



## Pressemitteilung

### Werbemarkt Schuhe: Sneaker, Schnür- und Halbschuhe stehen im medialen Fokus



**Sneaker, Schnür- und Halbschuhe stehen im Fokus der medialen Kommunikation im Schuh-Werbemarkt. Etwa die Hälfte der über 500 Werbungtreibenden investiert mehr als 10.000 Euro in Werbeschaltungen übers Jahr. Die Werbebepeaks fallen auf Frühjahr und Herbst.**

*Esslingen am Neckar, 22. Februar 2023* – Mehr als 185 Millionen Euro haben die werbungtreibenden Anbieter von Schuhen innerhalb eines Jahres in ihre mediale Kommunikation investiert. Herstellermarken stemmen den Löwenanteil der Produktwerbung, auf den Handel entfällt knapp ein Drittel des Gesamtvolumens. Unter den beworbenen Teilmärkten stehen Sneaker, Schnür- und Halbschuhe im medialen Fokus. 31 Prozent des gesamten Werbevolumens entfallen auf diesen Produktmarkt. An zweiter Stelle nach Ausgaben stehen Arbeits- und Sicherheitsschuhe noch vor Sport- und Turnschuhen.

In den insgesamt 13 analysierten Teilmärkten herrschen recht unterschiedliche Konzentrationen. Im Produktmarkt Kinderschuhe ist sie vergleichsweise gering. Hier entfallen 49 Prozent der Werbeausgaben auf die drei ausgabenstärksten Marken dieser Kategorie. Bei Sport- und Turnschuhen repräsentieren drei Marken ganze 74 Prozent der Werbeausgaben dieses Teilmarkts. Bei Businessschuhen liegt sie am höchsten: hier verzeichnen die Top 3-Marken einen Anteil von 98 Prozent.

Betrachtet man im Gesamtmarkt die Verteilung der Werbeaktivitäten übers Jahr, so zeigen sich klare Peaks im Frühjahr und Herbst. Im Winter und Sommer fallen sowohl die Spendings, als auch die Anzahl Werbungtreibender deutlich ab. Unter den Mediengattungen zählen Internet und TV zu den präferierten Werbemedien der Branche. Über drei Viertel des Werbevolumens entfallen darauf. Alle zehn Topwerber setzen auf Internetwerbung, sieben davon setzen daneben TV-Spots ein.

Erwartungsgemäß findet sich in der Branche eine hohe Anzahl Werbungtreibender. Auf über 500 summiert sich deren Zahl, rund die Hälfte davon investiert mehr als 10.000 Euro pro Jahr in Werbeschaltungen. Die Marken Deichmann, Giesswein und Skechers Footwear stellen das Topwerber-Trio mit einem Anteil von 47 Prozent am Gesamtvolumen. Innerhalb der Top 50 des Volumenrankings finden sich mit Airfloppy und Bullboys gleich zwei Marken, die im jüngsten der fünf betrachteten Jahreszeiträume erstmals werben.

#### Über die Studie:

Die ‚Werbemarktanalyse Schuhe 2023‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Schuhe in Deutschland. Sie gibt auf 104 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 200 Anbieter auf. Eine Analyse des Mediensplits zeigt die Werbeausgabenentwicklung differenziert nach Medien.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-schuhe-2023>

**Der Studienherausgeber:**

Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.

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

[www.linkedin.com/company/research-tools-net](http://www.linkedin.com/company/research-tools-net)

Werbependingdaten 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)