



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Werbemarkt Sammelobjekte: vier der zehn Topwerber trotz dem Abwärtstrend



Das Werbevolumen für Sammelobjekte wie Briefmarken, Hefte, Kartenspiele oder Münzen ist rückläufig. Die größte werbende Anbietergruppe sind Münzhändler.

Esslingen am Neckar, 12. Juni 2019 – Die werbungstreibenden Anbieter von Sammelobjekten haben innerhalb eines Jahres insgesamt rund 26 Millionen Euro für Werbeschaltungen

ausgegeben. Die Ausgaben sind im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um elf Prozent gesunken und setzen damit den rückläufigen Trend der beiden Vorjahre fort. Die Teilmärkte Briefmarken, Figuren, Hefte, Kartenspiele und Miniaturmodelle verfügen jeweils über Anteile zwischen fünf und acht Prozent am Gesamtvolumen. Annähernd die Hälfte der medialen Aktivitäten fokussieren Münzen. Hier zeigen sich die zurückgehenden Werbevolumina besonders deutlich: rund zehn Millionen Euro betragen in der Summe die Kürzungen innerhalb von drei Jahren.

Zeitschriften und Zeitungen transportieren fast die Hälfte der medialen Kommunikation. Die übrigen Werbemaßnahmen verteilen sich auf Internetbanner- und TV-Werbung. Die Anzahl der monatlich werbenden Marken bleibt über die Jahre relativ konstant mit durchschnittlich 19 bis 22 Anbietern. Den größten Anteil der Werbeausgaben stemmt der Münzhandel. Verlage sind mit rund 30 Prozent beteiligt.

Die Anbieter DeAgostini und der BTN Versandhandel verzeichnen beide deutliche Volumenzuwächsen und trotzen damit dem Abwärtstrend. Zusammen mit der MDM und eaglemoss bilden Sie die Riege der Topwerber. In der Gesamtbranche werben insgesamt neun Anbieter mit einem Volumen von über einer Million Euro, vier davon mit wachsenden Volumina.

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Sammelobjekte 2019“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben der werbungstreibenden Anbieter von Sammelobjekten in Deutschland. Sie gibt auf 142 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in zehn Teilmärkten. Neben der Entwicklung von Werbespendings für 50 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-sammelobjekte-2019>

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

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

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