

+++ City-Gemeinsch. Hannover +++ IDM Südtirol +++ Kauf vor Ort +++ Land NRW +++ Landeshauptstadt München +++ Rheinhessen +++ Wirtschaftsf. Bochum +++ u. weit. 393 Anbieter m. quantit. 5-Jahres-Trends

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse

Wirtschaftsförderung 2021

Werbeausgaben für 400 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

Februar 2021



powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Wirtschaftsförderung 2021

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Wirtschaftsförderer innerhalb eines Jahres über 30 Millionen Euro ausgegeben.
- Das Werbevolumen steigt innerhalb von zwölf Monaten um rund sieben Prozent.
- Im Durchschnitt werben 172 Wirtschaftsförderer pro Monat. Innerhalb der vergangenen fünf Jahre hat die Anzahl der Werbungtreibenden stark geschwankt.
- In den vergangenen Jahren hat innerhalb des Mediensplits der Anteil der Out-of-Home-Werbung ständig zugenommen. Topwerber Nummer eins in diesem Medium ist die IDM Südtirol - Alto Adige.
- Drei Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Million Euro innerhalb der letzten zwölf Monate.
- Die Werbekonzentration liegt bei 22% Anteil der Top 3-Marken.
- Unter den Top 10 nach Werbeausgaben findet sich ein Newcomer, der in den vier Jahren zuvor keine Werbung geschaltet hatte.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbenvolumen Wirtschaftsförderung

2018/2019:
28 Mio €

2019/2020:
30 Mio €



Mediensplit



Out-of-Home-Werber Nr. 1:
IDM Südtirol - Alto Adige

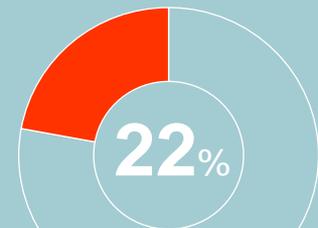
Werbungtreibende pro Monat im Ø



Werbekonzentration



**IDM Südtirol
Land NRW
Rheinhausen**



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

400 Anbieter der Wirtschaftsförderung
mit den höchsten Spendings

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

Mediensplit für sechs Gattungen:
Internetbanner, Radio, Out-of-Home, TV, Zeitschriften, Zeitungen

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 88 PowerPoint-Seiten

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

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

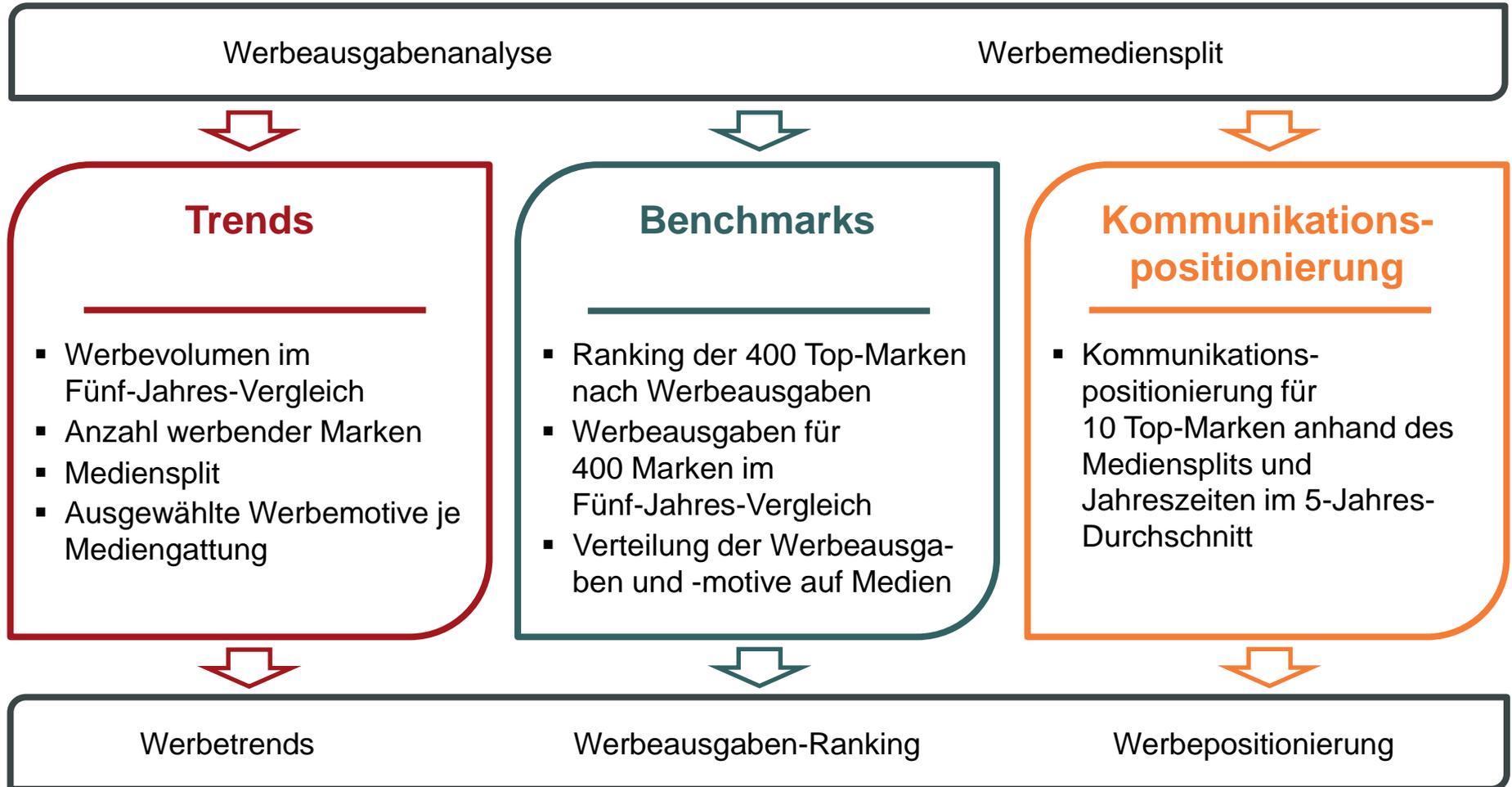
Nutzen: Analyse von Trends und Benchmarks ermöglichen
einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- City-Gem. Hannover
- IDM Südtirol – Alto A.
- Kauf vor Ort
- Land NRW
- Landesh. München
- Staatskanzlei NI
- Regionalverb. Ruhr
- Rheinhessen
- Roter Hahn
- W.förderung Bochum
- + Spendings für
390 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?
- 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 400 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings für sechs Mediengattungen
- Positionierungsanalyse auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet-Bannerwerbung, Out-of-Home, 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 88 Seiten umfassende Studie kostet **1.600 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	7
➤ Trends	11
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	13
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	18
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	26
▪ Werbeausgaben-Rankings	29
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 400-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10-Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken	73
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	
▪ Mediensplit der Top 10-Marken	80
Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤ Kommunikationspositionierung	82
Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤ Kontakt	87



Analysebeispiele (1)

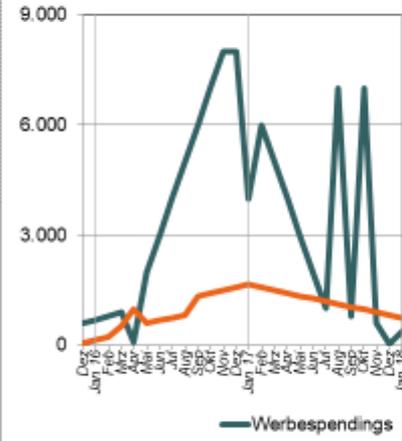
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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

Werbespendings



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



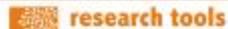
Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische TV Beispiele 2019/2020



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

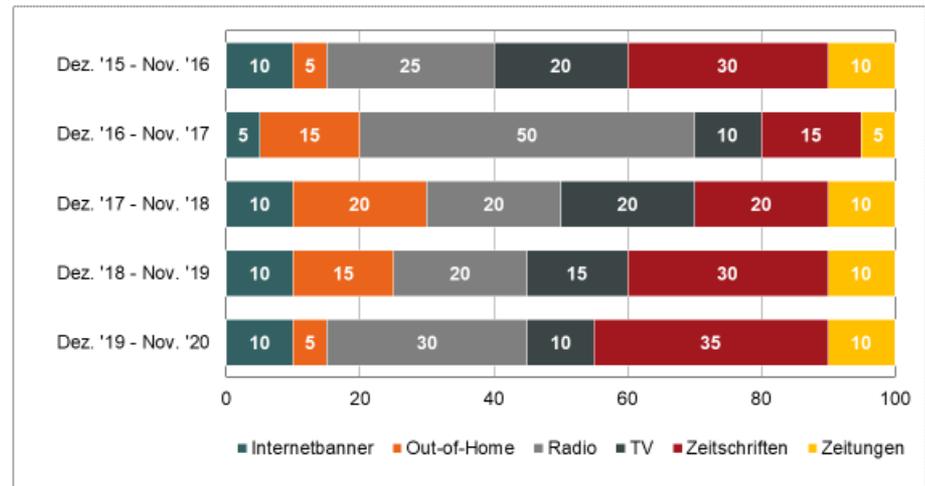


Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Wirtschaftsförderung 2021

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

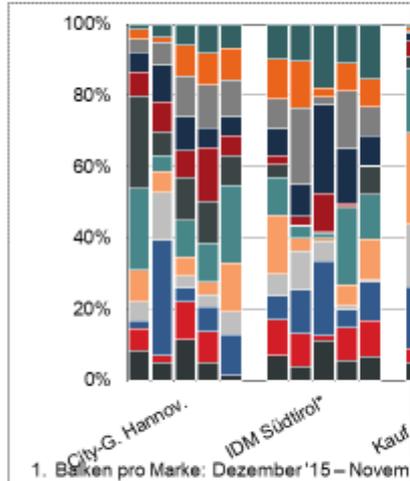
Analysebeispiele (2)

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 400-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Dez. '15 – Nov. '16	
		1.000.000	€
11	ACN Rheinland	1.000.000	€
12	Behörde f. Wirtsch. ¹	900.000	€
13	EMG Essen Market.	800.000	7
14	Freistaat Sachsen	700.000	€
15	Hamburg Marketing	600.000	€
16	IMG Investitions- u. ²	500.000	4
17	Landesha. Schwerin	400.000	3
18	Region Stuttgart	300.000	2
19	S Bad Mergentheim ³	200.000	1
20	Zymle	100.000	€

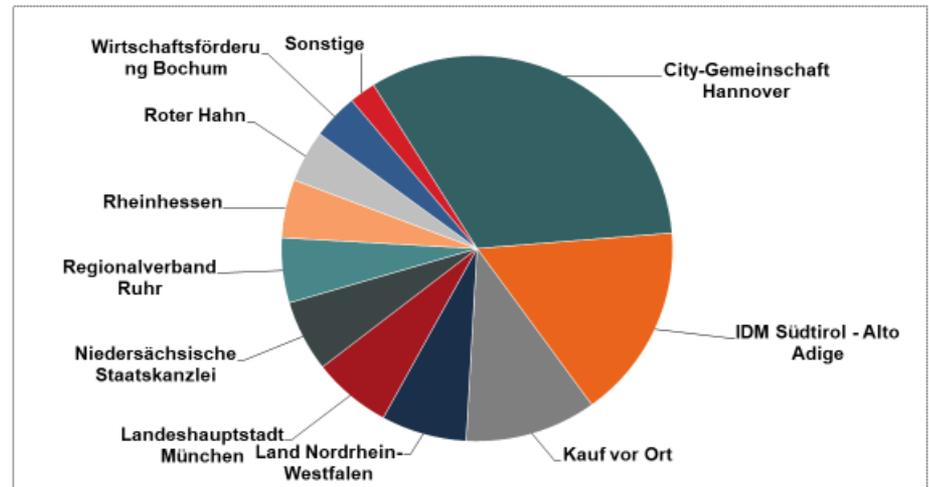
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



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



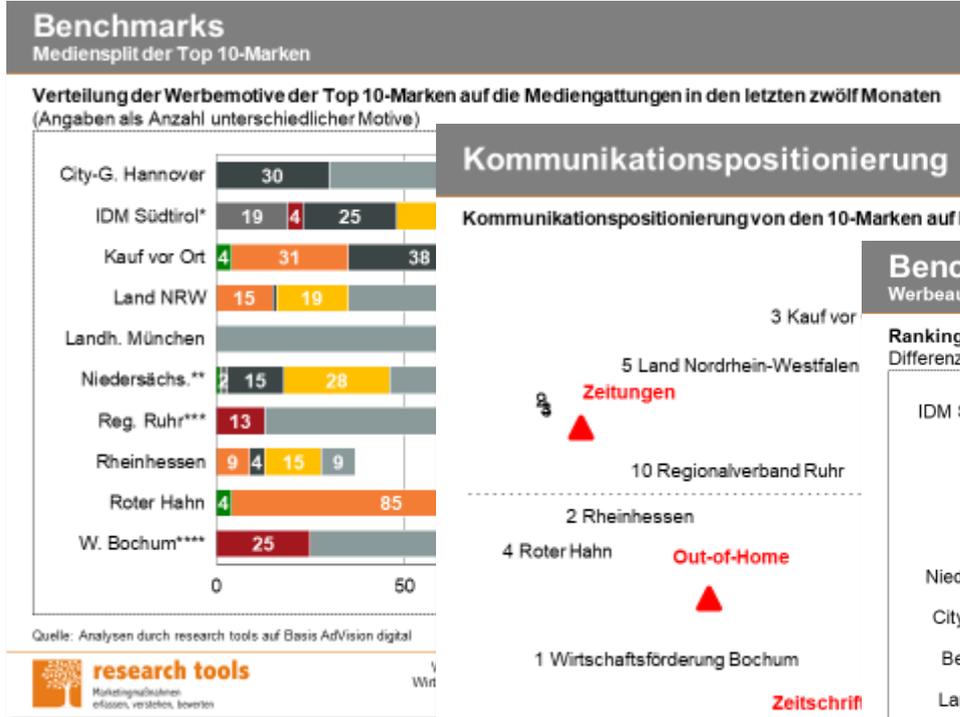
Werbemarktanalyse
Wirtschaftsförderung 2021

Welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken?

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

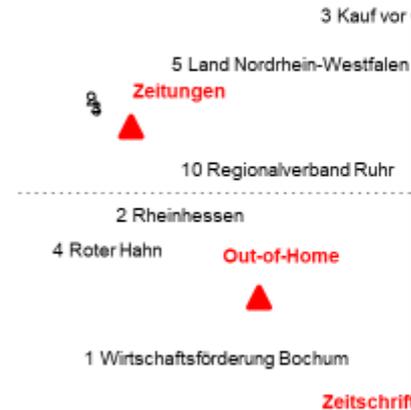
Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



Kommunikationspositionierung

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

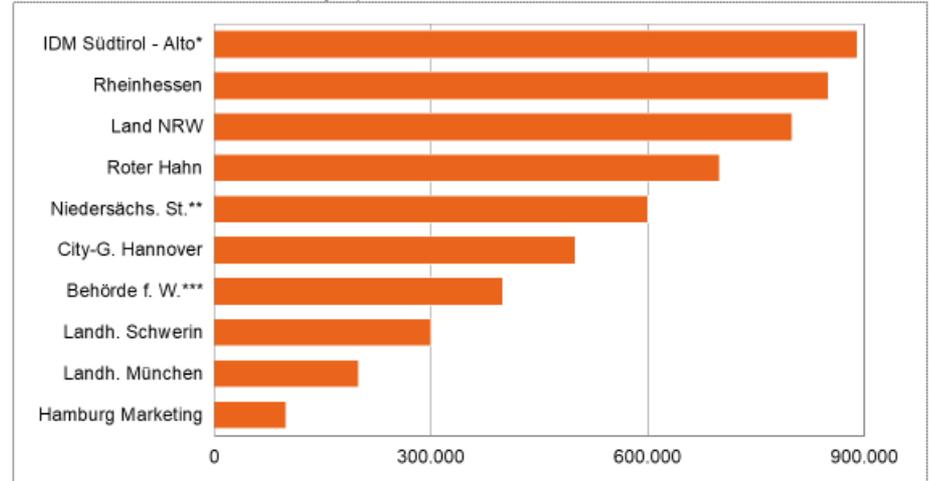


Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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



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 Wirtschaftsförderung 2021.

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

Vorgängerstudie zum Werbemarkt Wirtschaftsförderung:

- Werbemarktanalyse Wirtschaftsförderung 2019

Weitere zuletzt erschienene Studien zur Wirtschaftsbranche :

- Marketingradar Verfahrenstechnik 2020
- Marketingradar Antriebstechnik 2020
- Studie eVisibility Automatisierungstechnik 2020
- Studie eVisibility Arbeitsschutz 2020

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

