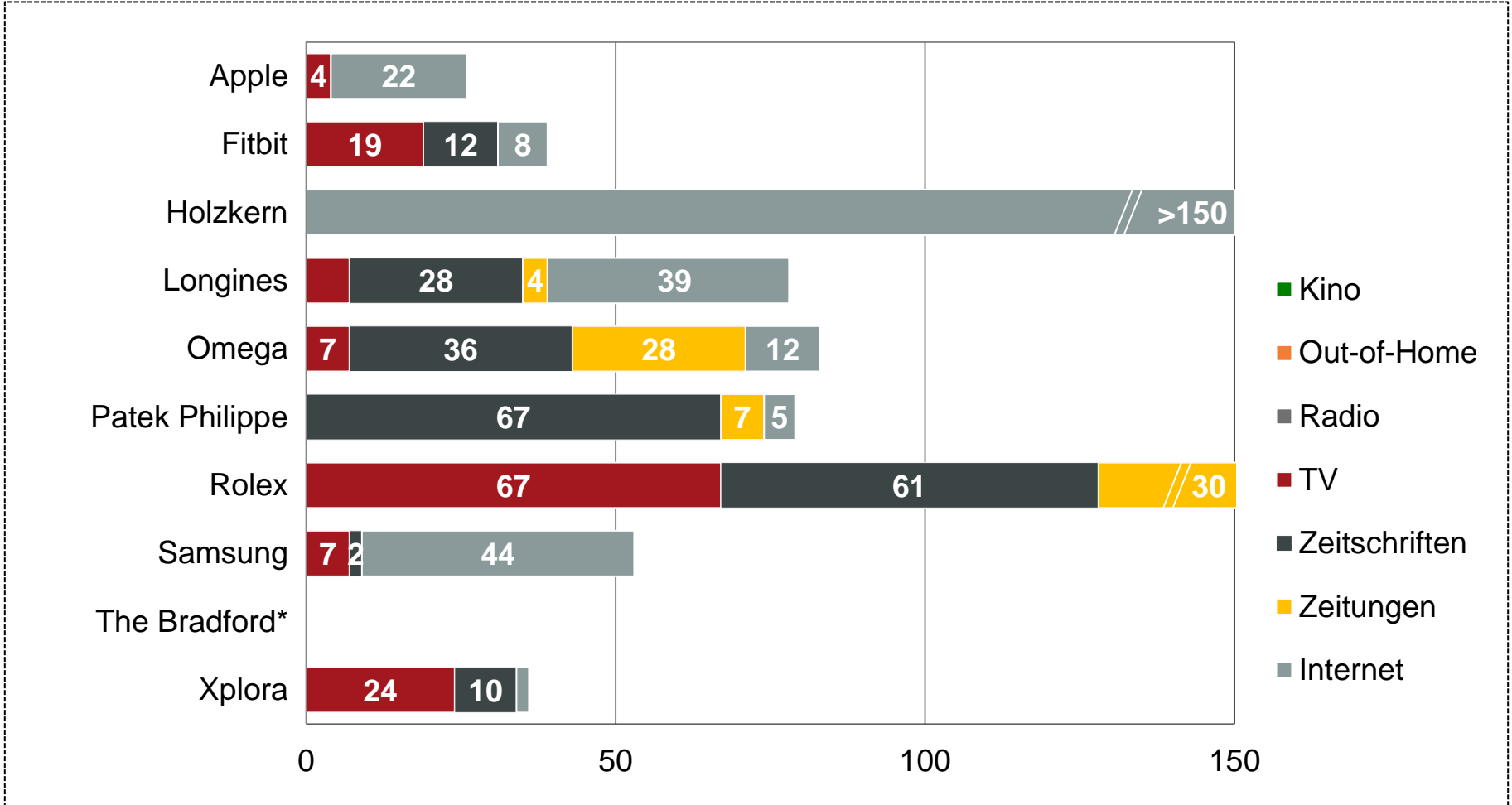


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; * Exchange

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; * Exchange

Strategien

- ...
- Trends
- Benchmarks
- Strategien
 - Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10-Marken durchgeführt: zeitliche Werbedruckverteilung nach Mediengattungen in den letzten 12 Monaten, Share of Advertising im Jahresverlauf
- Kommunikationspositionierung
- Kontakt



research tools

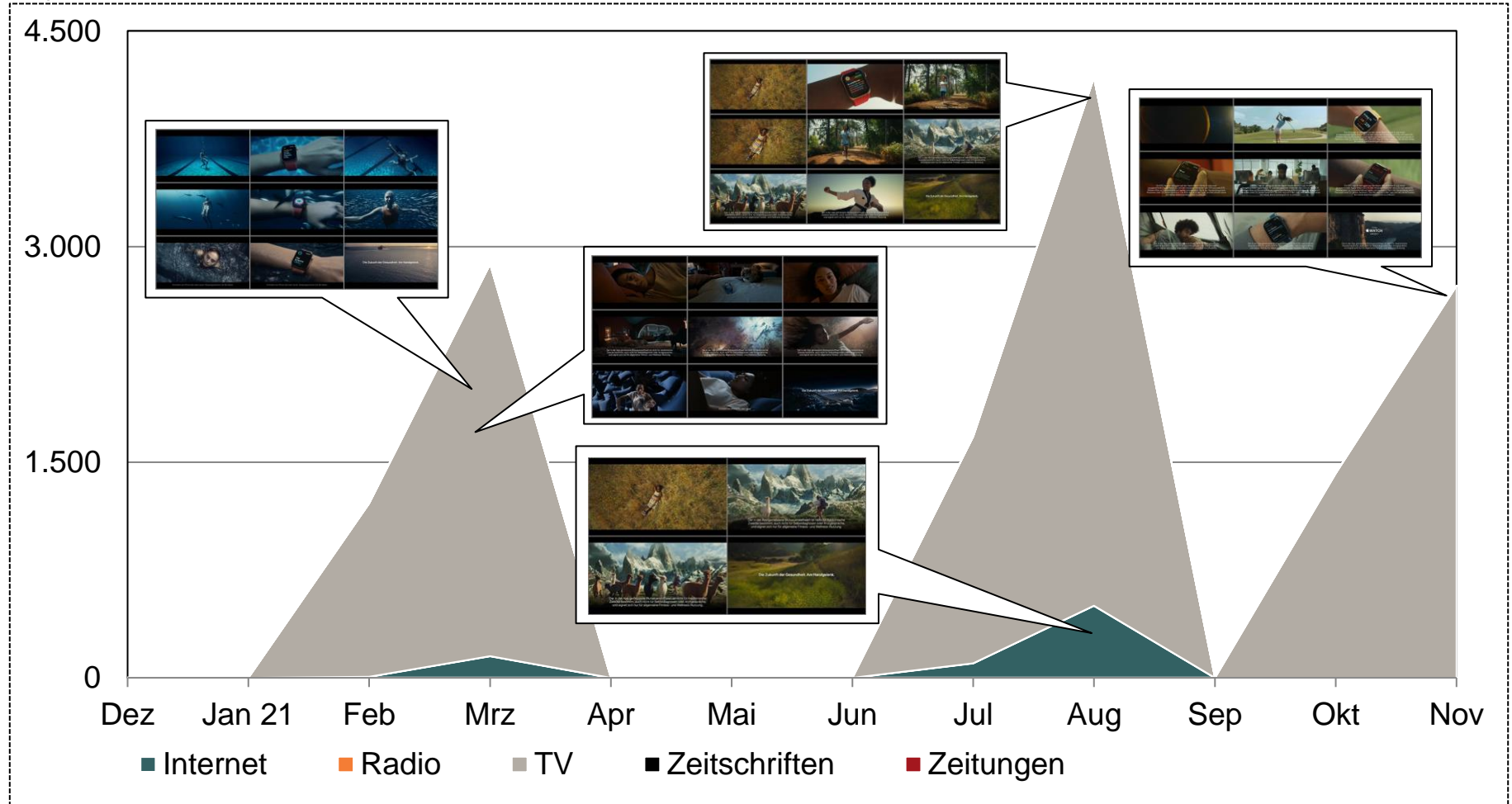
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Armbanduhren 2021

Strategien

Apple

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

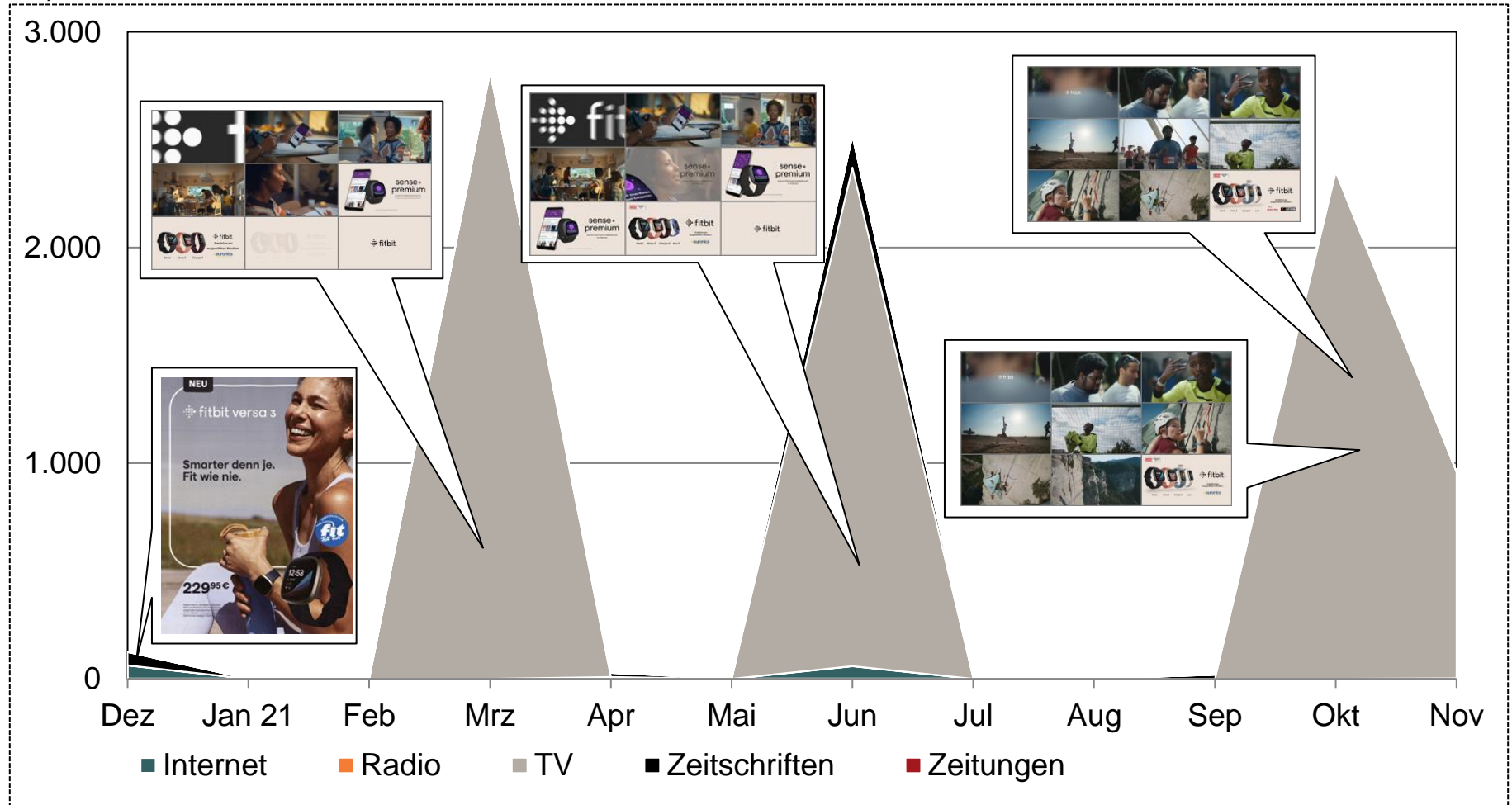


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Strategien

Fitbit

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

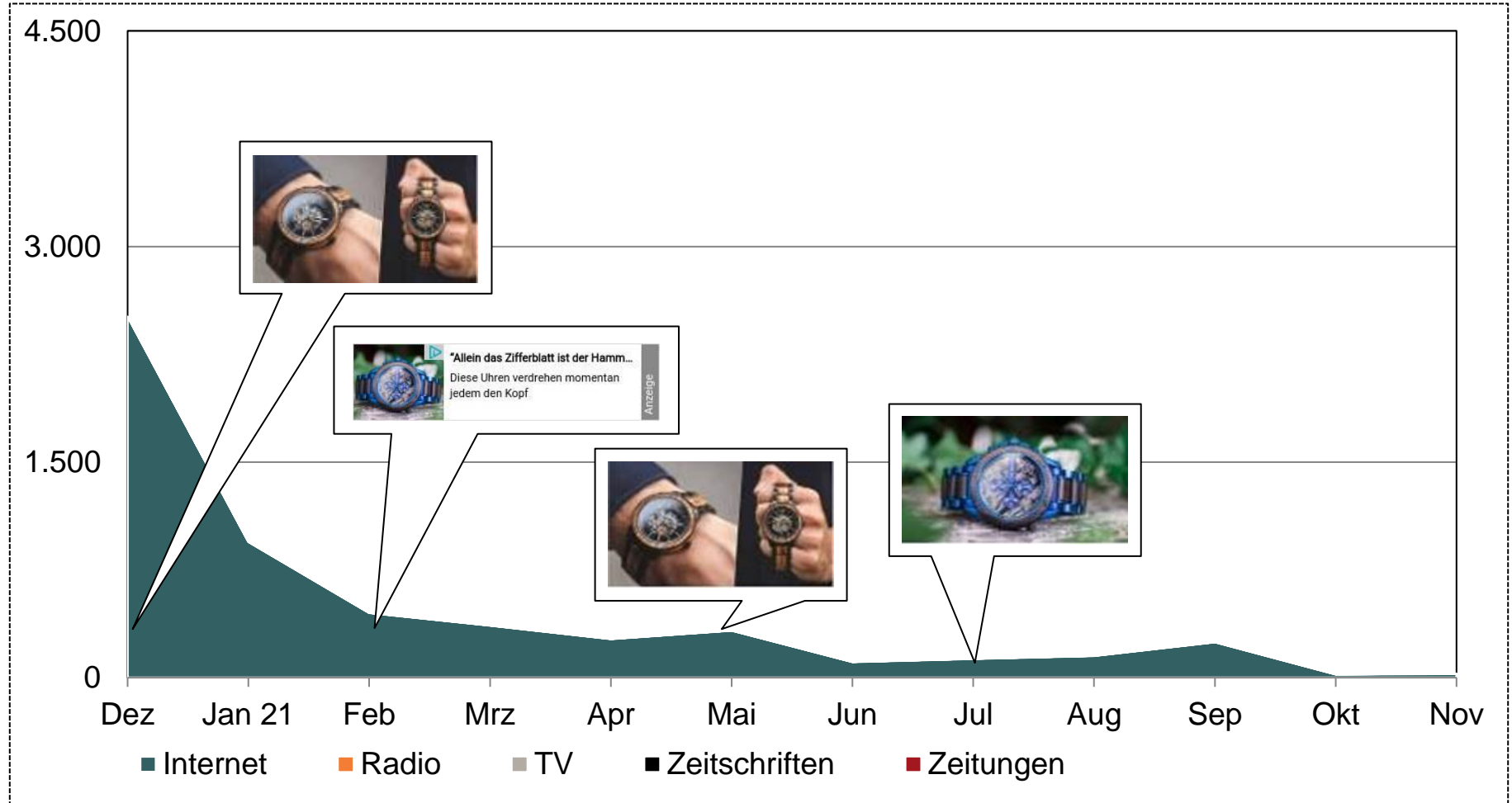


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Strategien

Holz kern

Holz kern | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)

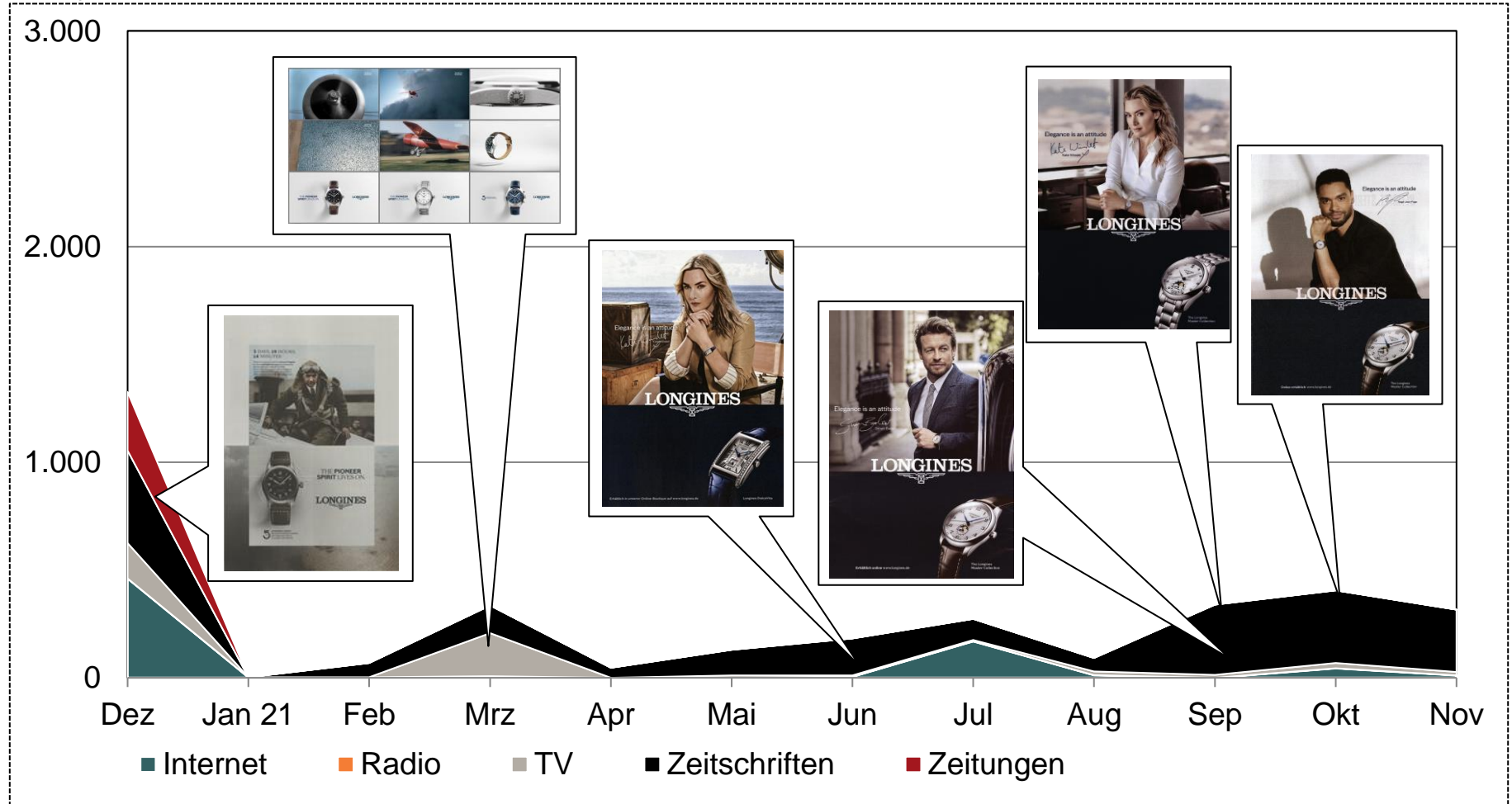


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Strategien

Longines

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

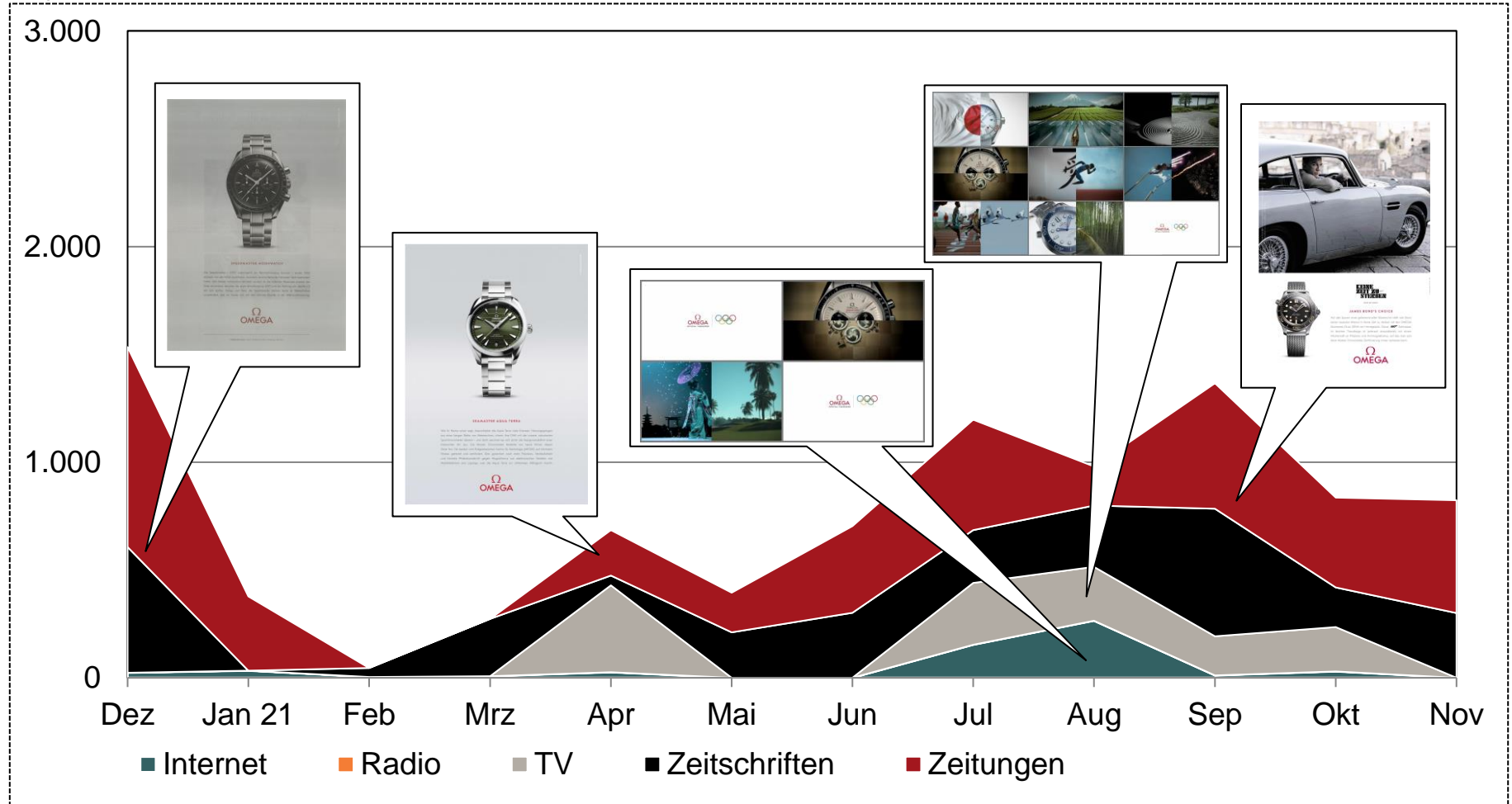


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Strategien

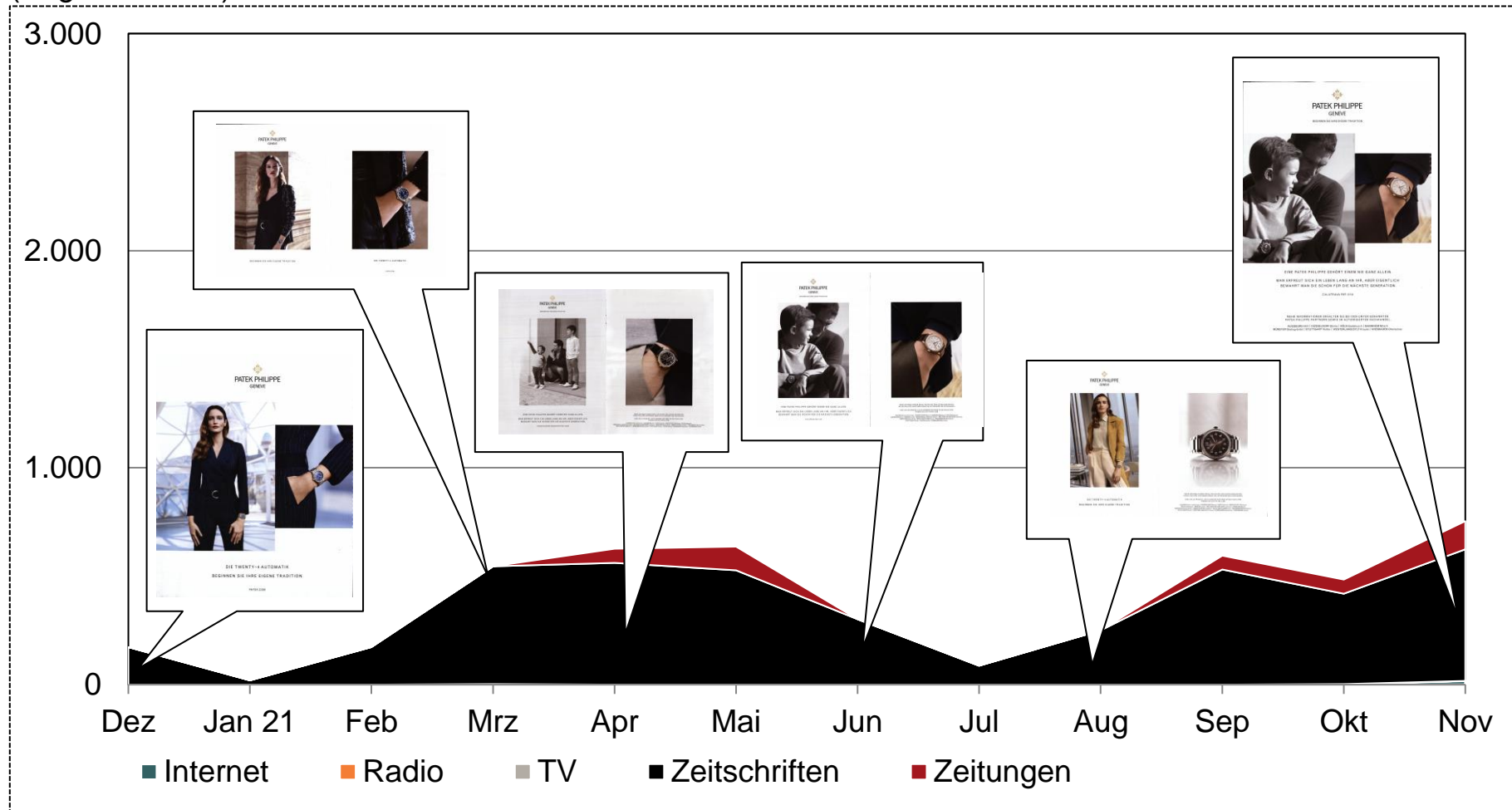
Omega

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Patek Philippe | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



research tools

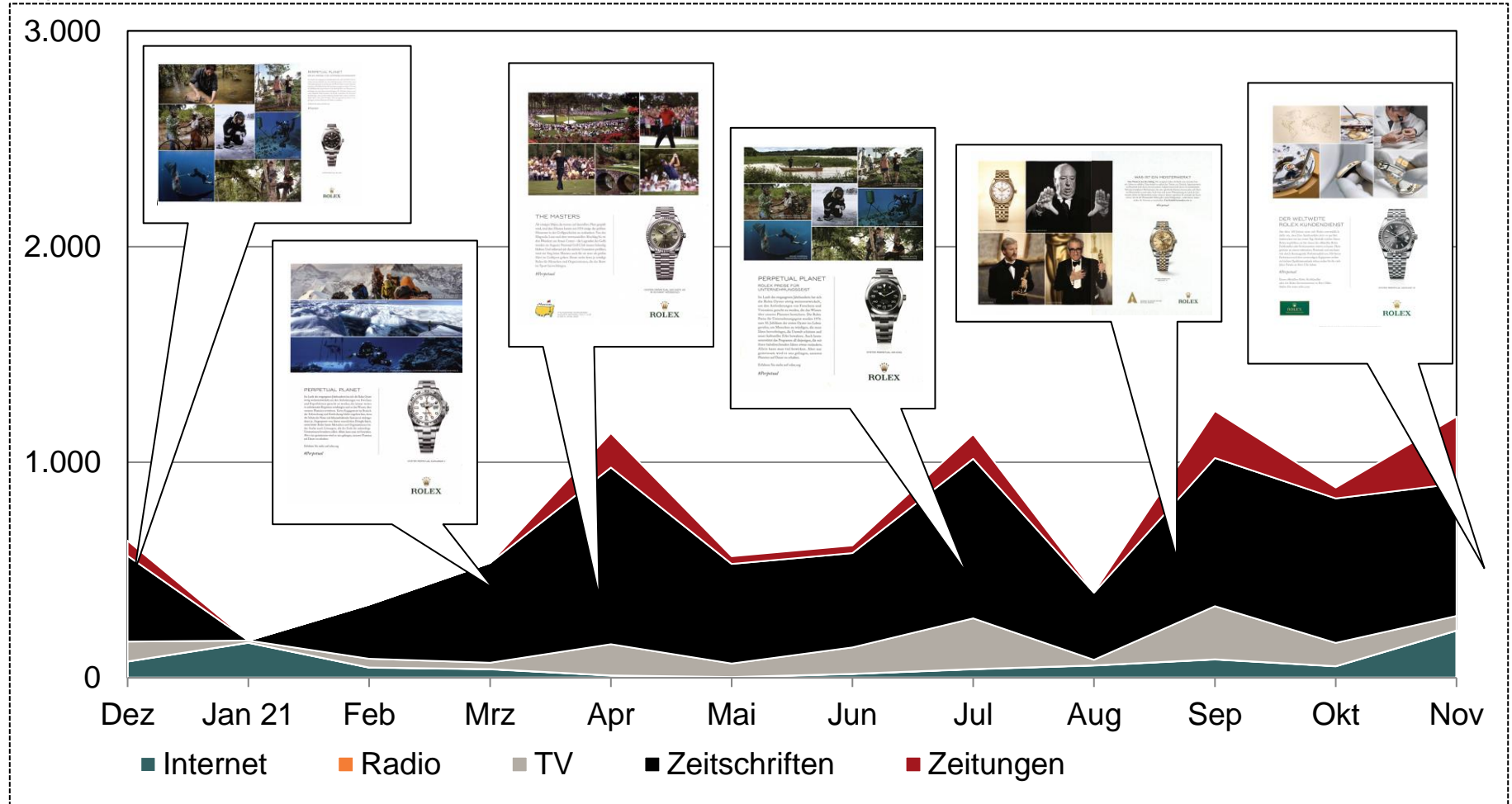
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Armbanduhren 2021

Strategien

Rolex

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

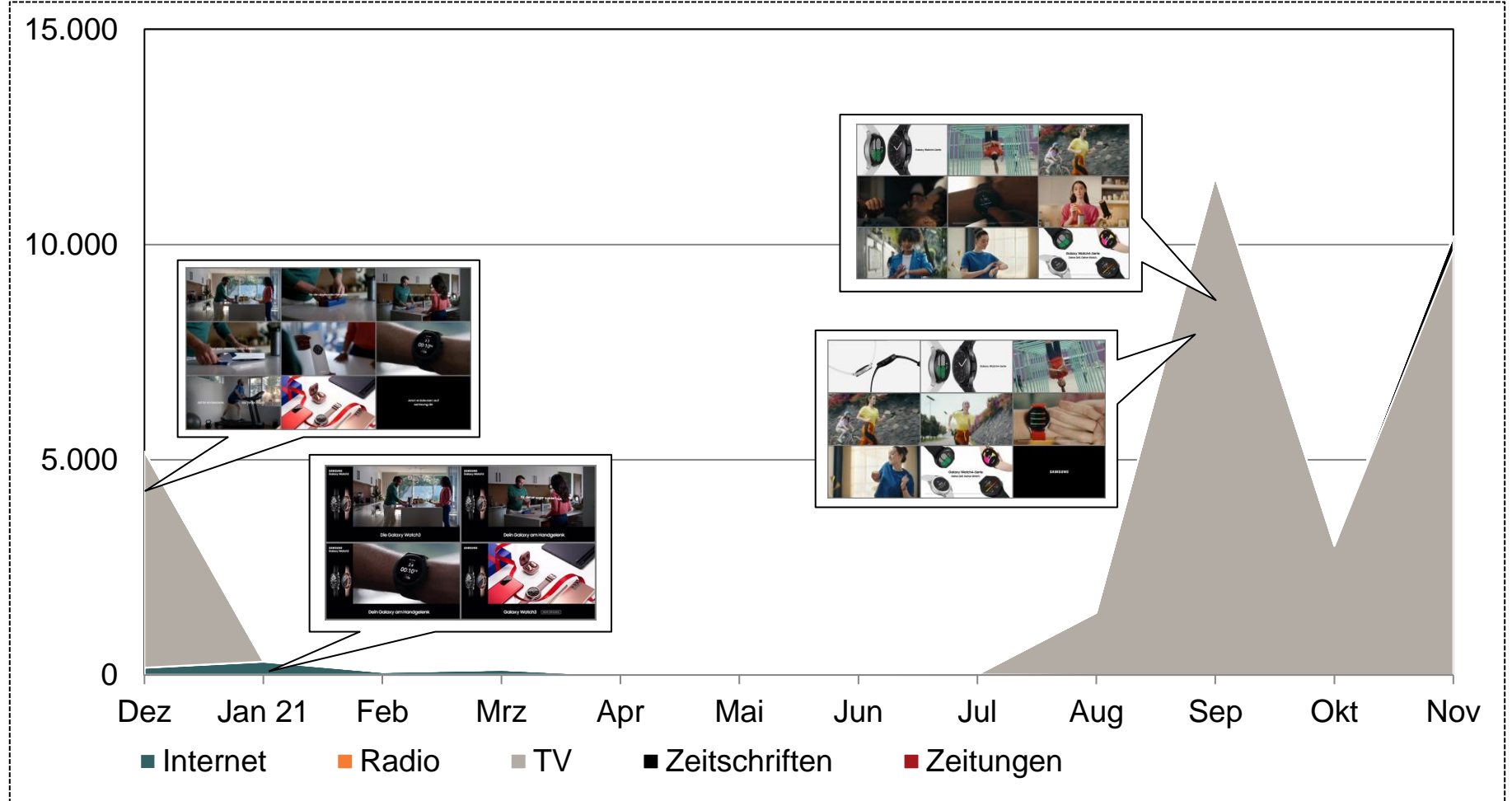


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Strategien

Samsung

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

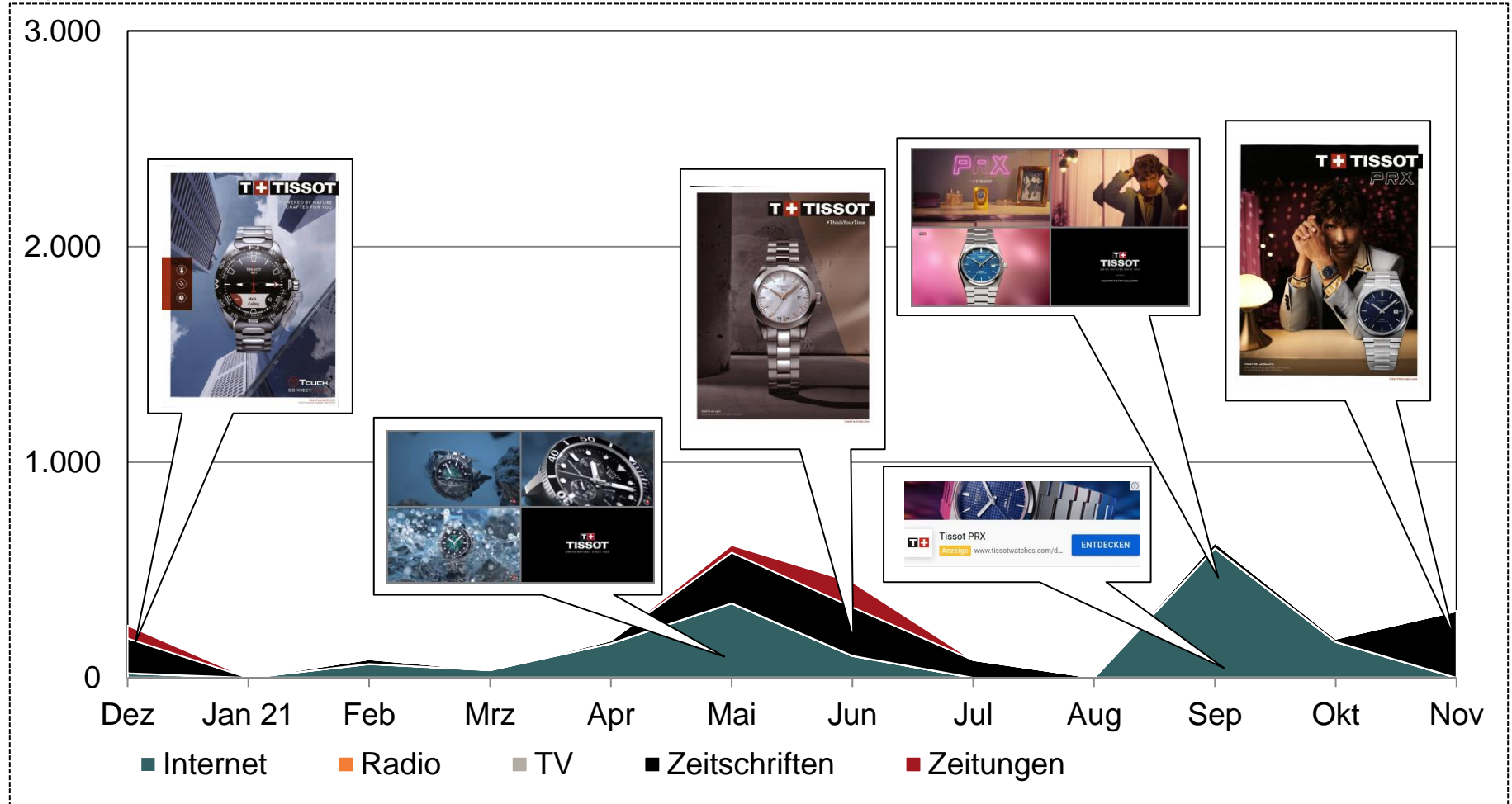


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Strategien

Tissot

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

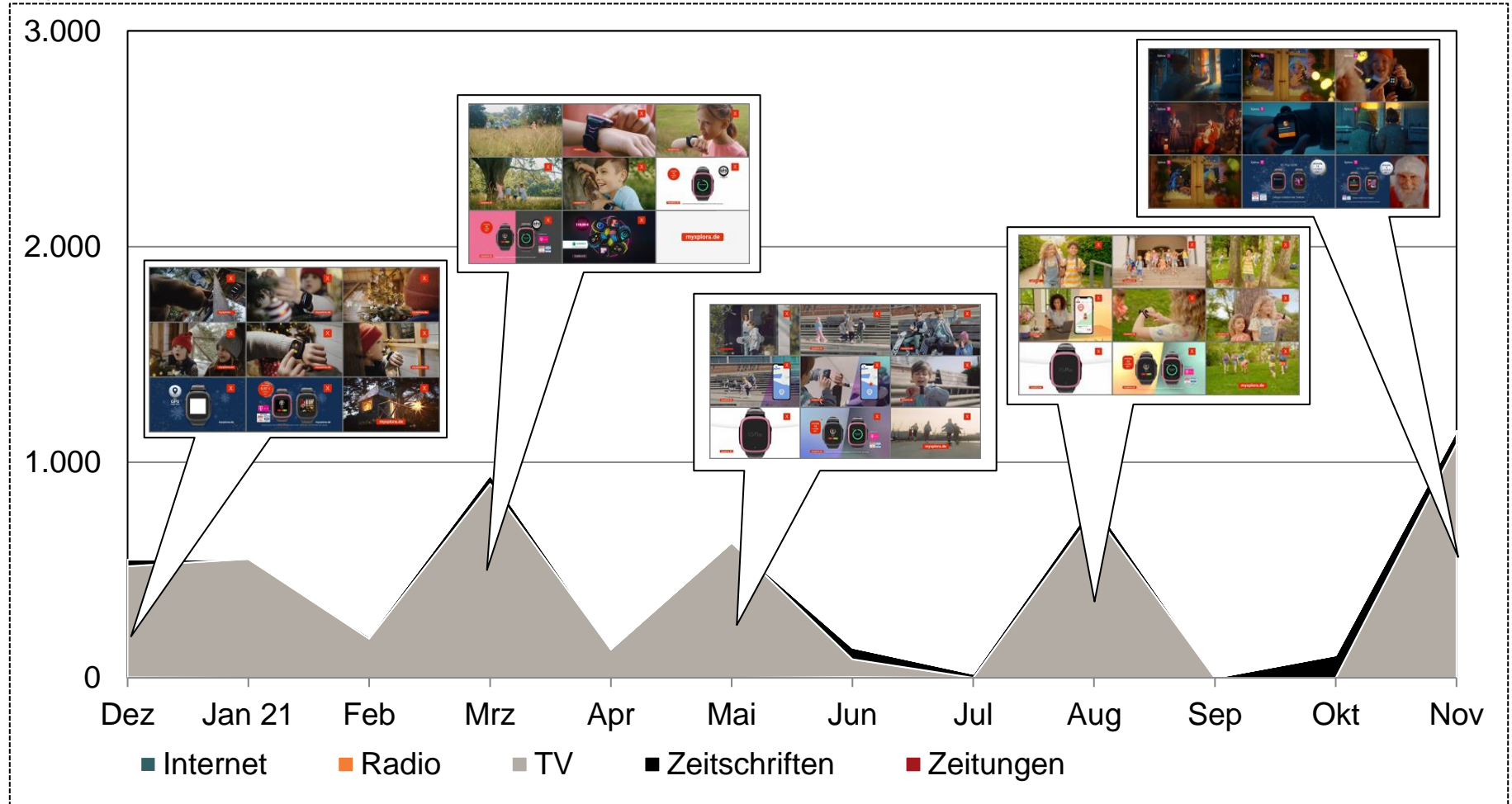


research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Armbanduhren 2021

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Share of Advertising im Jahresverlauf (Angaben als Spalten-%)

Marken	Dez. 2020	Jan. 2021	Feb. 2021	Mrz. 2021	Apr. 2021	Mai 2021	Jun. 2021	Jul. 2021	Aug. 2021	Sep. 2021	Okt. 2021	Nov. 2021
Apple	0,0	0,0	24,1	21,1	0,0	0,0	0,0	15,3	35,9	0,0	8,9	10,4
Fitbit	0,6	0,0	0,0	20,7	0,4	0,0	22,7	0,1	0,0	0,1	14,8	3,7
Holz kern	11,5	23,6	9,0	2,7	3,7	3,8	1,0	1,2	1,3	1,1	0,1	0,1
Longines	6,1	0,1	1,4	2,5	0,6	1,5	1,7	2,5	0,8	1,5	2,5	1,2
Omega	7,0	9,5	0,9	2,0	9,3	4,6	6,4	11,0	8,4	6,1	5,2	3,1
Patek Philippe	0,8	0,5	3,4	4,0	8,5	7,5	2,7	0,8	2,1	2,7	3,0	2,9
Rolex	2,9	4,3	6,7	3,9	15,4	6,6	5,5	10,3	3,4	5,6	5,5	4,6
Samsung	23,7	8,0	1,5	0,9	0,0	0,0	0,0	0,1	12,5	51,9	18,8	38,9
Tissot	1,1	0,0	1,7	0,3	2,4	7,2	4,0	0,8	0,0	2,8	1,1	1,2
Xplora	2,5	13,8	3,8	6,9	1,8	7,4	1,3	0,2	7,0	0,0	0,7	4,4

Kommunikationspositionierung

- Management Summary
- Trends
- Benchmarks
- Strategien
- Kommunikationspositionierung
- Kontakt



Kommunikationspositionierung

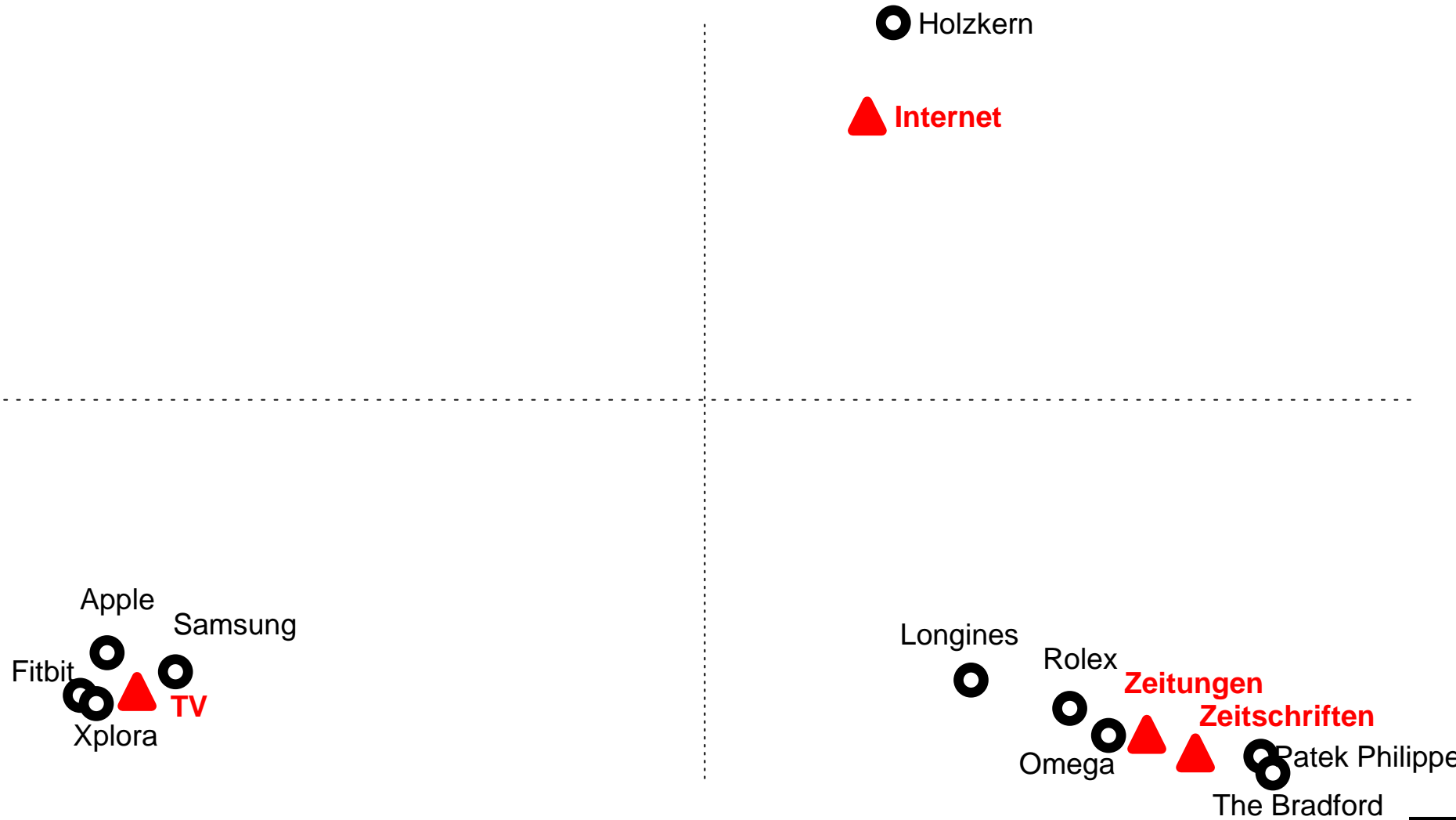
Die Kommunikationspositionierung basiert auf der statistischen Methode der Korrespondenzanalyse. In der hier vorliegenden Korrespondenzanalyse werden die Beziehungen von Marken und Mediengattungen sowie Jahreszeiten visualisiert. Die Schwerpunkte der Mediennutzung und der Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt sind damit optisch direkt erfassbar.

Die Positionierung einer Marke nahe an einer Mediengattung oder einer Jahreszeit weist auf einen relativen Fokus der Marke hin, bedeutet aber nicht notwendigerweise absolut höhere Anteile in Relation zu anderen Marken. Anbieter, die eine abseitige Position einnehmen, unterscheiden sich stark vom durchschnittlichen Kommunikations-Profil der betrachteten zehn Anbieter, wohingegen sich Anbieter mit mittiger Position nicht klar profilieren können.



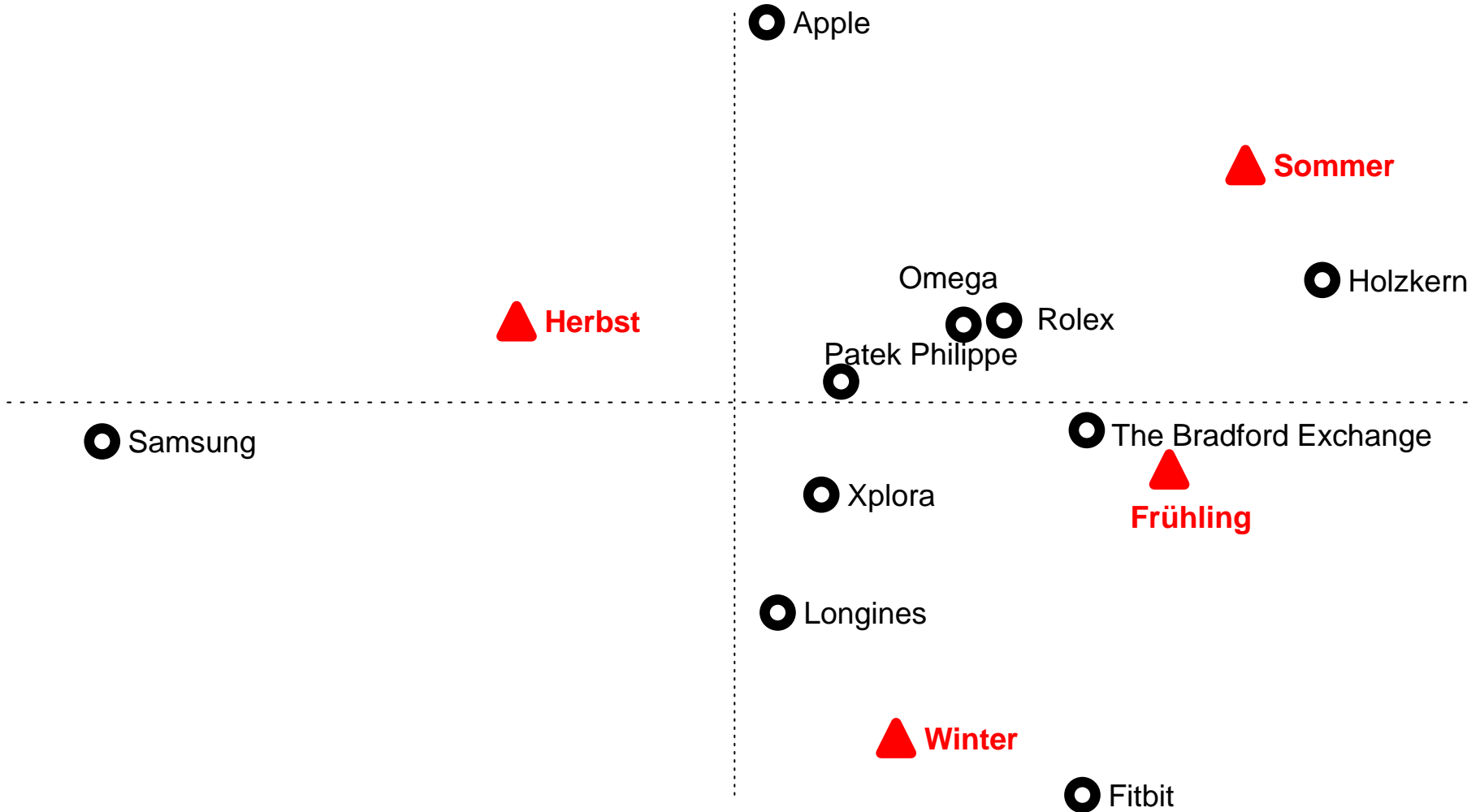
Kommunikationspositionierung

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



Kommunikationspositionierung

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



Kontakt

- Management Summary
- Forschungsdesign
- Trends
- Benchmarks
- Strategien
- Kommunikationspositionierung
- Kontakt

Ihr Ansprechpartner für diese Studie:

Uwe Matzner



Geschäftsführer
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM
Tel. +49 711 55090381, Fax +49 711 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.

Weitere Ansprechpartner:

- AdVision digital GmbH, Hamburg
Carsten Koster, Tel. +49 40-244248 - 10, E-Mail: Carsten.Koster@advision-digital.de