



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Werbemarkt für Sammelobjekte boomt



**In der Branche für Sammelobjekte fließt fast jeder zweite Werbeeuro in die Produktwerbung von Münzen. Auffällig ist eine Zunahme der Briefmarkenwerbung.**

*Esslingen am Neckar, 18. Juni 2021* – Der Werbemarkt für Sammelobjekte boomt. So hat sowohl die Anzahl werbender Anbieter im Vergleich zu den Vorjahren zugenommen, als auch das Werbevolumen. Letztgenanntes liegt damit bei rund 45 Millionen Euro innerhalb von zwölf Monaten bei durchschnittlich 52 werbenden Anbietern pro Monat.

Der Produktmarkt Münzen ist der volumenstärkste und weist einen Anteil von 48 Prozent am Gesamtwerbevolumen auf. Besonders auffällig zeigt sich der Produktmarkt Briefmarken, der mit einem Volumen von rund sieben Millionen Euro den höchsten Wert innerhalb der letzten fünf Jahre verzeichnet. Auf Platz drei nach Werbevolumen rangiert der Teilmarkt der Miniaturmodelle, wo die Anbieter rund sechs Millionen Euro in die mediale Kommunikation investieren. Andere Teilmärkte wie Figuren, Kartenspiele, Sticker & Alben verfügen über Anteile von vier bis acht Prozent. Die Branche nutzt hauptsächlich die Mediengattungen Internet und Zeitschriften zur Verbreitung der Werbebotschaft. Der Anteil an TV- und Zeitungswerbung liegt zusammen bei 31 Prozent.

Über das ganze Jahr verteilt werben in der Branche rund 140 Anbieter von Sammelobjekten. Elf werbestarke Marken haben innerhalb von zwölf Monaten mehr als eine Million Euro in die mediale Kommunikation investiert, davon verbuchen zehn Marken steigende Spendings im Vergleich zum Vorjahr. Aufsteiger nach Werbevolumina sind unter anderem Bayerisches Münzkontor und der Anbieter Primus.

#### **Über die Studie:**

Die „Werbemarktanalyse Sammelobjekte 2021“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Sammelobjekte in Deutschland. Sie gibt auf 79 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks & Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 130 Marken auf. Eine Analyse des Mediensplits zeigt die Werbeausgabenentwicklung differenziert nach Medien.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-sammelobjekte-2021>

#### **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)

Werbependingdaten 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)