

+++ Chanel +++ Dailies +++ Dolce & Gabbana +++ Gucci +++ Hugo Boss +++ LinsenQuelle +++ Prada +++
STEINER VISION +++ Varilux +++ ZEISS +++ und weitere 190 Anbieter mit quantitativen 5-Jahres-Trends +++

Werbemarktanalyse Optik 2017

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2017

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Optik 2017

Ausgewählte Ergebnisse:

- Für mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Anbieter im Vergleich zum Vorjahr knapp 20 Prozent mehr ausgegeben.
- Im Durchschnitt werben pro Monat 78 Marken. Während der werbestarken Monate steigt die Zahl der teilnehmenden Marken auf über einhundert an.
- Die Werbeaktivitäten haben im Produktmarkt Kontaktlinsen im Vergleich zum Vorjahr enorm zugenommen.
- Die Werbekonzentration ist beträchtlich. Auf die drei Topwerber entfällt über die Hälfte des gesamten Werbevolumens.
- Im Teilmarkt Sonnenbrillen fällt der Anteil an Internetwerbung deutlich überdurchschnittlich aus.
- Sechs der zehn Topwerber haben die Werbeausgaben im Vergleich zum Vorjahreszeitraum aufgestockt.

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

Werbevolumen Optik

2015/2016:
22 Mio €

2016/2017:
27 Mio €



Mediensplit



Zeitschriften-Werber Nr. 1:
Gucci

8 Produktmärkte



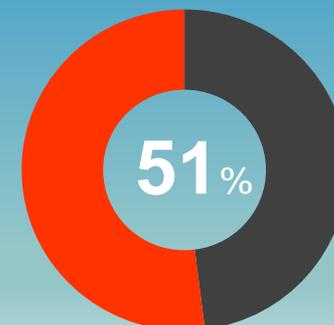
Top-Volumenmarkt:
Kontaktlinsen

Top-Aufsteigermarkt:
Kontaktlinsen

Werbekonzentration



Dailies
LinsenQuelle
Varilux



Informationen zur Studie

Wichtigste USPs:

Werbetrends für die **200 Anbieter**
mit den höchsten Werbeausgaben

detaillierte **qualitative und quantitative Analyse** für 10 Top-Werber

in **acht Teilmärkten**, darunter Brillenfassung,
Brillengläser, Kontaktlinsen, Sonnenbrillen

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 143 PowerPoint-Seiten

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

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

Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

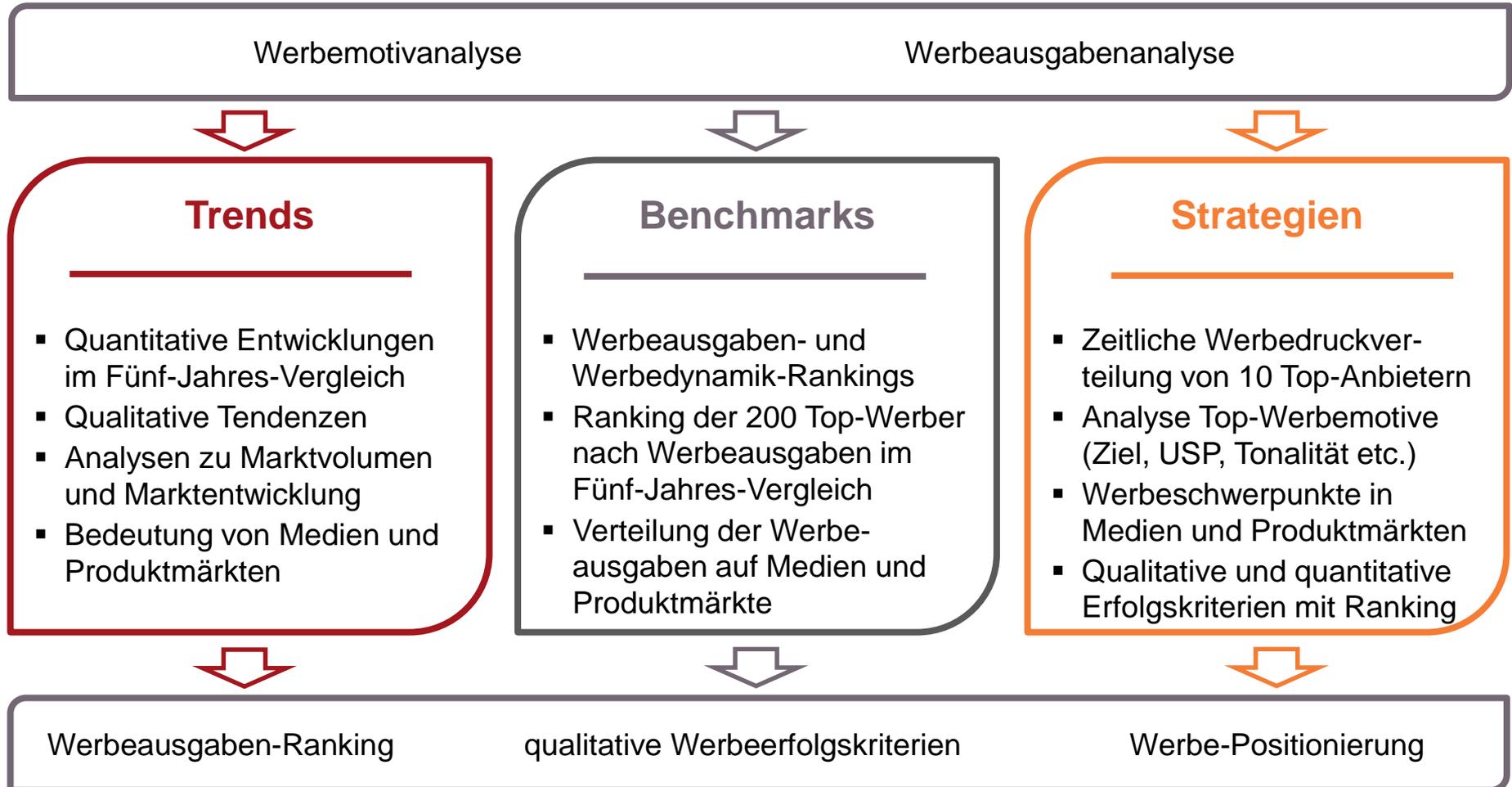
Im Detail analysierte Anbieter:

- Chanel
- Dailies
- Dolce & Gabbana
- Gucci
- Hugo Boss
- LinsenQuelle
- Prada
- STEINER VISION
- Varilux
- ZEISS
- + Spendings für
190 weitere



Informationen zur Studie

Studieninhalte:



Informationen zur Studie

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

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten
- welches sind die werbeintensivsten und /- dynamischsten Unternehmen?
- mit welchen Motiven werben die Anbieter?
- welche Entwicklungen sind in verschiedenen Produktmärkten zu erkennen?
- welche Werbestrategien wenden die zehn detailliert analysierten Unternehmen an?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10 Anbieter?
- mit welchen Slogans oder Motiven wird in der Werbung argumentiert?
- welche Zielsetzung, USPs, Tonalität, Zielgruppenansprache liegt den Topmotiven zugrunde?
- welche Stärken und Schwächen der Top 10 Anbieter zeigt die qualitative Motivanalyse auf?
- wie positionieren sich die Top-Werber im Werbemarkt?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 200 Anbieter im fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in acht Produktmärkten
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Qualitative Strategien & Motivanalyse von zehn Top-Marken
- Positionierungsanalyse Werbestrategie für zehn Top-Anbieter

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Internet (Bannerwerbung), Print, Radio und TV sowie der Werbemotive für diese Mediengattungen plus Kino und Outdoor. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank von **AdVision digital**.

Preis der Studie: Die 143 Seiten umfassende Studie kostet **2.400 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	8
➤ Trends	14
▪ Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich	17
Entwicklung Anzahl Werbungtreibende, Werbeausgabenentwicklung insgesamt, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Qualitative Tendenzen	25
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2016/2017, aktuelle Trends 2016/2017	
➤ Benchmarks	30
▪ Werbeausgaben-Rankings	33
Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 0 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im 5-Jahres-Vergleich	58
Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im Fünf-Jahresvergleich, Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Marken auf die Monate im Fünf-Jahresvergleich	
▪ Verteilung der Werbeausgaben in den letzten zwölf Monaten	64
Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Marken nach Produktgruppen in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	



Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	66
Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10 Marken durchgeführt: Werbeausgaben nach Produkten und Mediengattungen, zeitliche Werbedruckverteilung nach Produkten in den letzten 24 Monaten, Analyse Top-Werbemotive, Quantitative und qualitative Erfolgskriterien	
▪ Chanel	72
▪ Dailies	77
▪ Dolce & Gabbana	82
▪ Gucci	88
▪ Hugo Boss	94
▪ LinsenQuelle	99
▪ Prada	104
▪ STEINER VISION	109
▪ Varilux	115
▪ ZEISS	122
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	129
▪ Motiv-Highlights	131
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	134
➤ Kontakt	142

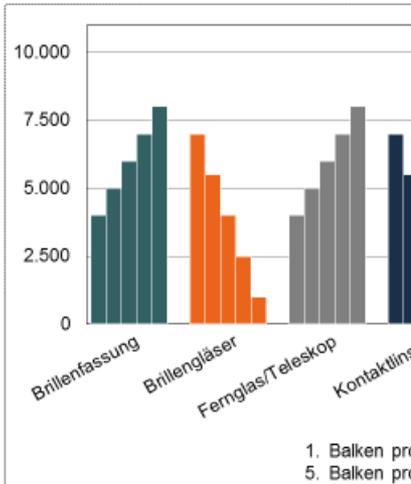
Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich

Werbespendings aller Marken produktmarktübergreifend im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Qualitative Tendenzen

Aktuelle Trends 2016/2017

Kategorie	Top 1
Meist beworbene Produkte	Brillenfassung
Meist geschaltete Medienkanäle	Zeitschriften
Meist genutzte Werbemedium	Medium A
Anzahl Motive	Zeitschriften (XXX)
Designelemente	Models
Kreativagenturen	Agentur A

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

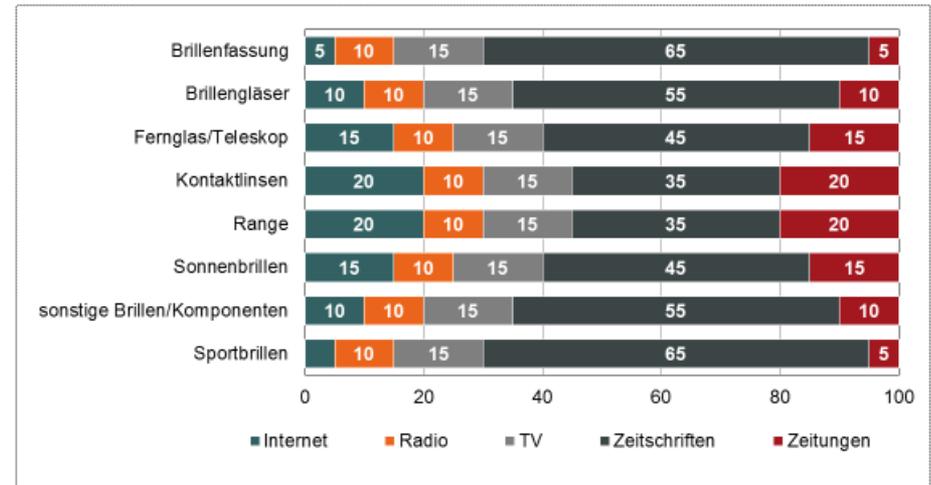


Auf welchen Mediensplit setzen die Anbieter der einzelnen Produktmärkte?

Trends

Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2016/2017 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Optik 2017

Welche Dynamik ist in den Teilmärkten erkennbar?

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10 Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€)

Brand	Ranking (T€)
Dailies	1
Der Linsenpate	2
Dolce & Gabbana	3
Giorgio Armani	4
Gucci	5
HUGO BOSS	6
LinsenQuelle	7
Ray-Ban	8
STEINER VISION	9
Transitions	10

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10 Marken von Mai 2016 bis April 2017

Brand	Share
M. Pachleitn.	35%
Chanel	20%
D&G	15%
Zeiss	10%
Sonstige	20%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im Verlauf der letzten 60 Monate (Top 6 – 10)

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Welche Anbieter zeigen die größte Dynamik?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

61

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Anbieter XY | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

Quantitative Analyse	
Werbeausgaben absolut in '16/'17	X.XXX.090 € (+ XX,1% zu '15/'16) Rang X
Share of Advertising	Mittelwert: X,4% Monate über 10%: X

Strategien

Anbieter A | Sonnenbrillen Analyse Top-Wer



MED	Medium A	SCH	2
€	XX.200 €	ZG	junge Damen
ZR	0X.XX.2017 - 2X.XX.2017	USP	-

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

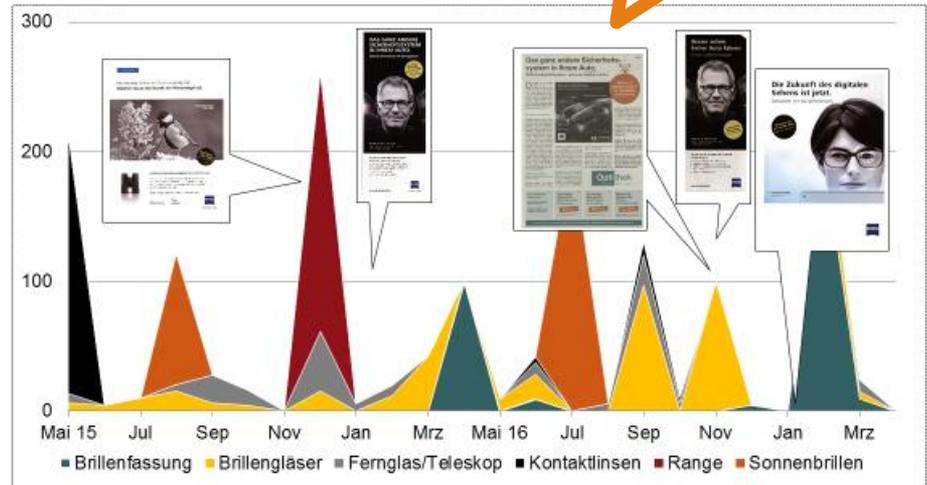


Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

Strategien

Anbieter C | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 24 Monaten | Produktgruppen (in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Optik 2017

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

Marken	Werbedruck		Awar
	Spending	Share of Advert.	Alleinstellung
Chanel	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Dailies	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Dolce & Gabb.	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Gucci	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Hugo Boss	●●●●●	●●●●●	●●●●●
LinsenQuelle	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Prada	●●●●●	●●●●●	●●●●●
STEINER VIS.	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Varilux	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Zeiss	●●●●●	●●●●●	●●●●●

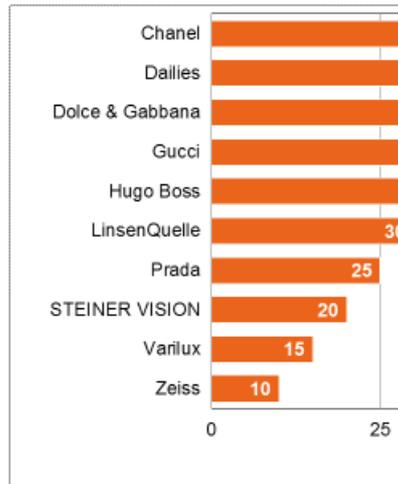
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien

Markenranking

Markenranking (Angaben in % der maximal erreichbaren Punkte)



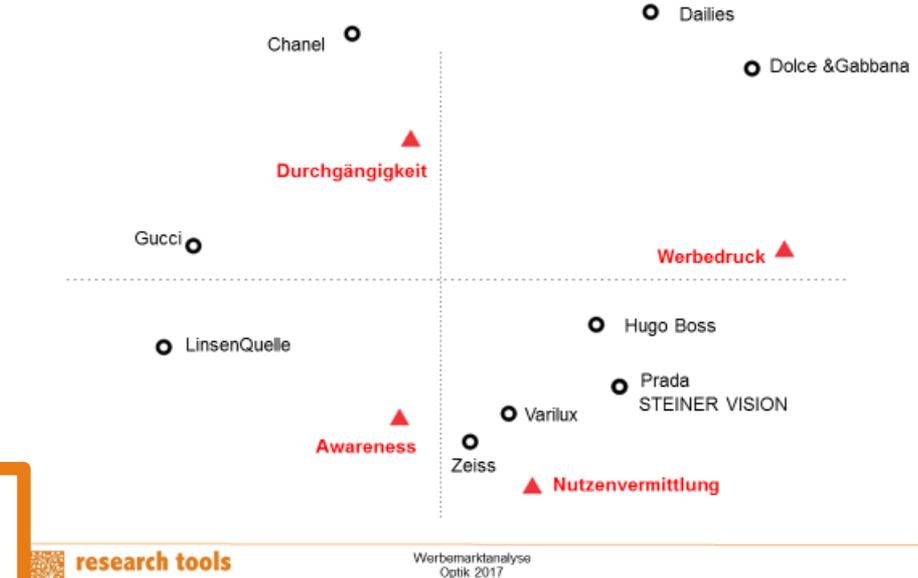
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Welche Positionierung nehmen die Werbungtreibenden im Wettbewerbsumfeld ein?

Kommunikationspositionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Marken



130

Wo liegen im Wettbewerbsvergleich Stärken und Schwächen?

Bestellformular

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

E-Mail: 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 2.400 EUR zzgl. MwSt. die
Werbemarktanalyse Optik 2017.

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

research tools
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt erschienene Studie zur Brillenbranche:

- Studie eVisibility Brillen 2016

Zuletzt erschienen Studien Branche Healthcare:

- Marktthemenradar Medizintechnik 2017
- Studie eVisibility Nahrungsergänzungsmittel 2017
- Werbemarktanalyse Dermatika 2017
- Studie eVisibility Medizintechnik 2017

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2016 über 30 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

