

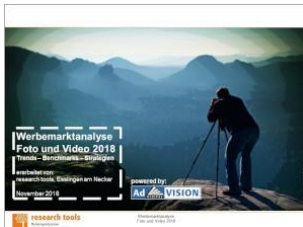


# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Werbemarkt Foto & Video: Herstellermarken kürzen drastisch



**Der Werbemarkt für Foto-, Videokameras und Zubehör erlebt einen herben Einbruch. Die Werbeausgaben sind um mehr als 50 Prozent zurückgegangen.**

*Esslingen am Neckar, 22. November 2018* – Die Werbeausgaben für Foto-, Videokameras und Zubehör erreichen einen Tiefstand.

Nach einem volumenstarken vorhergehenden Werbejahr rutschen im aktuell untersuchten zwölf-Monats-Zeitraum die Werbeausgaben mit rund 22 Millionen Euro auf ein Fünf-Jahres-Tief. Beinahe alle Teilmärkte verzeichnen Rückgänge zwischen 26 und 92 Prozent. Der stärkste absolute Rückgang liegt im Teilmarkt Digital-Fotokameras mit knapp zehn Millionen Euro. Relativ stabil oszilliert das mediale Ausgabenvolumen für Zubehör zwischen 4,7 und 6,4 Millionen Euro.

Verantwortlich für den herben Einbruch sind die Herstellermarken, die ihre Werbeausgaben um mehr als 25 Millionen Euro gekürzt haben. Gleichzeitig ist damit der Anteil der hochpreisigen TV-Werbung von 59 auf 38 Prozent gefallen. Der Handel kommuniziert medial relativ konstant mit rund zwei Millionen Euro und schaltet die Werbung bevorzugt im Printmedium Zeitschriften.

Drei der vier Topwerber haben ihre Werbeausgaben stark gekürzt. Zudem hat GoPro die mediale Kommunikation für seine Action-Cams innerhalb von zwei Jahren deutlich zurückgefahren. Bemerkenswert ist jedoch, dass trotz des rückläufigen Branchenvolumens die Hälfte der zehn Topwerber ihre Werbeausgaben aufgestockt hat, darunter mit dem stärksten Zuwachs Fujifilm.

#### **Über die Studie:**

Die „Werbemarktanalyse Foto und Video 2018“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Foto-, Videokameras und Zubehör in Deutschland. Sie gibt auf 149 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in sechs Teilmärkten. Neben der Entwicklung von Werbespendings für 80 Werber werden Fünf-Jahres-Trends erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-foto-und-video-2018/>

#### **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](http://www.research-tools.net)

Werbespendingdaten und Werbemotive der Studie beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**, Hamburg, [www.advision-digital.de](http://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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)