



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Immer mehr Werbungtreibende im Optikmarkt



Das Werbevolumen für Brillen und andere Sehhilfen hat im Vorjahresvergleich um knapp 20 Prozent zugenommen. Geschuldet ist dies hauptsächlich der stark angestiegenen Kontaktlinsenwerbung. Die durchschnittliche Anzahl werbender Marken pro Monat ist innerhalb von fünf Jahren kontinuierlich von 28 auf 78 gestiegen.

Esslingen am Neckar, 20. Juli 2017 – Brillenfassungen, Brillengläser und Sonnenbrillen sind neben dem Aufsteigermarkt Kontaktlinsen die Top-Werbethemen rund um den Werbemarkt Optik. Von acht Produktmärkten verzeichnet im Vorjahresvergleich der Teilmarkt Kontaktlinsen den höchsten Zuwachs mit mehr als acht Millionen Euro. Insgesamt haben die werbungtreibenden Anbieter für die mediale Kommunikation knapp 27 Millionen Euro innerhalb von zwölf Monaten ausgegeben. Im Durchschnitt werben pro Monat 78 Unternehmen, in werbestarken Monaten steigt die Anzahl auf über 100. Bevorzugte Medien sind über alle Produktmärkte hinweg TV und Zeitschriften.

Über 200 Anbieter bewerben innerhalb von zwölf Monaten Brillen und andere Sehhilfen, davon vier Marken mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro. Trotz der hohen Anzahl Werbungtreibender ist die Werbekonzentration in der Branche beträchtlich. Die drei Top-Werber Dailies, LinsenQuelle und Varilux repräsentieren 51 Prozent des gesamten Werbevolumens. Im Gesamtmarkt ist das reale durchschnittliche Werbeausgabenvolumen des einzelnen Anbieters innerhalb von fünf Jahren um 16 Prozent gesunken. Es liegt nun bei knapp 350 Tausend Euro pro Jahr.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Optik 2017“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Brillen und andere Sehhilfen in Deutschland. Sie gibt auf 143 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in acht Teilmärkten, darunter Brillenfassung, Brillengläser, Kontaktlinsen, Sonnenbrillen. Für die 200 werbestärksten Marken werden die Ausgaben der medialen Kommunikation im Fünf-Jahres-Verlauf gezeigt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Marken untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive. 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