



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Werbemarkt Brillen & Kontaktlinsen: Augenoptiker bauen ihren bereits hohen Werbeanteil weiter aus



Das Werbevolumen für Brillen und Kontaktlinsen ist im Vergleich zum Vorjahr zurückgegangen trotz einer leichten Zunahme der Werbungtreibenden. Ein Großteil der medialen Kommunikation stemmen die Augenoptiker. TV-Werbung erreicht mit 61 Prozent einen hohen Anteil am Mediensplit.

Esslingen am Neckar, 30. März 2023 – Im Werbemarkt für Brillen und Kontaktlinsen ist das Gesamtvolumen im Vergleich zum Vorjahr um rund zehn Prozent gesunken. Gleichzeitig hat die Anzahl Werbungtreibender zugenommen. Konkret liegen damit die Spendings innerhalb von zwölf Monaten bei 122 Millionen Euro mit durchschnittlich 234 werbenden Marken pro Monat.

Ein Großteil der medialen Kommunikation entfällt auf die Anbietergruppe der Augenoptiker. In den fünf Analysezeiträumen hat deren Werbeanteil von 80 auf aktuell 92 Prozent zugenommen. Der hohe Volumenanteil der Optiker spiegelt sich ebenfalls in den Top 10-Werbungtreibenden wider. Acht der zehn Topwerber sind Augenoptik-Filialisten. An der Spitze des Werberankings stehen Apollo-Optik, Fielmann und Mister Spex, zusammen repräsentieren sie einen Anteil von beachtlichen 74 Prozent am Gesamtvolumen. Neben den Optikern bewerben Herstellermarken mit einem Volumen von knapp zehn Millionen Euro ihre Brillen, Fassungen und Gläser. In dieser Anbietergruppe liegen Varilux und Zeiss vorn. Die Werbeaktivitäten für Kontaktlinsen sind innerhalb der letzten fünf Jahre stetig zurückgegangen, sie liegen aktuell im mittleren sechsstelligen Bereich.

Brillenwerbung läuft über das ganze Jahr hinweg, Spitzenzeiten fallen meist auf Frühjahr und Herbst. Die Anzahl Werbungtreibender ist innerhalb der vergangenen 60 Monate nie unter 160 gefallen, seit Herbst 2021 überschritten die Maximalwerte mehrmals die Marke von 260 werbenden Marken pro Monat. TV ist wie bereits im Vorjahr das dominierende Werbemedium der Branche, aktuell mit einem Ausgabenanteil von 61 Prozent. Jeder fünfte Werbeeuro fließt in Printmedien.

Über die Studie:

Die ‚Werbemarktanalyse Brillen und Kontaktlinsen 2023‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Brillen und Kontaktlinsen in Deutschland. Sie gibt auf 107 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 250 Marken auf. Für zehn Top-Marken visualisiert neben einer zeitlichen Werbedruckverteilung nach Mediengattungen eine statistische Kommunikationspositionierung auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit die Allokation der Budgets.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-brillen-und-kontaktlinsen-2023>

Der Studienherausgeber:

Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.

www.research-tools.net

www.linkedin.com/company/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