

+++ Apple +++ Google +++ Honor +++ Huawei +++ Porsche Design +++ Samsung +++ Sony +++ Vtech +++ Wiko +++ ZTE +++ und weitere 20 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ Apple

# Werbemarktanalyse Smartphones 2019

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Februar 2019



# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Anbieter von Smartphones innerhalb eines Jahres über 139 Millionen Euro ausgegeben.
- Im volumenstärksten Teilmarkt Phone sind die Werbeausgaben im Vorjahresvergleich um mehr als 61 Prozent gestiegen.
- Die Werbekonzentration im Markt ist im Vergleich mit anderen Branchen sehr hoch. Auf die zwei Top-Werbungtreibenden entfallen 64% der Branchenausgaben.
- Im Durchschnitt werben acht Marken pro Monat für ihre Produkte.
- TV ist das dominierende Werbemedium.
- Nur eine der vier Top-Marken hat ihre Werbeaktivitäten im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet.
- Bei den qualitativen Werbeerfolgskriterien sind ‚Alleinstellung‘ und ‚Designkonsistenz‘ unter den Topwerbern aktuell die größten Schwachpunkte.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Werbevolumen Smartphones

2017:  
**158** Mio €

2018:  
**139** Mio €

### Mediensplit



Radio-Werber Nr. 1:  
**Samsung**

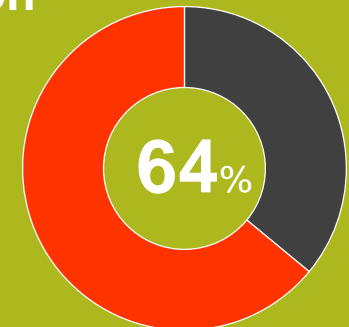
### 8 Produktmärkte



Top-Volumenmarkt:  
**Phone**

Top-Aufsteigermarkt:  
**Kooperation O2**

### Werbekonzentration



**Top 2 Marken**

# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

Werbetrends für die **30 Anbieter von Smartphones**  
mit den höchsten Werbeausgaben

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

in **acht Teilmärkten**, darunter  
Kooperationen Vodafone, Phone, Rangewerbung, Shop,

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**  
auf 145 PowerPoint-Seiten

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

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

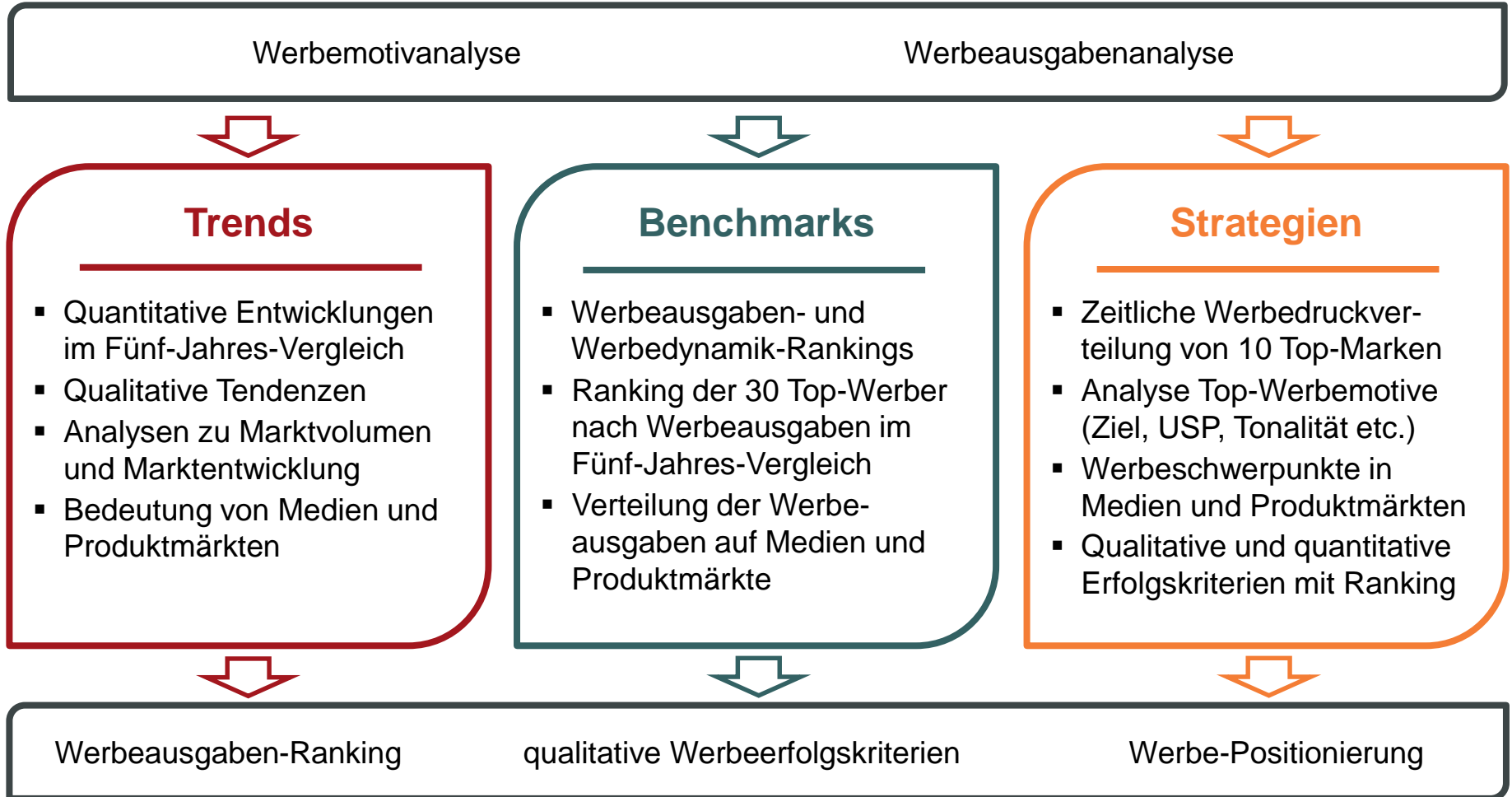
**Nutzen:** Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien  
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

## Im Detail analysierte Marken:

- Apple
- Google
- Honor
- Huawei
- Porsche Design
- Samsung
- Sony
- Vtech
- Wiko
- ZTE
- + Spendings für  
20 weitere Marken

# Informationen zur Studie

## Konzeption:



# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:

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

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten?
- welches sind die werbeintensivsten und /- dynamischsten Marken?
- mit welchen Motiven werben die Unternehmen?
- welche Entwicklungen sind in den Produktmärkten zu erkennen?
- welche Werbestrategien nutzen zehn detailliert analysierte Marken?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10 Marken?
- mit welchen Slogans und/oder Motiven wird in der Werbung argumentiert?
- welche Zielsetzung, USPs, Tonalität etc. zeigen die Topmotive?
- welche Stärken / Schwächen zeigt die qualitative Motivanalyse auf?
- wie positionieren sich die Top-Marken im Werbemarkt?

## Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 30 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in acht Produktmärkten
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Qualitative Strategien & Motivanalyse von zehn Top-Marken
- Positionierungsanalyse Werbestrategie für zehn Top-Marken

## 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 des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**.

**Preis der Studie:** Die 145 Seiten umfassende Studie kostet **2.400 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	10
➤ Trends	16
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	19
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	23
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2018	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	30
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbekonzentration 2018	
▪ Qualitative Tendenzen	36
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2018, aktuelle Trends 2018	



# Inhaltsverzeichnis

➤	<b>Benchmarks</b>	42
▪	<b>Werbeausgaben-Rankings</b>	45
	Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Top 30 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>	53
	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, Werbeverzicht in Monaten	
▪	<b>Verteilung der Werbeausgaben/-Motive in den letzten zwölf Monaten</b>	60
	Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Marken nach Produktgruppen in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10 Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	





# Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	63
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	
▪ Apple	69
▪ Google	75
▪ Honor	81
▪ Huawei	87
▪ Porsche Design	94
▪ Samsung	99
▪ Sony	105
▪ Vtech	111
▪ Wiko	115
▪ ZTE	121
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	127
▪ Motiv-Highlights	133
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	136
➤ Kontakt	144

# Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

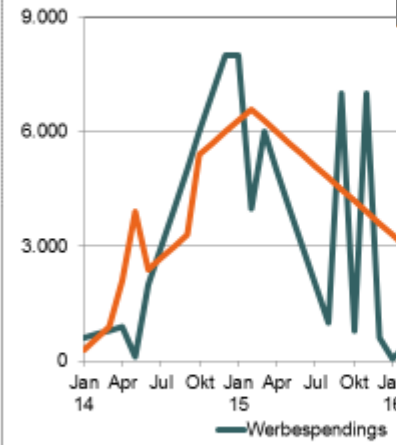
Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

## Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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

### Werbespendings



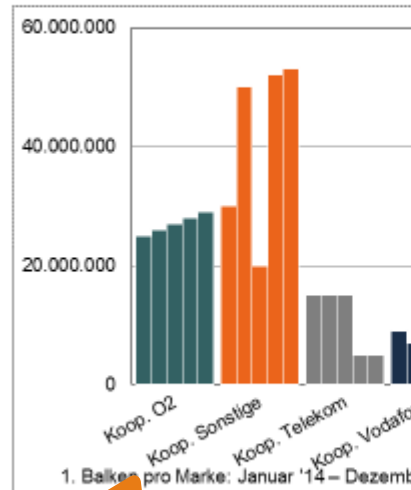
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



## Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

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



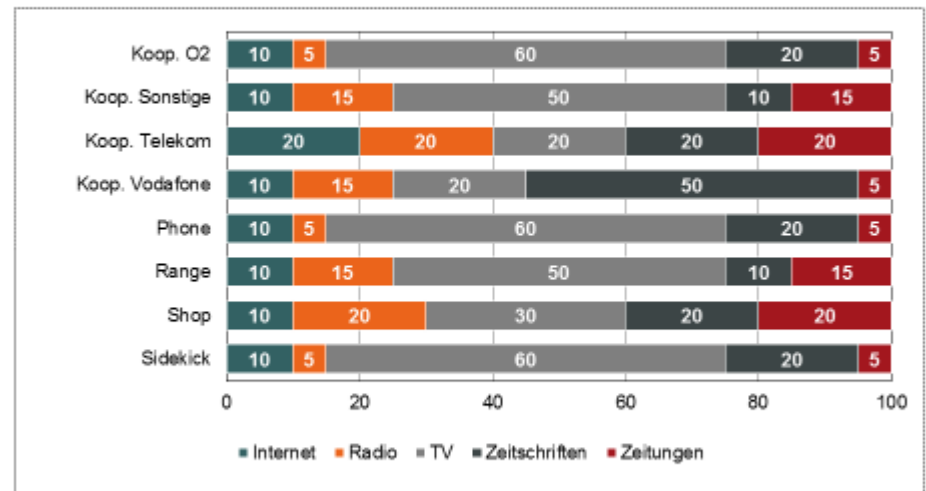
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



## Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2018 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studiensteckbrief  
Werbemarktanalyse Smartphones 2019

Welche Dynamik ist in den Produktmärkten erkennbar?

# Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

## Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

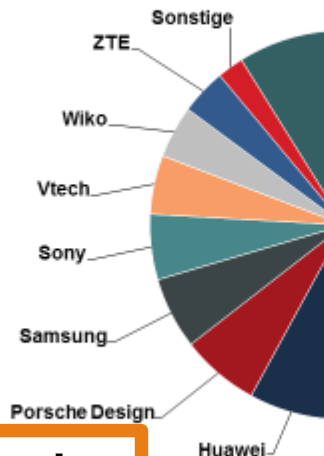
Ranking der Top 30 Marken nach Werbevolumen (letzter 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €				
		Jan. '14 – Dez. '14	Jan. '15 – Dez. '15	Jan. '16 – Dez. '16	Jan. '17 – Dez. '17	Jan. '18 – Dez. '18
11	Alcatel	1.000.000	900.000	800.000	700.000	600.000
12	BlackBerry	900.000				
13	BQ	800.000				
14	CAT (Phones)	700.000				
15	Elephone	600.000				
16	Gigaset	500.000				
17	Land Rover (Phone)	400.000				
18	LG Electronics	300.000				
19	Motorola	200.000				
20	Ruggear	100.000				

## Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10 Marken von Janua

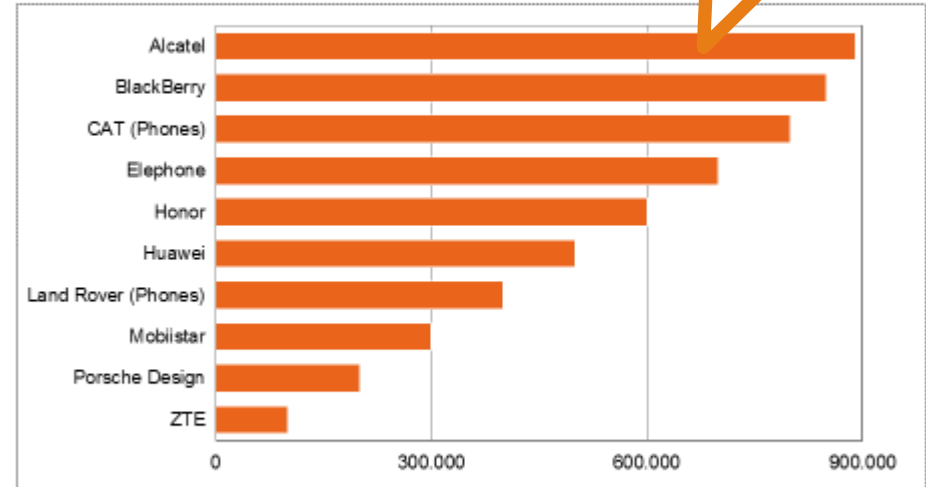


Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

## Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

# Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

## Strategien

Marke A

Marke A | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

Werbeausgaben absolutin '17/18	xxx € zu '16/17, +xx% Anteil an d. ges. Branch (Rang xx)
Alleinstellung	Alleinstellung mit dem Motto „xxx“ im Produkt xxx
Aufmerksamkeitsstärke	coole, moderne Motive, Hintergrundmusik corporate colour
Design-Konsistenz	medienübergreifend anders, im Zeitverlauf unterschiedliche Motive

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



## Strategien

Marke B

Marke B | Range Top-Werbemotive



ZR	xx.18-xx.18	🕒	20-22 Uhr
📺	fast täglich	AG	Agentur A
MED	ProSieben, Sat.1	UF	Doku, Serie,
€	xxx €	SCH	xxx
🏆	Markenrelevanz	ZG	jung- Mittelalt
USP	Wenn etwas au.¹	TON	edel, stark

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

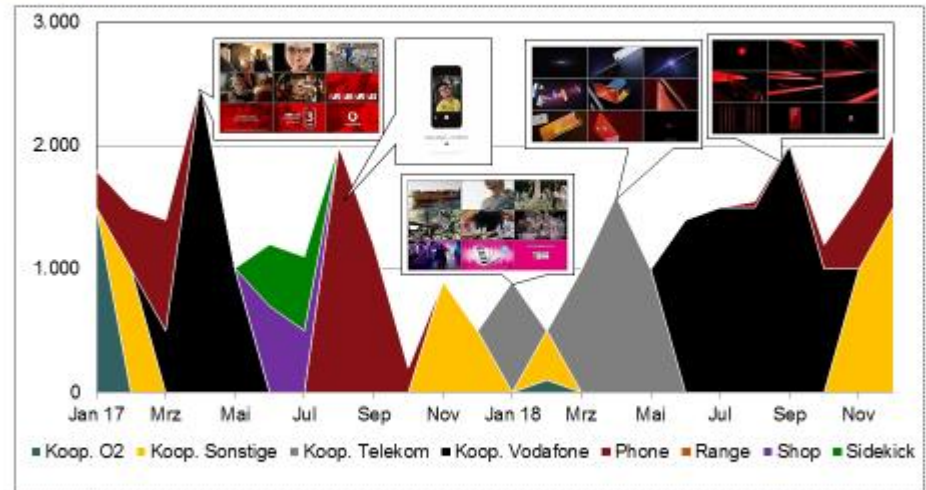


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

## Strategien

Marke C

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studiensteckbrief  
Werbemarktanalyse Smartphones 2019

Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

# Analysebeispiele (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

## Strategien Markenranking

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

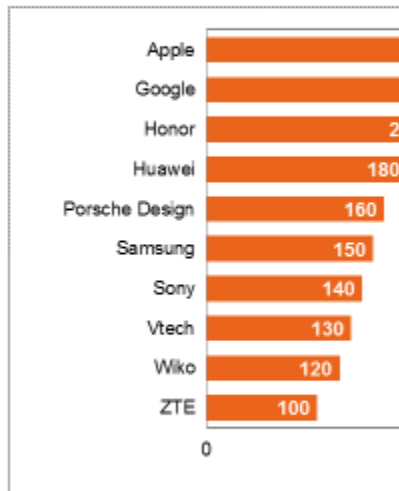
Marken	Awareness		De ko
	Allein- stellung	Aufmerk- samkeit	
Apple	●●○	●●○	●
Google	●○●	●●○	●
Honor	●○●	●●○	●
Huawei	●●○	●●○	●
Porsche Design	●○●	●●○	●
Samsung	●○●	●●○	●
Sony	●○●	●●○	●
Vtech	●○●	●●○	●
Wiko	●○●	●●○	●
ZTE	●○●	●●○	●

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



## Strategien Markenranking

Markenranking (Angaben als Summe der Prozentwerte\* in allen acht Werbeerfolgsfaktoren)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital. \* t



Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

## Kommunikationspositionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Marken



Studiensteckbrief  
Werbemarktanalyse Smartphones 2019

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](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 2.400 EUR zzgl. MwSt. die

**Werbemarktanalyse Smartphones 2019.**

**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 zur Branche Telekommunikation erschienen:

- Studie eVisibility Telekommunikation 2018
- Studie Sponsoring Telekommunikation 2017
- Studie eVisibility Telekommunikation 2017
- Marketing-Mix-Analyse Prepaidtarife 2017
- Werbemarktanalyse Smartphones 2017
- Marketing-Mix-Analyse Smart Home 2016

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.

