



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Apple mischt den Werbemarkt für Armbanduhren neu



Laut der ‚Werbemarktanalyse Armbanduhren 2015‘ beträgt das Jahreswerbevolumen 93 Millionen Euro. Finanzstarker Werbenewcomer Apple katapultiert sich mit Produktwerbung für Unisex-Digitaluhren aus dem Stand heraus an die Spitze des Werberankings.

Esslingen am Neckar, 21. Oktober 2015 – Der Werbemarkt für Armbanduhren ist breit gefächert. Hier trifft Tradition auf Moderne, Luxusmarken treffen Mode- und Sportmarken. Das gesamte Werbeausgabenvolumen beträgt innerhalb eines Jahres beachtliche 93 Millionen Euro und hat damit um neun Prozent gegenüber dem Vorjahr zugelegt. Die zehn werbestärksten Unternehmen halten am Werbevolumen einen Anteil von 53 Prozent. Das bevorzugte Werbemedium der Branche sind Zeitschriften. Der Anteil an TV-Werbung hat durch den starken Auftritt von Apple deutlich zugenommen und liegt derzeit bei 24 Prozent.

Stärkstes beworbenes Produktsegment innerhalb der Top 10 Marken sind Chronographen, Armbanduhren mit Stoppuhrfunktion für den Herrn. Das Volumen dafür hat in den vergangenen zwölf Monaten deutlich zugelegt und beträgt 31 Prozent der Gesamtausgaben. Auf Werbung für Damenuhren hingegen entfällt nur ein Anteil von 13 Prozent. Zudem geben die Produktkategorien Unisex-Digitaluhren und Solaruhren dem Werbemarkt neue Impulse. Darüber hinaus sorgt die Marke Diesel mit einem sehr starken Zuwachs der Werbeausgaben in der Produktkategorie Chronographen für Bewegung im Markt.

In der Kommunikationsstrategie zeigen die zehn werbestärksten Unternehmen unterschiedliche Schwerpunkte. Während Spitzenreiter Apple von dem höchsten Werbedruck und der Alleinstellung der innovativen Apple Watch profitiert, punktet zweitplatzierte Rolex in der Nutzenvermittlung und betont darin klar Tradition und Geschichte der Marke. Breitling und Diesel überzeugen beide mit einem durchgehenden Kommunikationsdesign und hohem Wiedererkennungswert. Das größte Potenzial der Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen liegt im Bereich Aufmerksamkeit.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Armbanduhren 2015“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben und Werbemotive im deutschen Armbanduhrenmarkt. Sie gibt auf 121 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in acht unterschiedlichen Produktmärkten. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien der Top 10 Werbungtreibenden untersucht quantitative und qualitative Parameter. Die vorliegende Werbemarktanalyse basiert auf Daten und Motiven von AdVision digital.

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner
research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 - 55090381
Fax +49 (0)711 - 55090384
uwe.matzner@research-tools.net