

+++ Apple +++ Boccia +++ Breitling +++ Chopard +++ Diesel +++ Omega +++ Patek Philippe +++ Rolex +++ Tag Heuer +++ Tissot +++ Apple +++ Boccia +++ Breitling +++ Chopard +++ Diesel +++ Omega +++ Patek Ph

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Armbanduhren 2015

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Oktober 2015

powered by:



Ausgewählte Ergebnisse:

- Für die mediale Kommunikation haben die 50 werbestärksten Marken der Armbanduhrenbranche innerhalb eines Jahres in Deutschland über 90 Millionen Euro ausgegeben. Die zehn werbestärksten Marken haben daran einen Anteil von 53 Prozent.
- Stärkstes beworbenes Produktsegment ist die Armbanduhr für den Herrn mit mehreren Anzeigen. Neue Impulse geben die beiden jungen Produktmärkte Unisex-Digitaluhren und Solaruhren.
- Die Werbevolumina unterliegen extremen saisonalen Schwankungen. In der Vergangenheit wurde insbesondere vor Weihnachten massiv geworben.
- Die Top 10 Unternehmen verfolgen unterschiedliche Kommunikationsstrategien. Das größte Potenzial liegt dabei im Bereich Aufmerksamkeitsstärke.
- Zur Vermittlung der Werbebotschaft werden gerne edel-anmutende Motive und Testimonials eingesetzt.

Informationen zur Studie

Wichtige USPs:

Analyse von zehn **Armbanduhrenmarken**

mit den höchsten **Werbeausgaben**

in **acht Produktmärkten**

alle Informationen gebündelt auf **121 PowerPoint-Seiten**

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

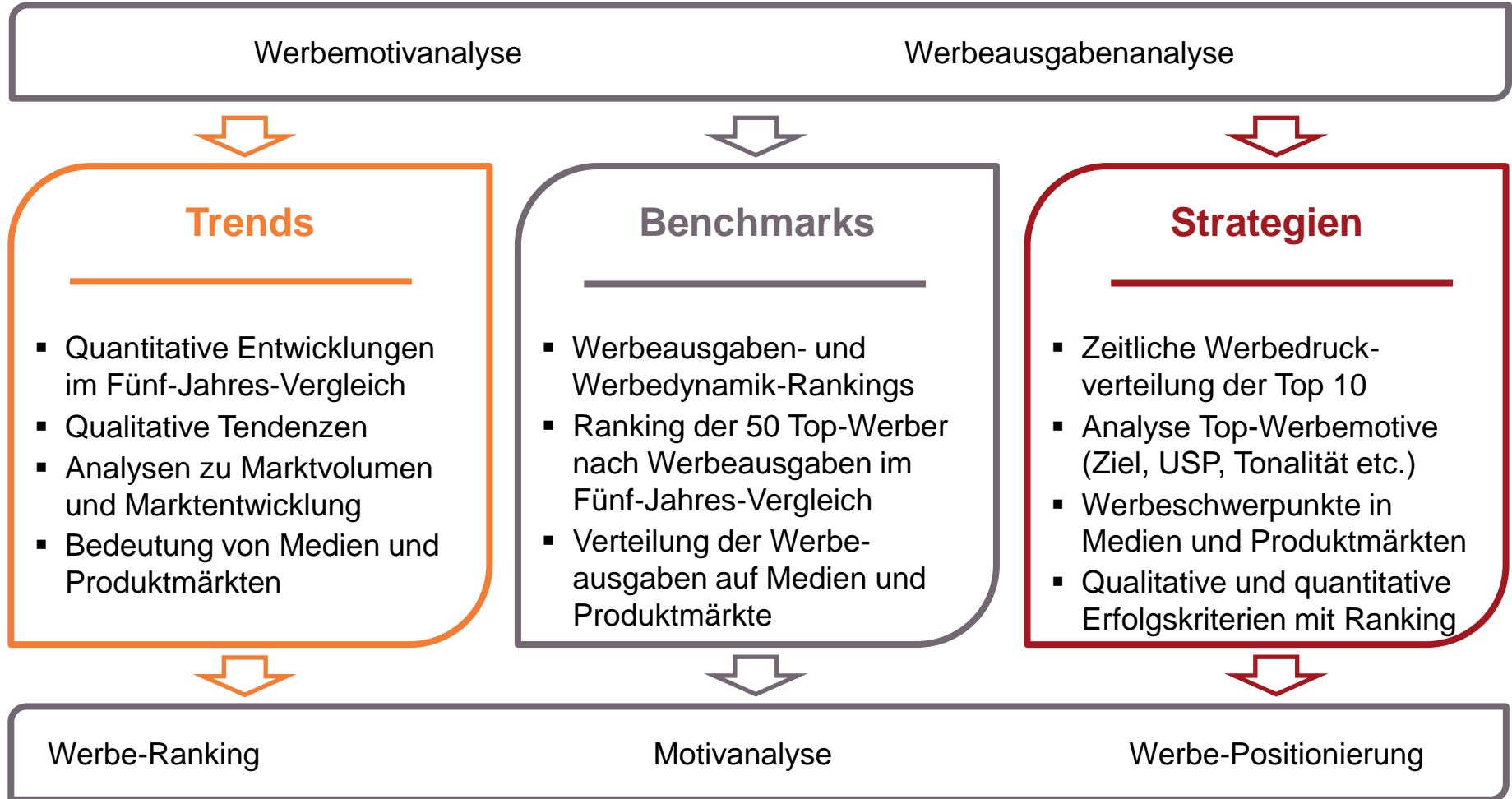
die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

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

Im Detail analysierte Marken :

- Apple
- Boccia
- Breitling
- Chopard
- Diesel
- Omega
- Patek Philippe
- Rolex
- Tag Heuer
- Tissot
- + Spendings von 40 weiteren Marken

Informationen zur Studie



Informationen zur Studie

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

- welche allgemeinen Werbeausgabetrends sind zu beobachten
- welches sind die werbeintensivsten und /- dynamischsten Unternehmen?
- mit welchen Motiven werben die Unternehmen?
- 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-Anbieter im Werbemarkt?

Die **121 Seiten umfassende Studie kostet 1.900 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Internet, 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**.

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	20
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2014/2015, aktuelle Trends 2014/2015	
➤ Benchmarks	22
▪ Werbeausgaben-Rankings	25
Share of Voice der Top 10 Anbieter, Ranking der Anbieter nach Werbevolumen, Ranking der Top Anbieter nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im 5-Jahres-Vergleich	33
Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im Fünf-Jahresvergleich, Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter auf die Monate im Fünf-Jahresvergleich	
▪ Verteilung der Werbeausgaben in den letzten zwölf Monaten	38
Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter auf die Produktmärkte in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	



Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	40
Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10 Anbieter durchgeführt: Werbeausgaben nach Produkten und Mediengattungen, Zeitliche Werbedruckverteilung nach Produkten in den letzten 24 Monaten, Analyse Top-Werbemotive, Quantitative und qualitative Erfolgskriterien	
▪ Apple	45
▪ Boccia	50
▪ Breitling	54
▪ Chopard	60
▪ Diesel	67
▪ Omega	72
▪ Patek Philippe	78
▪ Rolex	85
▪ Tag Heuer	94
▪ Tissot	100
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	107
▪ Motiv-Highlights	109
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	112
➤ Kontakt	121

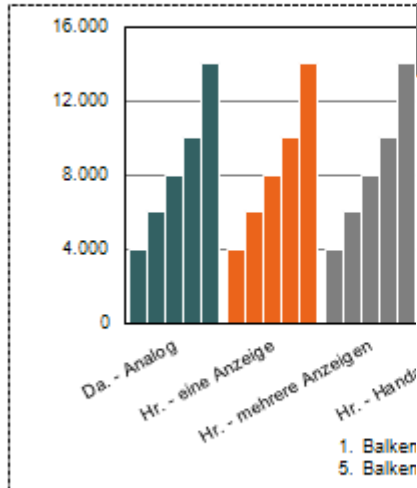


Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich

Werbespendings der Top 10 nach Produktmärkten im Fünf-Jahresvergleich (in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital, *M



Studie A

Trends Qualitative Tendenzen

Aktuelle Trends 2014/2015

Kategorie	Top 1
Meist beworbene Produkte	Herrenuhren mit mehreren Anzeigen
Meist geschaltete Medienkanäle	Zeitschriften
Meist genutzte Werbemedium	Pro 7
Anzahl Motive	Zeitschriften (1047)
Designelemente	Luxus
Kreativagenturen	Agentur

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studie B

Welche Motive und Argumente kommunizieren die Armbanduhrenmarken?

Trends Qualitative Tendenzen

Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2014/2015

- Luxus
- Autos
- Sport
- Erfolg
- Design
- Erfahrung
- Prominente Sportler und Schauspieler

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studie: Werbemarktanalyse Armbanduhren 2015

Welche Dynamik ist in den Teilmärkten erkennbar?

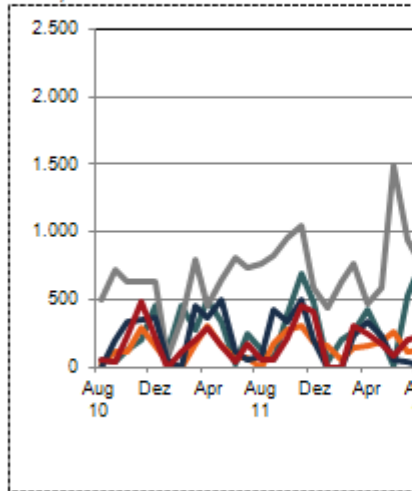
Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im Verlauf der letzten 60 Monate (Angaben in Tsd. €)



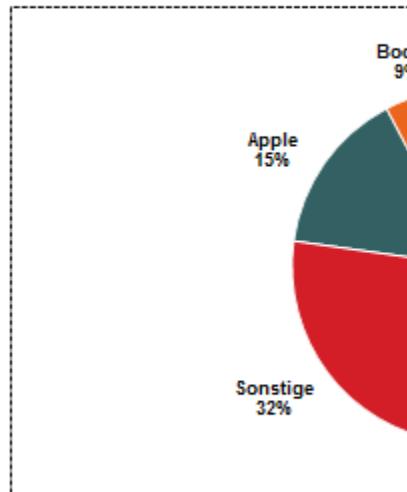
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Voice der Top 10 Anbieter von August 2014 bis Juli 2015



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

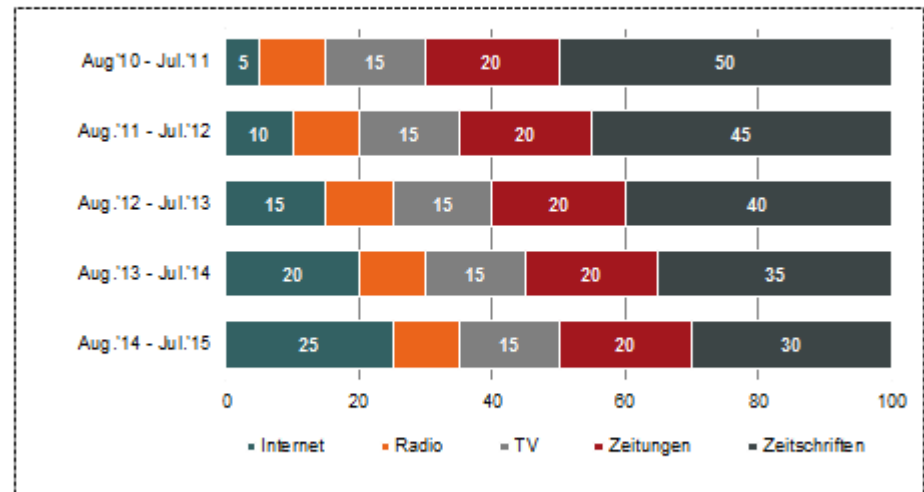


Auf welchen Mediensplit setzen die Marken?

Trends

Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich

Entwicklung des Mediensplits im Fünf-Jahresvergleich (in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studie Werbemarktanalyse
Armbanduhren 2015

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Unternehmen X – Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

Quantitativ	
Werbeausgaben absolut	2.220.220 € (-0,0 % z.Vj.) Rang 6
Qualitativ	
Alleinstellung	Ausschließlich Rangwerbung für Damenuhren
Aufmerksamkeitsstärke	Keine Besonderheiten, keine Testimonials
Design – Konsistenz	Ausschließlich Printwerbung

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis Ad/Vison digital



Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Chopard – Herren-mehrere Anzeigen – Analyse Top-Werbemotive



MED	XX	SCH	X
€	XXXXXX €	ZG	Männer
ZR	08.05.2014 - 05.03.2015	USP	One Man, One Machine
	Bekanntheit	TON	Grand Prix

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis Ad/Vison digital

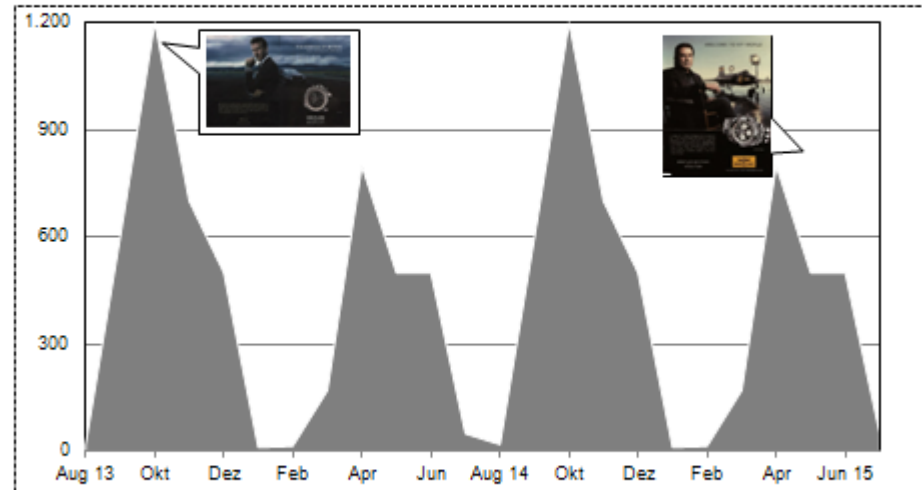


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Unternehmen Y – Zeitliche Werbepressungsverteilung nach Produkten (in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis Ad/Vison digital



Studie Werbemarktanalyse Armbanduhren 2015

Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

Unternehmen	Werbedruck		Awar
	Spending	Share of Voice	Alleinstellung
Apple	●○○○	●○○○	●○○○
Boccia	○●○○	○●○○	○●○○
Breitling	○○●○	○○●○	○○●○
Chopard	●○○○	●○○○	●○○○
Diesel	○●○○	○●○○	○●○○
Omega	○○●○	○○●○	○○●○
Patek Philippe	●○○○	●○○○	●○○○
Rolex	○●○○	○●○○	○●○○
Tag Heuer	○○●○	○○●○	○○●○
Tissot	○●○○	○●○○	○●○○

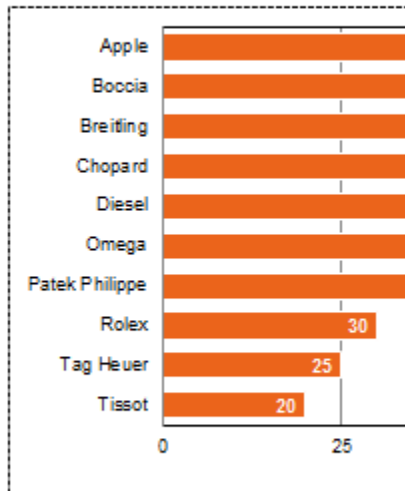
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Anbierranking (Angaben in % der erreichbaren Punkte)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Wie positionieren sich die Werbungtreibenden im Wettbewerbsumfeld?

Kommunikationspositionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Studie Werbemarktanalyse Armbanduhren 2015

Wo liegen im Wettbewerbsvergleich Stärken und Schwächen?

Bestellformular

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer:

research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.900 EUR zzgl. MwSt. die
Werbemarktanalyse Armbanduhren 2015.

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 im Luxusgütermarkt:

- E-Shop-Analyse Schmuckmarken 2015

Zuletzt erschienene Werbemarktanalysen:

- Werbemarktanalyse Wertpapier 2015
- Werbemarktanalyse Mineralwasser 2015
- Werbemarktanalyse Stromanbieter 2015
- Werbemarktanalyse Glücksspiel 2015

Seit 2005 arbeitete research tools für zahlreiche Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen wie Banken, Versicherungen, Telekommunikation. In der Studienreihe Werbemarktanalysen sind seit 2012 20 Marktstudien erschienen.