

+++ Ara +++ Deichmann +++ Elefanten +++ Finn Comfort +++ Gabor +++ Haix +++ Sioux +++ Skechers Footwear +++ Tamaris +++ Vamos +++ Ara +++ Deichmann +++ Elefanten +++ Finn Comfort +++ Gabor +++ Haix +++

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Schuhe 2017

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Januar 2017

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Schuhe 2017

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungstreibenden Schuhmarken innerhalb eines Jahres insgesamt mehr als 98 Millionen Euro ausgegeben.
- Eine enorme Volumenzunahme zeigt sich im Teilmarkt Kinderschuhe, auch Sandalen wurden verstärkt beworben. Die Werbeausgaben für Halbschuhe, Sneaker und Wanderschuhe sind hingegen um mehr als 30 Prozent zurückgegangen.
- Das Werbevolumen schwankt saisonal sehr stark mit Peaks im Frühjahr und Herbst. Der Mediensplit zeigt sich mit zwei Hauptmedien über die Jahre relativ stabil.
- Produktmarktübergreifend präsentieren sich 21 Marken besonders werbestark mit einem Werbevolumen von jeweils über einer Million Euro. Zwei Marken heben sich deutlich ab durch Spendings in zweistelliger Millionenhöhe.
- Bei den Werbemotiven sind in den Produktgruppen häufig ähnliche Nutzenargumente und Bildmotive zu finden. Neben dem Schuhsortiment werden auch Landschaften, Kinder oder Testimonials zur Vermittlung der Werbebotschaft eingesetzt. Nur selten wird ein Alleinstellungsmerkmal kommuniziert.

Informationen zur Studie

Wichtigste USPs:

Werbetrends für die 150 Schuhmarken
mit den höchsten Werbeausgaben

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

in **zehn Produktmärkten**, darunter
Kinderschuhe, Sandalen, Sportschuhe, Sneaker

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 150 PowerPoint-Seiten

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

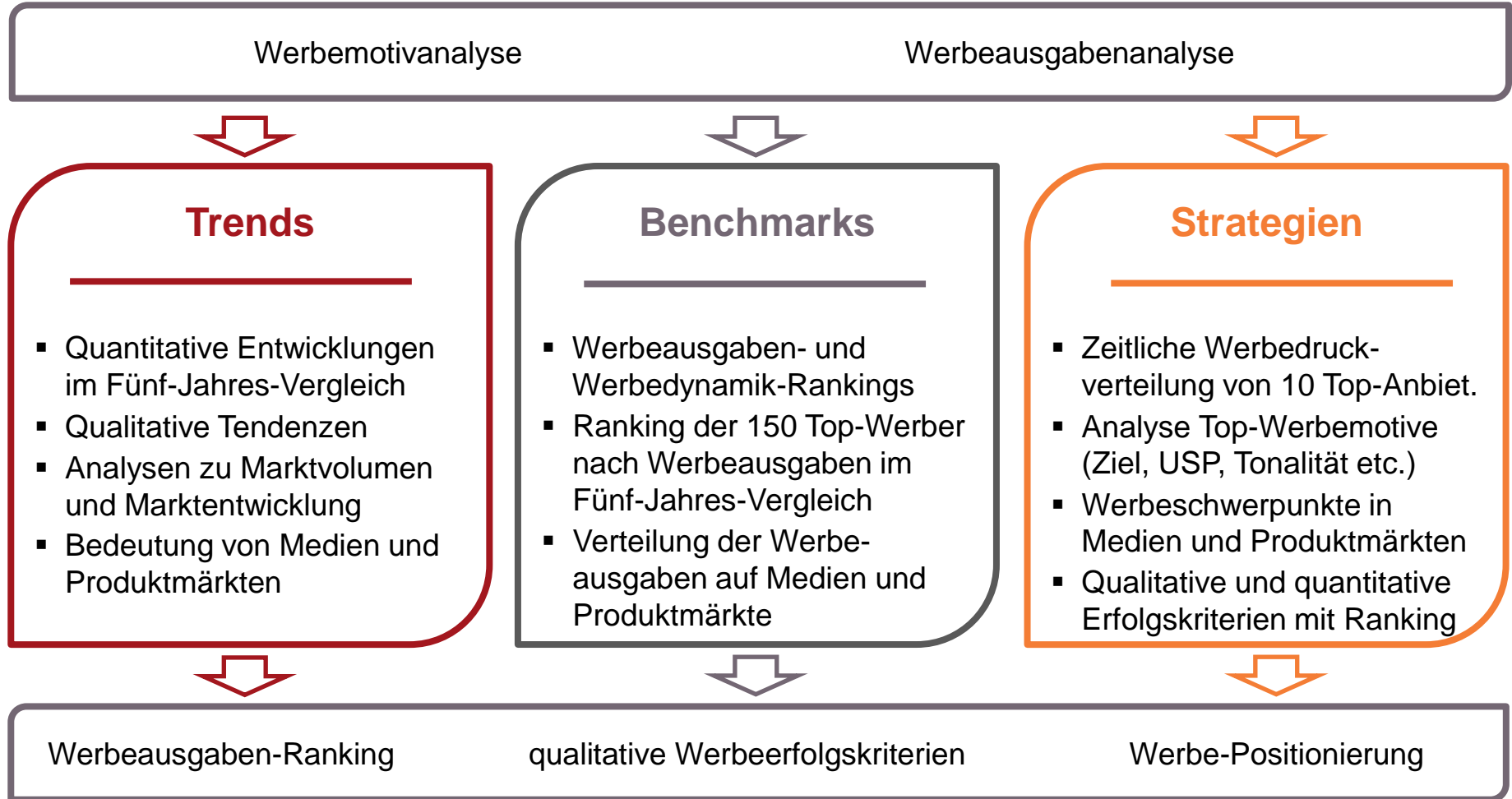
Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

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

Im Detail analysierte Marken:

- Ara
- Deichmann
- Elefanten
- Finn Comfort
- Gabor
- Haix
- Sioux
- Skechers Footwear
- Tamaris
- Vamos
- + Spendings für
140 weitere Marken

Informationen zur Studie



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 Schuhmarken?
- welche Entwicklungen weisen die verschiedenen Produktmärkten auf?
- welche Werbestrategien wenden die zehn detailliert analysierten Unternehmen an?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10 Marken?
- 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-Anbieter im Werbemarkt?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 150 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in zehn 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 150 Seiten umfassende Studie kostet **2.400 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	8
➤ Trends	13
▪ Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich	16
Entwicklung Anzahl Werbungtreibende, Werbeausgabenentwicklung insgesamt, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Qualitative Tendenzen	25
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2015/2016, aktuelle Trends 2015/2016	
➤ Benchmarks	31
▪ Werbeausgaben-Rankings	34
Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 150 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im 5-Jahres-Vergleich	54
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	60
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	62
Die folgenden Analysen werden für jede der Top-Marken durchgeführt: Werbeausgaben nach Produkten und Mediengattungen, zeitliche Werbedruckverteilung nach Produkten in den letzten 24 Monaten, Analyse Top-Werbemotive, Quantitative und qualitative Erfolgskriterien	
▪ Ara	68
▪ Deichmann	73
▪ Elefanten	80
▪ Finn Comfort	86
▪ Gabor	94
▪ Haix	102
▪ Sioux	107
▪ Skechers Footwear	113
▪ Tamaris	120
▪ Vamos	130
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	136
▪ Motiv-Highlights	138
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	141
➤ Kontakt	149

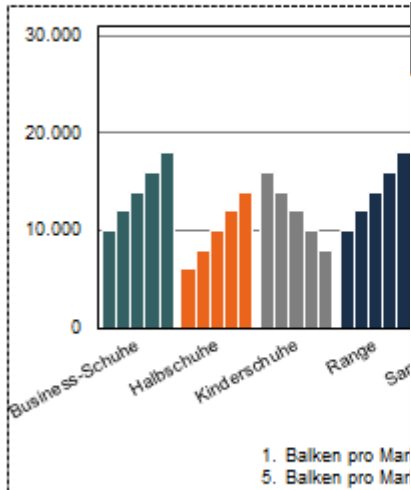
Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Qualitative Tendenzen

Aktuelle Trends 2015/2016

Kategorie	Top 1
Meist beworbene Produkte	Kinderschuhe
Meist geschaltete Medienkanäle	Zeitschriften
Meist genutzte Werbemedium	Medium X
Anzahl Motive	Zeitschriften (XXX)
Designelemente	Schuhsortiment
Kreativagenturen	Agentur X

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

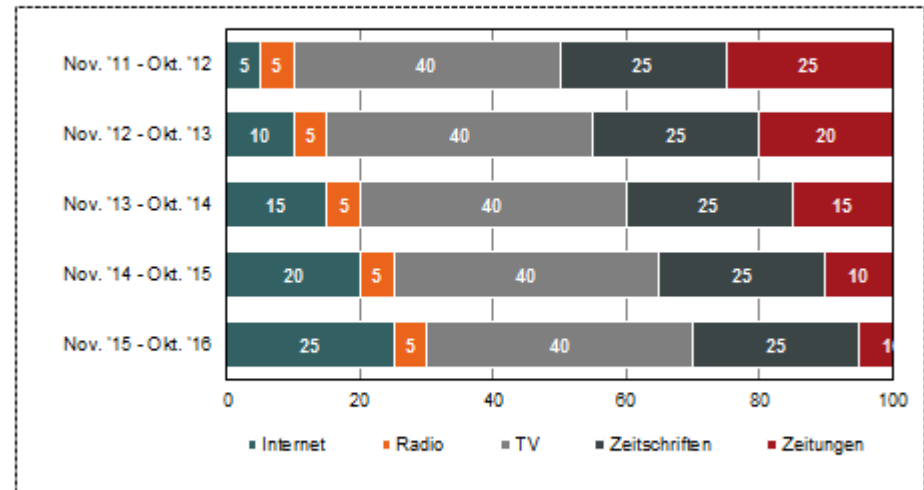


Auf welchen Mediensplit setzen die Marken?

Trends

Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich

Entwicklung des Mediensplits aller Marken im 5-Jahres-Vergleich (in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Schuhe 2016

Welche Dynamik ist in den Teilmärkten erkennbar?

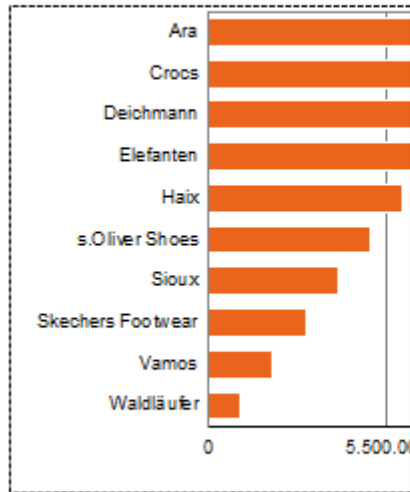
Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

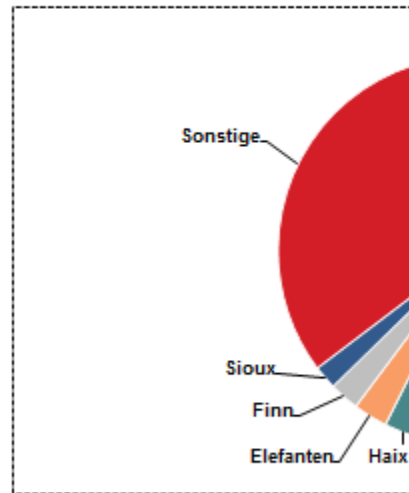


Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10 Marken von November 2015 bis Oktober 2016



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

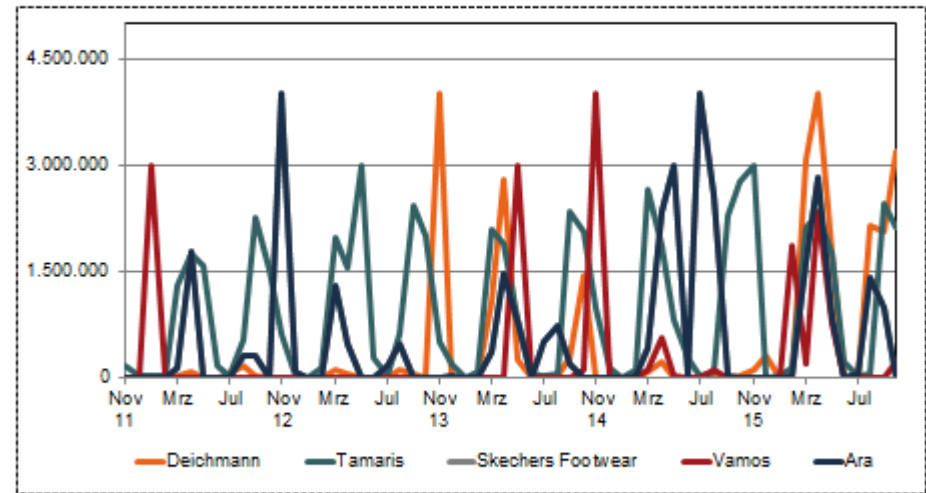


Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im Verlauf der letzten 60 Monate (Top 1 - 5)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Schuhe 2016

Welche Anbieter zeigen die größte Dynamik?

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Marken

Marke X | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

	Qua
Werbeausgaben absolut in '15/'16	X.805.425 € (+ X5% zu '14/'15) Rang X
Alleinstellung	In „beste Hände“ ist alleine, aber nicht die Eigenschaften
Aufmerksamkeitsstärke	Kinder, Mutter mit eindringlicher Stimme, Landschaften
Design – Konsistenz	im Zeitverlauf verschiedene Bildelemente

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Marken

Marke Y | Sandalen Analyse Top-Werbemotive



MED	Gala, Vogue, Cosmopolitan	SCH	3
€	XXX.600 €	ZG	Modische Frauen
ZR	XX.OX.2016 – XX.OX.2016	USP	Gabor unwiderstehlich
	Markenrelevanz	TON	edel, schlicht

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

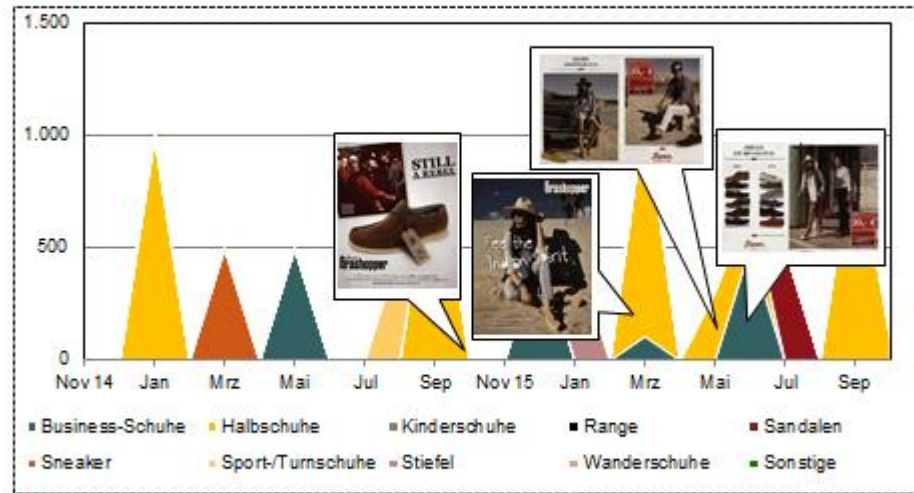


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Marken

Marke Z | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 24 Monaten nach Produktgruppen (in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Schuhe 2016

Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Marken

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

Marken	Werbedruck		Awareness
	Spending	Share of Voice	Alleinstellung
Ara	○○○	○○○	○○○
Deichmann	●○○	●○○	●○○
Elefanten	○○●	○○●	○○●
Finn Comfort	○○○	○○○	○○○
Gabor	●○○	●○○	●○○
Haix	○○●	○○●	○○●
Sioux	○○○	○○○	○○○
Skechers Foot.	●○○	●○○	●○○
Tamaris	○○●	○○●	○○●
Vamos	○○○	○○○	○○○

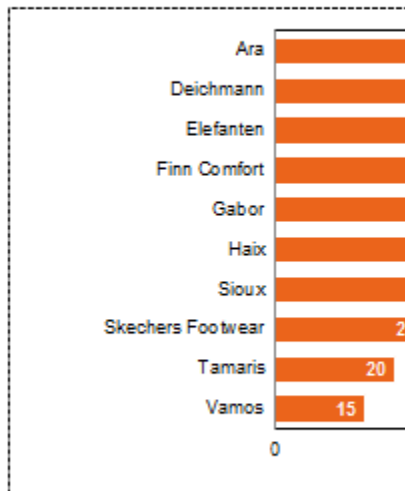
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Marken

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



Werbebrandanalyse Schuhe 2015

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 Schuhe 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 zur Schuh- und Bekleidungsbranche erschienen:

- Studie eVisibility Schuhe 2016
- Study eVisibility clothing 2016
- Study eShop-Analysis Department Stores 2015
- E-Shop-Analyse Babybedarf 2015
- Study eShop-Analysis Clothing 2014
- Studie Schuhmarkt-Zielgruppe Jugendliche 2014

research tools forscht marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe Werbemarktanalysen sind im Jahre 2016 über 20 Studien erschienen.

