



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Mehr als 230 Marken werben in Deutschland für Armbanduhren



Auf Uhrenmarken aus der Schweiz entfallen 36 Prozent der Werbeausgaben in Deutschland. Die zehn werbestärksten Marken repräsentieren einen Anteil von 54 Prozent. Jeder zweite Werbebeuro fließt in Werbung für Herren-Chronographen und Smartwatches.

Esslingen am Neckar, 29. Januar 2020 – Die Anbieter von Armbanduhren präsentieren im aktuell untersuchten Werbejahr ein hohes Ausgabenniveau. Bei 96 Millionen Euro liegen die Werbespendings der mehr als 230 werbungstreibenden Marken. Die Branche zeigt sich kontinuierlich werbestark. In den letzten vier der fünf untersuchten Perioden lagen die jeweiligen Volumina stets zwischen 95 und 97 Millionen Euro.

Diese Kontinuität herrscht nur hinsichtlich des Gesamtwerbevolumens im Armbanduhrenmarkt. Sowohl in den einzelnen Teilmärkten, als auch bei den werbenden Marken zeigen sich deutliche Schwankungen. So haben sich in den beiden werbestarken Teilmärkten analoge Herren-Chronographen und Smartwatches die Werbeaktivitäten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um rund zehn Prozent verringert. Damit fließt im Beobachtungszeitraum etwa jeder zweite Werbebeuro in Werbung dieser Produktmärkte.

Im Mediensplit ist das starke Bekenntnis zur Printwerbung auffallend. Die Ausgabenanteile für Publikums- und Fachzeitschriften betragen 52 Prozent. Über fünf Perioden hat der Anteil der Internetbannerwerbung ständig zugelegt, von anfangs vier Prozent zu aktuell 17 Prozent. Die Branche bedient sich zahlreicher weltbekannter Testimonials, um der Werbebotschaft Atmosphäre und Ausdruck zu verleihen.

Über ein Drittel des gesamten Werbevolumens wird von schweizerischen Marken getragen. Die deutschen Werber liegen nach den USA auf dem dritten Rang mit einem Volumenanteil von gut zehn Millionen Euro.

Neben werbestarken Traditionsmarken wie Patek Philippe und Rolex finden sich drei Smartwatch-Marken in den Top 10 nach Werbeausgaben, allen voran die Marke Apple. Als Aufsteiger in die Riege der Topwerber machen zudem die Marken Cluse und Holzkern auf sich aufmerksam. Die zehn werbestärksten Marken repräsentieren zusammen einen Anteil von 54 Prozent am gesamten Werbevolumen. Sechs der zehn Topwerber stocken ihre Werbeausgaben im Vergleich zum Vorjahr auf.

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Armbanduhren 2020“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben der werbungstreibenden Anbieter für Armbanduhren in Deutschland. Sie gibt auf 166 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in neun Teilmärkten wie z.B. Damenuhr analog, Chronographen, Smartwatches. Neben der Entwicklung von Werbespendings für 200 Werber werden Fünf-Jahres-Trends erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungstreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-armbanduhren-2020>

Die Studienherausgeber:

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

Werbependingdaten und Werbemotive der Studie beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**, Hamburg, www.advision-digital.de

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