

+++ Allbirds +++ Deichmann +++ Giesswein +++ Görtz +++ Haix +++ Hoka One One +++ Marco Tozzi +++ On
+++ Skechers +++ Tamaris +++ und weitere 290 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ Allbirds +

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Schuhe 2021

Werbeausgaben für 300 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

Februar 2021

kom-
pakt

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Schuhe 2021

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die Anbieter von Schuhen (z.B. für Business-Schuhe, Kinderschuhe, Sandalen, Sneaker/Schnür-/Halbschuhe) innerhalb eines Jahres rund 89 Millionen Euro ausgegeben.
- Das Werbevolumen ging damit innerhalb von zwölf Monaten um 30% zurück.
- Im volumenstärksten Teilmarkt Sneaker/Schnür-/Halbschuhe sind die Werbeausgaben im Vorjahresvergleich merklich gesunken.
- Im Durchschnitt werben 105 Marken pro Monat für ihre Produkte. Innerhalb der vergangenen fünf Jahre war die Anzahl der Werbungtreibenden deutlichen Schwankungen unterworfen.
- Auf drei Mediengattungen entfallen zusammen 96% der Werbeausgaben.
- 17 Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro innerhalb der letzten zwölf Monate.
- Die Werbekonzentration fällt mit 32% Anteil der Top 3-Marken in der Branche moderat aus.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Schuhe

2018/2019:
127 Mio €

2019/2020:
89 Mio €

Mediensplit



Zeitungs-Werber Nr. 1:
FS Foot Solutions

13 Produktmärkte



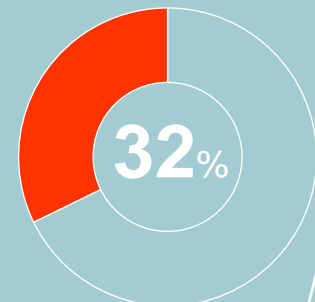
Top-Volumenmarkt:
**Sneaker/Schnür-/
Halbschuhe**

Top-Aufsteigermarkt:
Sport-/Turnschuhe

Werbekonzentration



**Deichmann
Haix
Tamaris**



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Schuhe 2021

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

300 Anbieter von Schuhen
mit den höchsten Spendings

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

in **13 Teilmärkten**, darunter Business-Schuhe, Handel, Kinderschuhe,
Sandalen, Sport-/Turnschuhe, Stiefel

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 91 PowerPoint-Seiten

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

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

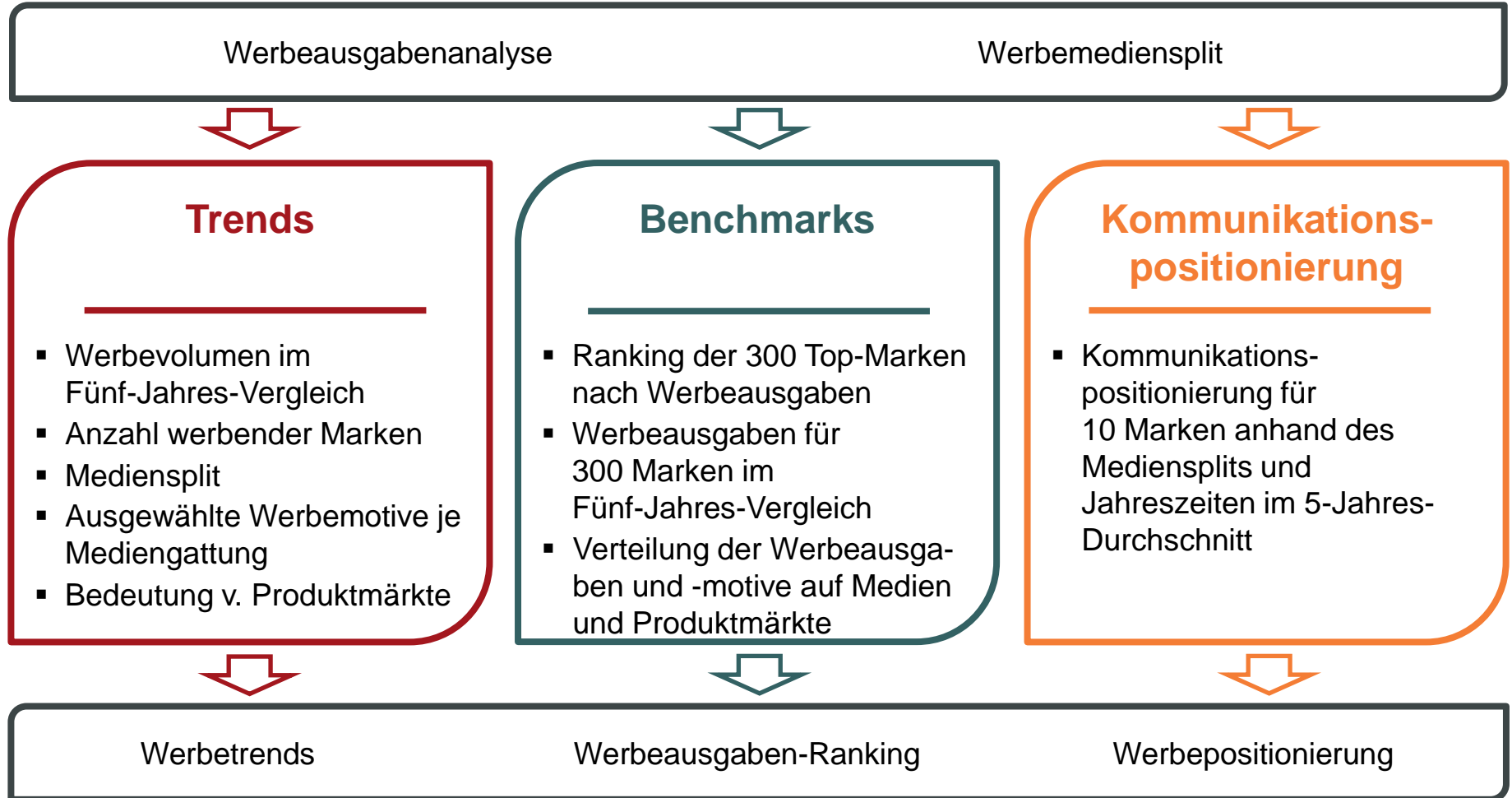
Nutzen: Analyse von Trends und Benchmarks ermöglichen
einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- Allbirds
- Deichmann
- Giesswein
- Görtz
- Haix
- Hoka One One
- Marco Tozzi
- On
- Skechers
- Tamaris
- + 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 13 Produktmärkten
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Positionierungsanalyse auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, 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 91 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 2019/2020	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	30
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	



Inhaltsverzeichnis

➤	Benchmarks	38
▪	Werbeausgaben-Rankings	41
	Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Top 300-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪	Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	76
	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	
▪	Verteilung der Werbeausgaben/-Motive in den letzten zwölf Monaten	83
	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	
➤	Kommunikationspositionierung	86
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	Kontakt	90



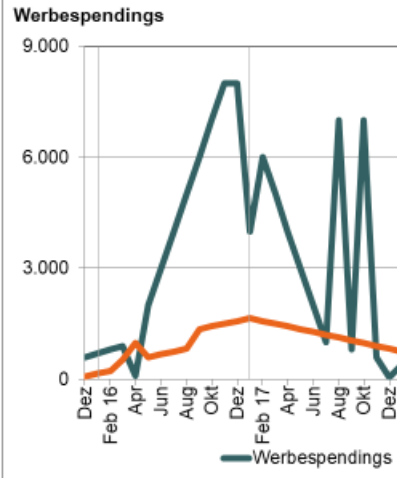
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

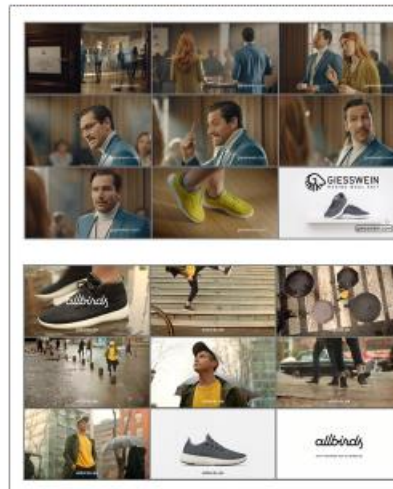


Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische TV Beispiele und Nutzenargumente 2019/2020



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

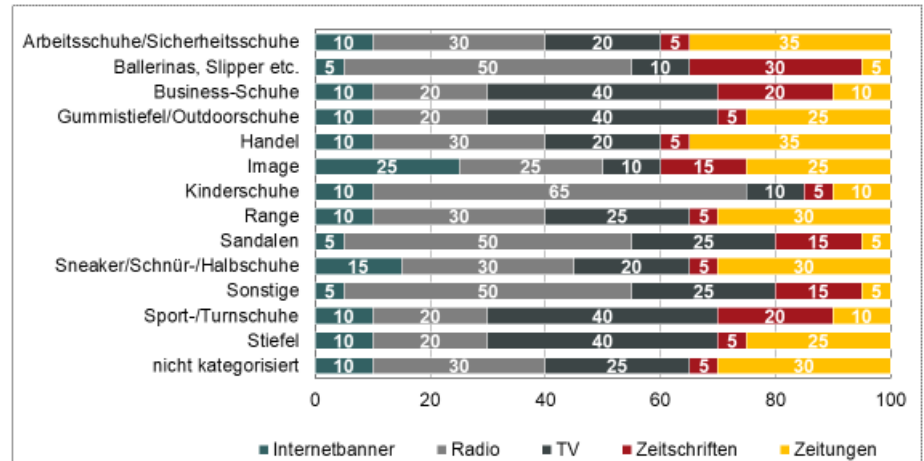


Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2019/2020 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Schuhe 2021

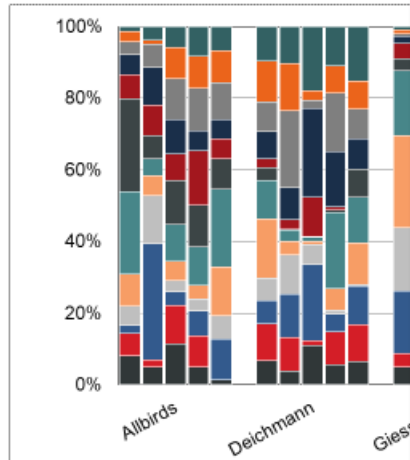
Analysebeispiele (2)

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



1. Balken pro Marke: Dezember '15 – Novem

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 300-Marken nach Werbevolumen (letzter 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Dez. '15 – Nov. '16	Dez. '16 – Nov. '17
11	Adidas	1.000.000	
12	Eiten	900.000	
13	Finn Comfort	800.000	
14	Gabor	700.000	
15	GEOX	600.000	
16	Hypersoft Sneakers	500.000	
17	Lowa	400.000	
18	Reebok	300.000	
19	Superfit	200.000	
20	Vamos	100.000	

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

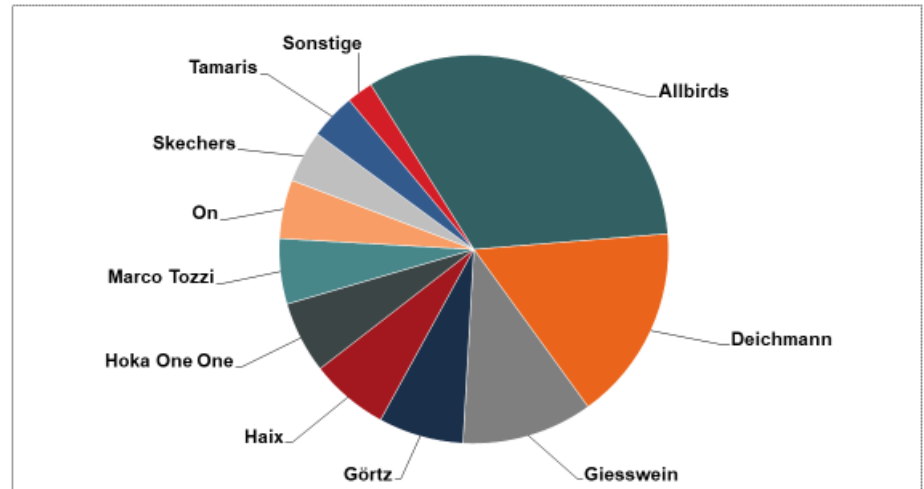
Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

Welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von Dezember 2019 bis November 2020



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Schuhe 2021

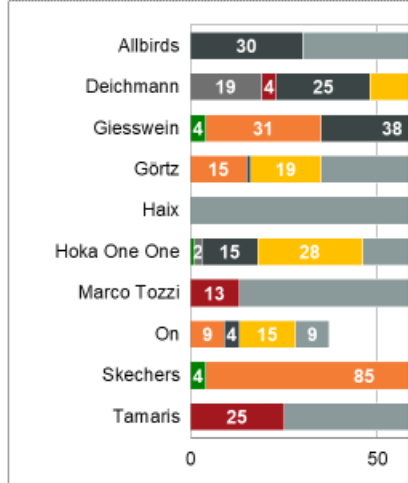
Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Mediensplit der Top 10-Marken

Verteilung der Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten (Angaben als Anzahl unterschiedlicher Motive)

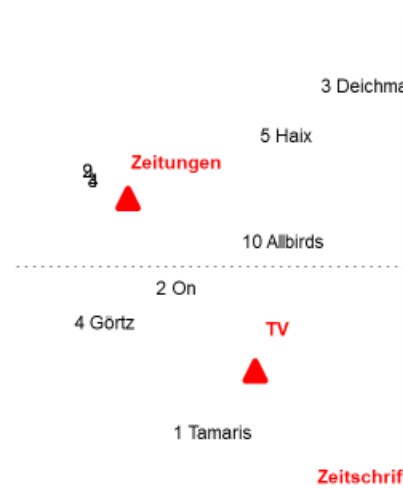


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Kommunikationspositionierung

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

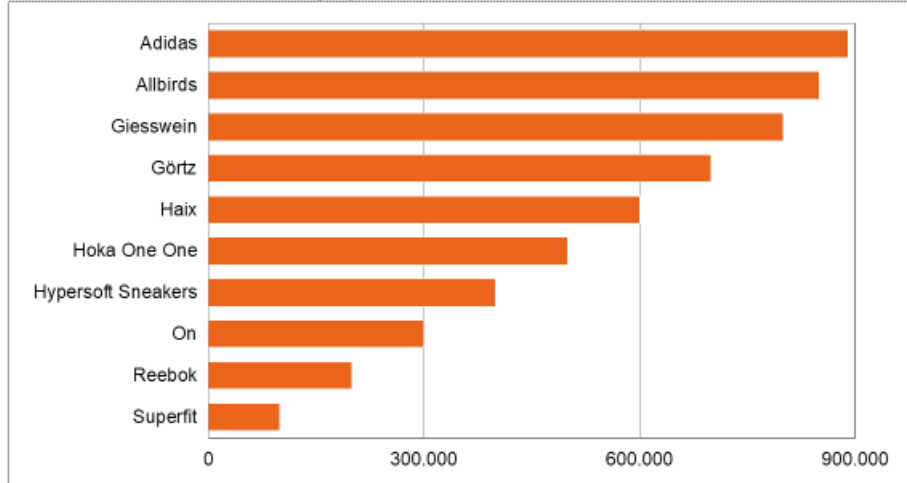


Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10-Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€ als Differenz von aktuellem Jahr zum Vorjahr)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Schuhe 2021

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

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 Schuhe 2020.

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 Studien zur Wearables-Branche :

- Studie eVisibility Schuhe 2020
- Studie eVisibility Schmuck 2020
- Studie eVisibility Uhren 2020
- Werbemarktanalyse Armbanduhren 2020
- Studie Product Search Advertising Schuhe 2019
- Werbemarktanalyse Schuhe 2019

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2016 über 60 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

