

++ Acuvue +++ Apollo-Optik +++ Augenopt. Findeisen +++ brillen.de +++ Eyes+More +++ Fielmann +++ KIND  
+++ Mister Spex +++ Optiker Bode +++ William Painter+++ u. weit. 290 Anbiet. m. quantitat. 5-Jahres-Trends

Studiensteckbrief


# Werbemarktanalyse Brillen und Kontaktlinsen 2021

Werbeausgaben für 300 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

März 2021

powered by: 



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse  
Brillen und Kontaktlinsen 2021

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

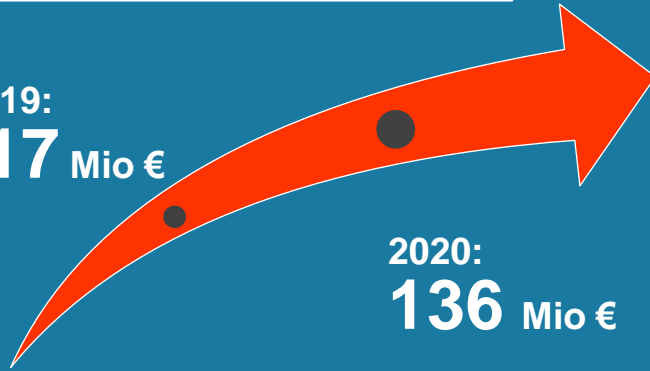
- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Anbieter von Brillen und Kontaktlinsen innerhalb eines Jahres rund 136 Millionen Euro ausgegeben.
- Das Werbevolumen ist innerhalb von zwölf Monaten um mehr als 16% gestiegen.
- Im volumenstärksten Teilmarkt Optiker haben die Werbeausgaben im Vorjahresvergleich überproportional stark zugenommen.
- Im Durchschnitt werben 209 Marken pro Monat für ihre Produkte. Zuletzt ist die durchschnittliche Anzahl Werbungtreibender stagniert.
- TV ist das Top-Werbemedium. Internetbanner-Werber Nummer eins ist brillen.de.
- Neun Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro innerhalb der letzten zwölf Monate.
- Die Werbekonzentration fällt mit 71% Anteil der Top 3-Marken in der Branche trotz der Vielzahl werbender Marken sehr hoch aus.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Werbevolumen Brillen und Kontaktlinsen

2019:  
**117** Mio €



2020:  
**136** Mio €

### Mediensplit



Internetbanner-Werber Nr. 1:  
**brillen.de**

### 8 Produktmärkte



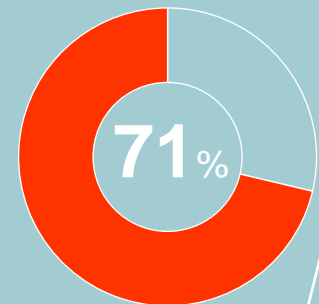
Top-Volumenmarkt:  
**Optiker**

Top-Aufsteigermarkt:  
**Brillen**

### Werbekonzentration



**Apollo-Optik  
brillen.de  
Fielmann**



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

**300 Anbieter von Brillen und Kontaktlinsen**  
mit den höchsten Spendings

Werbeausgaben für fünf Jahre in der **quantitativen Analyse**

in **8 Teilmärkten**, darunter Brillen,  
Brillenfassungen, Brillengläser, Kontaktlinsen, Optiker

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**  
auf 90 PowerPoint-Seiten

als PDF und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

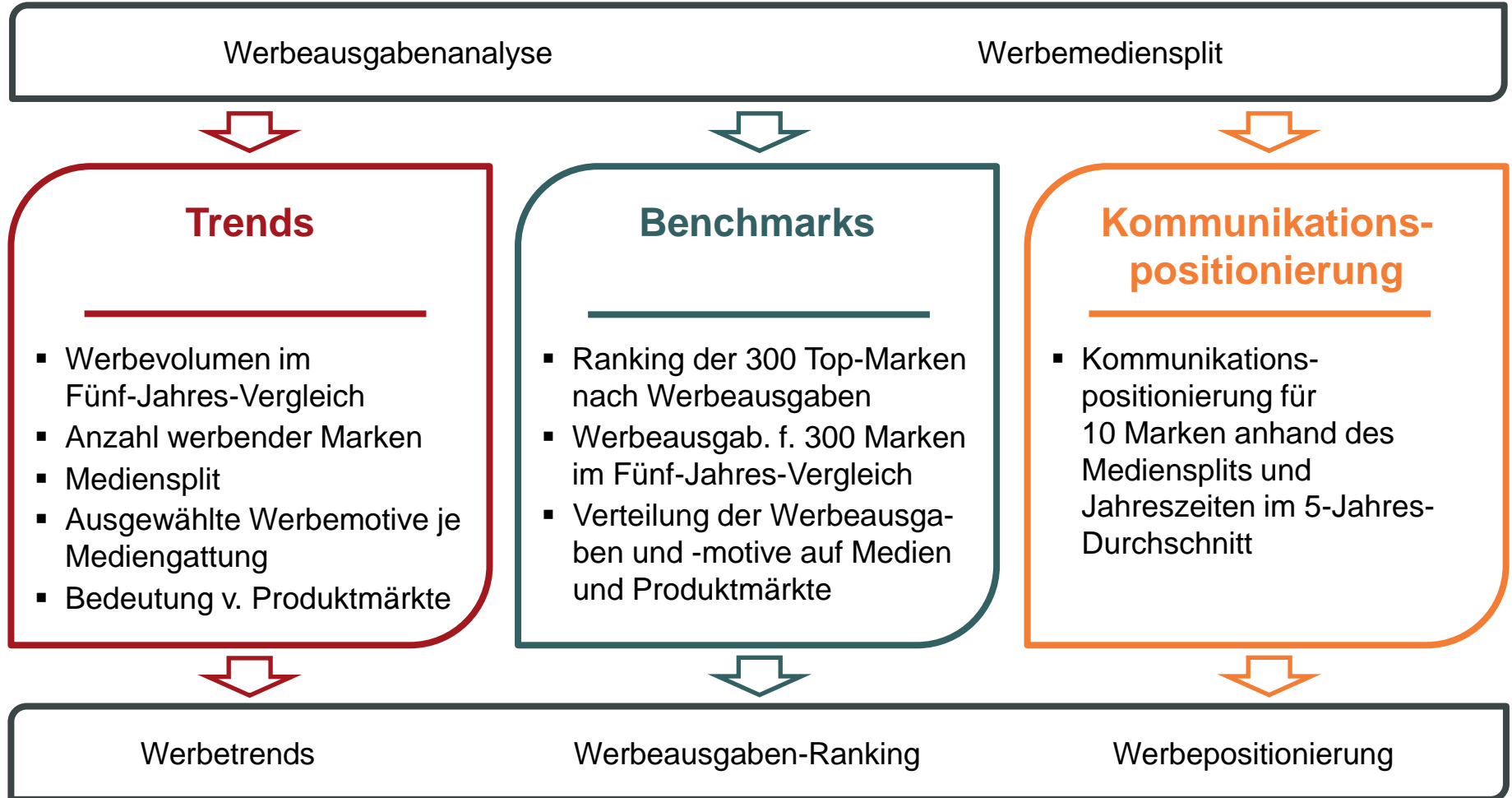
**Nutzen:** Analyse von Trends und Benchmarks ermöglichen  
einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

## Im Detail analysierte Marken:

- Acuvue
- Apollo-Optik
- Augenopt. Findeisen
- brillen.de
- Eyes + More
- Fielmann
- KIND
- Mister Spex
- Optiker Bode
- William Painter
- + Spendings für  
290 weitere Marken

# Informationen zur Studie

## Konzeption:



# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten?
- wie viele Marken werben im Fünf-Jahres-Vergleich?
- welche Entwicklungen sind in den Produktmärkten zu erkennen?
- über welche Medien kommuniziert die Branche?
- welches Werbemedium hat im Vorjahresvergleich an Bedeutung gewonnen?
- wie verteilen die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?
- welchen Werbedruck entfalten die Top-Marken?
- welches sind die werbeintensivsten und -dynamischsten Marken?
- in welchen Mediengattungen werben die Top-Marken?
- wie positionieren sich die Marken im Mediensplit?

**Die Studie in Zahlen:**

- Werbevolumen von 300 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in acht Produktmärkten
- Werbespendings für sechs Mediengattungen
- Positionierungsanalyse auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten

## Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Out-of-Home, Internet-Bannerwerbung, Radio, Zeitschriften und Zeitungen. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**.

**Preis der Studie:** Die 90 Seiten umfassende Studie kostet **1.600 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	8
➤ Trends	13
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	16
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich	21
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2020	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	28
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	



# Inhaltsverzeichnis

➤	<b>Benchmarks</b>	<b>36</b>
	▪ <b>Werbeausgaben-Rankings</b>	<b>39</b>
	Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Top 300-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
	▪ <b>Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich</b>	<b>75</b>
	Entwicklung der jährlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich, Entwicklung der monatlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im 5-Jahres-Vergleich	
	▪ <b>Verteilung der Werbeausgaben/-Motive in den letzten zwölf Monaten</b>	<b>82</b>
	Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken nach Produktmärkten in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤	<b>Kommunikationspositionierung</b>	<b>85</b>
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	<b>Kontakt</b>	<b>89</b>





# Analysebeispiele (1)

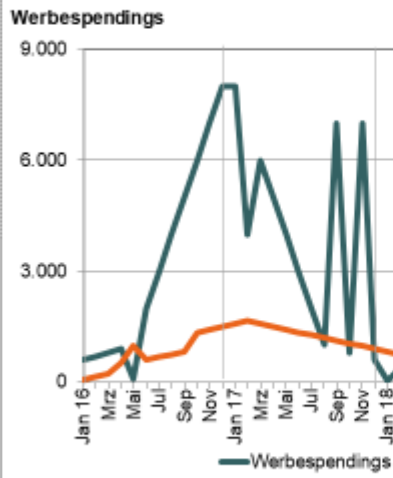
## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

**Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?**

### Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (Angaben in T€) und Anzahl der Werbungtreibenden



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische Internetbanner Beispiele und Nutzenargumente 2020



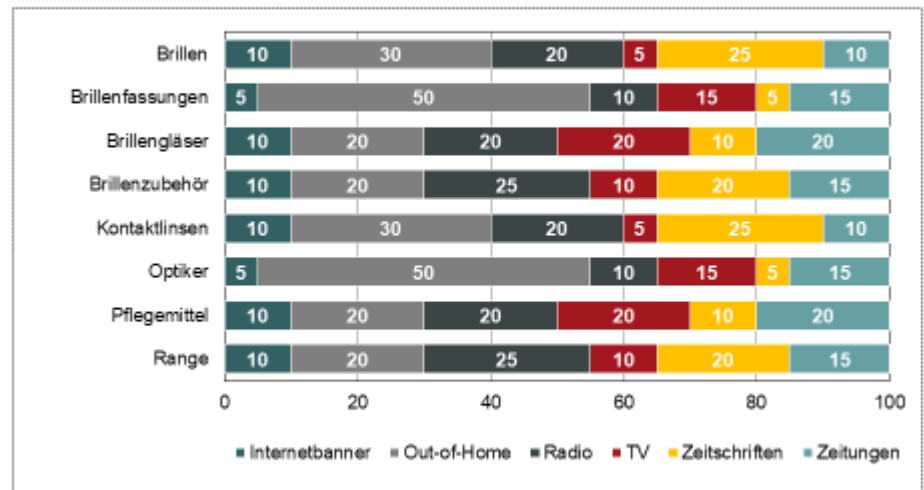
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2020 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse  
Brillen und Kontaktlinsen 2021

**Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?**

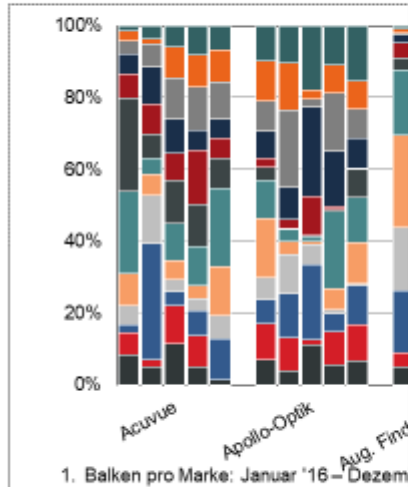
# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im Fünf-Jahres-Vergleich



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 300-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Jan. '16 – Dez. '16	Jan. '20 – Dez. '20
11	Abele Optik	1.000.000	€ 1.000.000
12	Brille24	900.000	€ 900.000
13	Chanel (Eyewear)	800.000	€ 800.000
14	Eyeconic	700.000	€ 700.000
15	Lindberg	600.000	€ 600.000
16	Oakley	500.000	€ 500.000
17	Optik Hallmann	400.000	€ 400.000
18	OrCam	300.000	€ 300.000
19	Robin Look	200.000	€ 200.000
20	Zeiss	100.000	€ 100.000

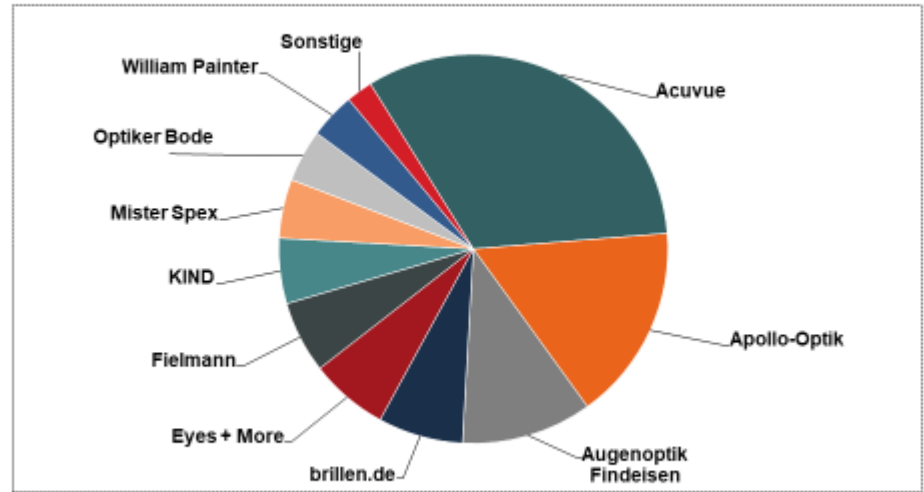
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von Januar 2020 bis Dezember 2020



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



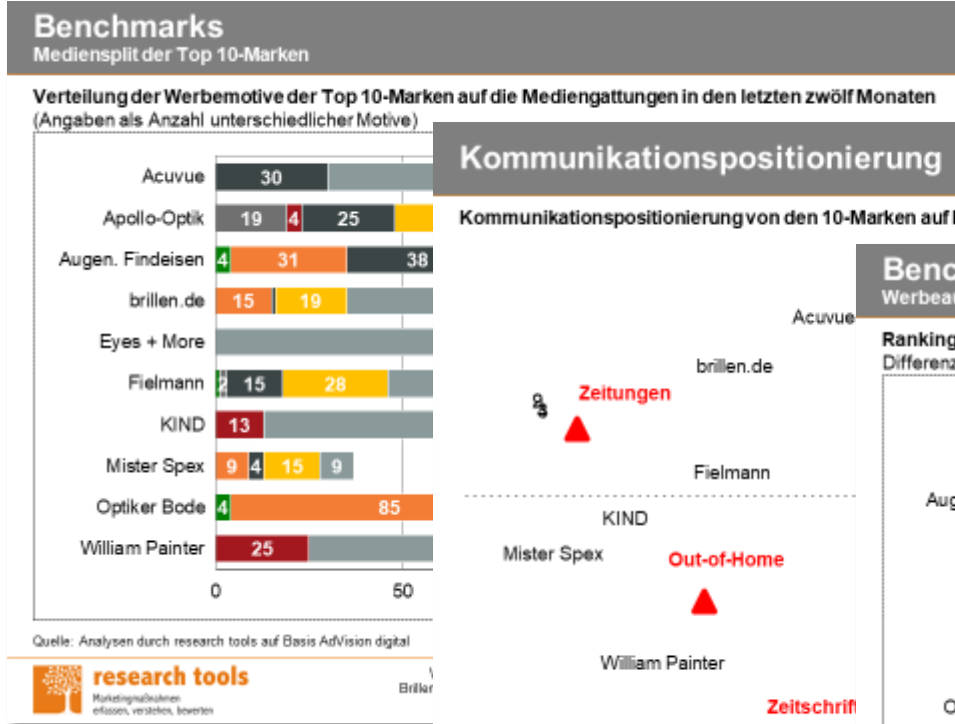
Werbemarktanalyse  
Brillen und Kontaktlinsen 2021

Welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken?

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

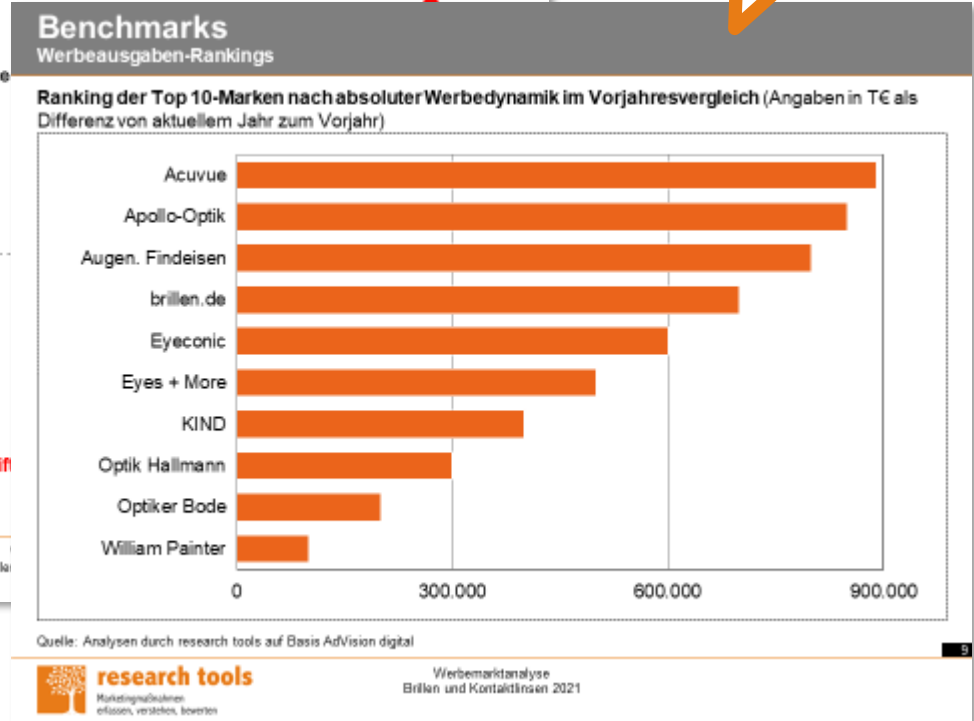


### Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung von den 10-Marken auf Basis Mediensplit im 5-Jahres-Durchschnitt



Welche Marken zeigen die größte Dynamik?



Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

# Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

**E-Mail:** [uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

**FAX:** +49 (0)711 – 55090384

**Auftragnehmer:** research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.600 EUR zzgl. MwSt. die  
**Werbemarktanalyse Brillen und Kontaktlinsen 2021.**

**Auftraggeber:**

Firma: \_\_\_\_\_

Ansprechpartner: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Position/Funktion: \_\_\_\_\_

Datum, Ort, Unterschrift: \_\_\_\_\_

# Kontakt / Branchenerfahrung

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

**Uwe Matzner**



Geschäftsführer  
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM  
Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384  
E-Mail: [uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

research tools  
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar  
[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt erschienene Studien zur Branche Brillen & Optik:

- Studie eVisibility Brillen 2020
- Werbemarktanalyse Optik 2017
- Studie eVisibility Brillen 2016

Weitere jüngste Studien aus der Healthcare-Branche:

- Marketing-Mix-Analyse Pflegebetten 2021
- Studie Social Media-Performance Arzneimittelhersteller 2020

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

