



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Werbung für Sammelobjekte: Münzwerbung weiter im Aufwind



Das Werbevolumen für Sammelobjekte wie Miniaturmodelle, Münzen oder Sammelkarten ist im Vorjahresvergleich um zehn Prozent zurückgegangen. Münzwerbung dominiert die Branche und verzeichnet Zuwachsraten im zuletzt abnehmenden Werbemarkt.

Esslingen am Neckar, 15. Mai 2017 – Die Werbeaktivitäten der Anbieter von Sammelobjekten sind im Vergleich zum Vorjahr um zehn Prozent gesunken und liegen aktuell bei etwa 42 Millionen Euro. Im Vorjahr wurde die Werbespitze bei 47 Millionen Euro gemessen, in den Jahren zuvor lagen die Werbeaktivitäten noch jeweils unter der 20 Millionen Euro-Marke.

Der Produktmarkt Münzen ist mit einem Anteil von zwei Drittel vom Gesamtvolumen der volumenstärkste. In diesem Teilmarkt sorgen die Anbieter mit zunehmenden Werbeaktivitäten für eine Volumenausweitung um 15 Prozent. Rückläufig um jeweils mehr als 60 Prozent sind hingegen die Werbevolumina in den Produktmärkten Miniaturmodelle und Sticker/Album. Ebenso geht das Werbevolumen für Briefmarken zurück. Es liegt nun unterhalb der Millionengrenze. In acht der zehn analysierten Teilmärkte bevorzugen die Anbieter TV- und/oder Zeitschriftenwerbung. In den Teilmärkten Münzen und Briefmarken sorgen ergänzend Internetbanner und Werbung in Zeitungen für eine breitere Mediennutzung.

Im Produktmarkt Münzen zeigt sich eine sehr hohe Werberkonzentration. Auf die drei Topwerber Bayerisches Münzkontor, Deutsche Goldmünzen-Gesellschaft und MDM entfallen über 90 Prozent des Werbevolumens dieses Teilmarkts. Werbestark zeigen sich in weiteren Produktmärkten Editions Atlas für Miniaturmodelle, Panini für Sticker/Album und Topps für Sammelkarten.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Sammelobjekte 2017“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Sammelobjekte in Deutschland. Sie gibt auf 123 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in zehn Teilmärkten, darunter Kartenspiele, Miniaturmodelle, Münzen und Sticker/Album. Für die 50 werbestärksten Anbieter werden die Ausgaben der medialen Kommunikation im Fünf-Jahres-Verlauf gezeigt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Anbieter 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