

+++ Air Berlin +++ Condor +++ easyJet +++ Emirates +++ Etihad Airways +++ Eurowings +++ Lufthansa +++ SWISS +++ TUIfly +++ Turkish Airlines +++ und weitere 70 Fluggesellschaften mit Werbeausgabentrends ++

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Fluggesellschaften 2017

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

März 2017

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Fluggesellschaften 2017

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Für mediale Kommunikation haben die werbungstreibenden Fluggesellschaften innerhalb von zwölf Monaten über 125 Millionen Euro ausgegeben.
- Die Zahl werbender Airlines oszillierte in den letzten fünf Jahren zwischen 25 und 61 Werbungtreibenden. In den letzten zwölf Monaten haben im Durchschnitt pro Monat knapp 50 Airlines geworben.
- Etwa zwei Drittel des gesamten Werbevolumens entfallen auf deutsche Fluggesellschaften. Der Anteil asiatischer und europäischer – nicht deutscher – Gesellschaften liegt etwa gleichauf.
- Zuletzt hat der Anteil an TV-Werbung zugenommen, noch im Vorjahr war Internetwerbung deutlich stärker geworden.
- 16 Fluggesellschaften werben mit einem Jahresvolumen von über einer Million Euro. Sechs Airlines haben im Vergleich zum Vorjahr ihre Werbeausgaben um mehr als eine Million aufgestockt.
- Auffallend ist der breite Medienmix bestehend aus Internet, Print, Radio und TV, den sechs der zehn werbestärksten Fluggesellschaften nutzen.

Informationen zur Studie

Wichtigste USPs:

Werbetrends für die 80 **Top-werbungtreibenden Fluggesellschaften** mit den höchsten Werbeausgaben

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

nach **sieben Herkunftsregionen** der Airlines

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich** auf 148 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

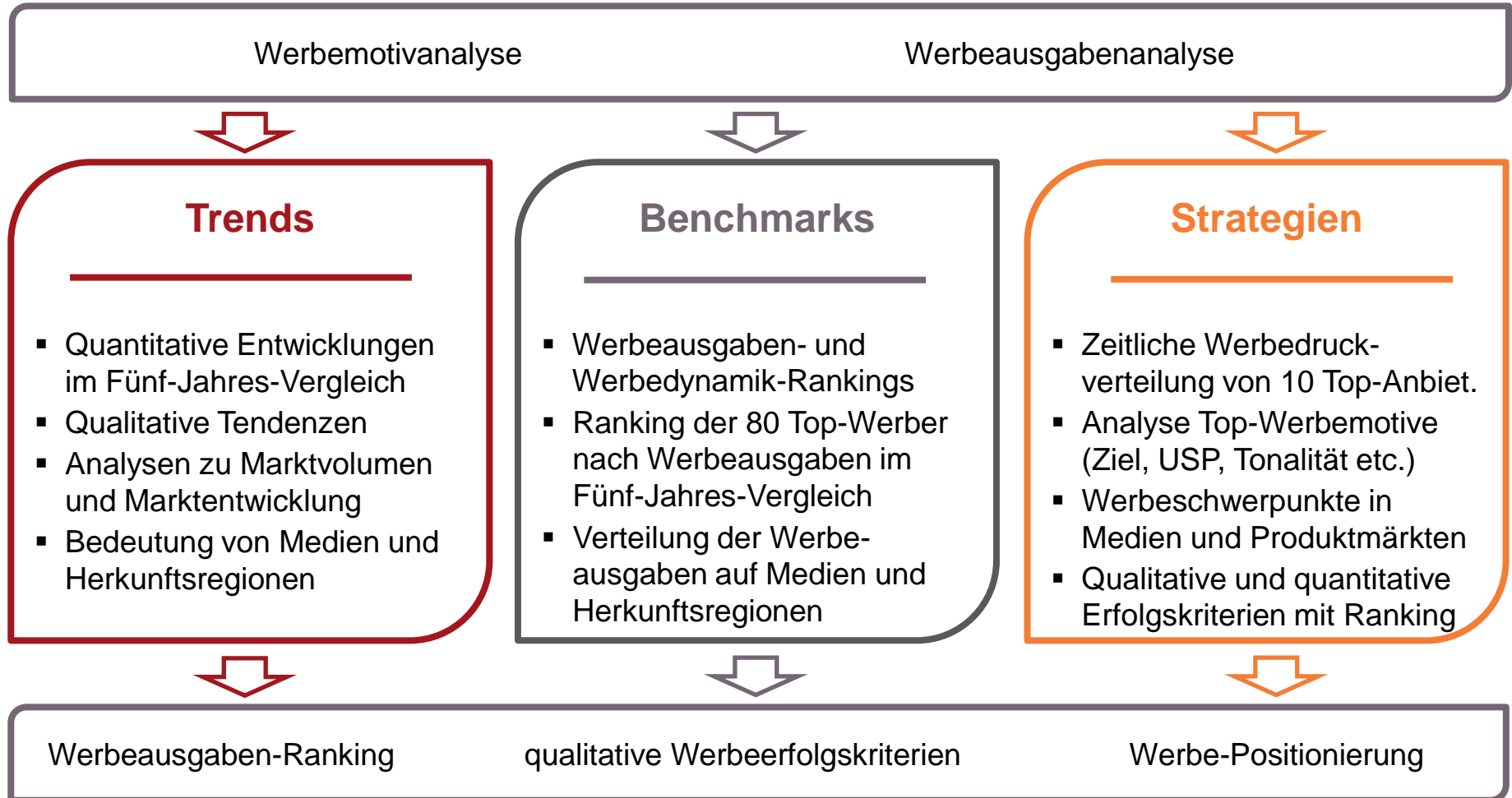
Im Detail analysierte Anbieter:

- Air Berlin
- Condor
- easyJet
- Emirates
- Etihad Airways
- Eurowings
- Lufthansa
- SWISS
- TUIfly
- Turkish Airlines
- + Spendings für 70 weitere Fluggesellschaften



Informationen zur Studie

Studieninhalte:



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 Fluggesellschaften?
- welche Entwicklungen zeigen sich in verschiedenen Herkunftsregionen?
- welche Werbestrategien wenden die zehn detailliert analysierten Airlines an?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10 Airlines?
- 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-Fluggesellschaften im Werbemarkt?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 80 Anbietern im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings nach sieben Herkunftsregionen
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Qualitative Strategien & Motivanalyse von zehn Top-Anbietern
- 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 148 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	27
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2016/2017, aktuelle Trends 2016/2017	
➤ Benchmarks	30
▪ Werbeausgaben-Rankings	33
Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 80 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im 5-Jahres- Vergleich	46
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 Werbe- ausgaben der Top 10 Marken auf die Monate im Fünf-Jahresvergleich	
▪ Verteilung der Werbeausgaben in den letzten zwölf Monaten	52
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	54
Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10 Marken durchgeführt: Werbeausgaben nach Mediengattungen, zeitliche Werbedruckverteilung nach Mediengattungen in den letzten 24 Monaten, Analyse Top-Werbemotive, Quantitative und qualitative Erfolgskriterien	
▪ Air Berlin	60
▪ Condor	69
▪ easyJet	79
▪ Emirates	86
▪ Etihad Airways	95
▪ Eurowings	100
▪ Lufthansa	108
▪ Swiss International Air Lines (Swissair)	117
▪ TUIfly	124
▪ Turkish Airlines	128
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	134
▪ Motiv-Highlights	136
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	139
➤ Kontakt	147

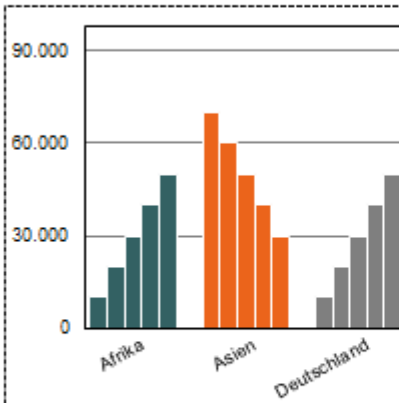
Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich

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



Trends

Qualitative Tendenzen

Aktuelle Trends 2016/2017

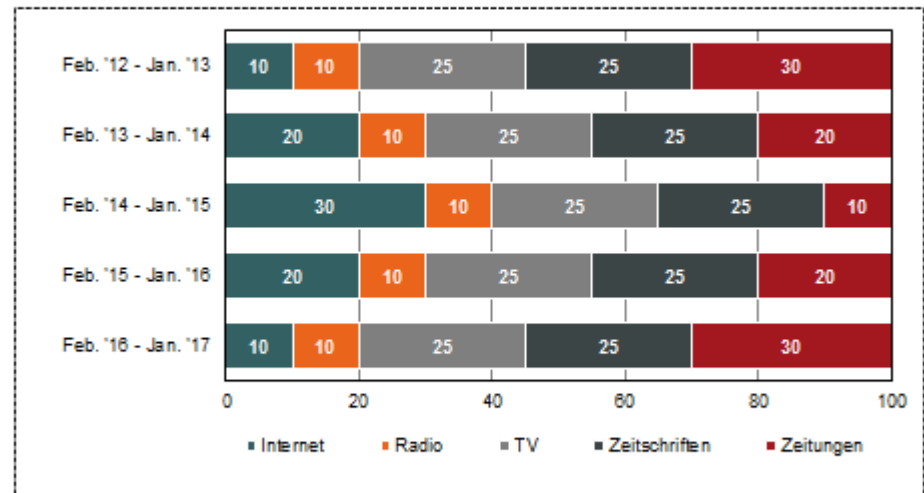
Kategorie	Top 1
Meist geschaltete Medienkanäle	Zeitschriften
Meist genutzte Werbemedium	Medium XY
Anzahl Motive	Internet (XXX)
Designelemente	Urlaubsziele
Kreativagenturen	Agentur A

Auf welchen Mediensplit setzen die Airlines?

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

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Welche Dynamik ist in den Herkunftsregionen der Fluggesellschaften erkennbar?

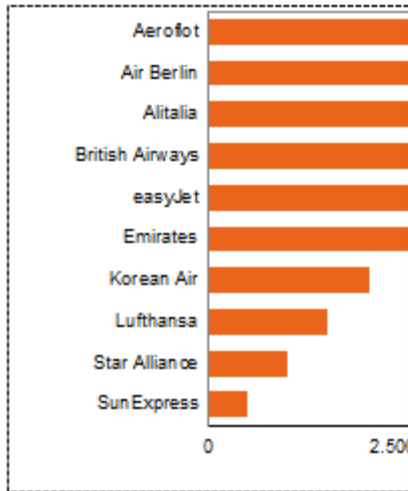
Beispieleiten (2)

Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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



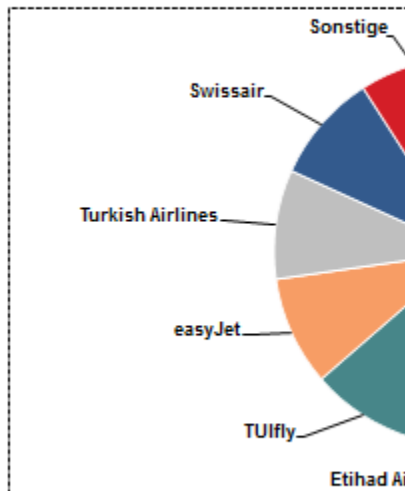
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10 Marken von Februar 2016 bis Januar 2017



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

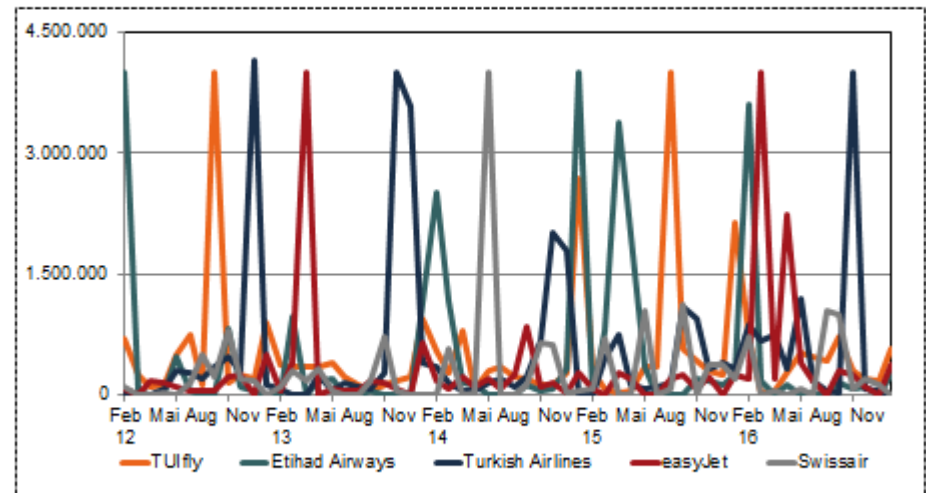


Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im Verlauf der letzten 60 Monate (Top 6 - 10)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Fluggesellschaften 2017

Welche Airlines weisen die größte Dynamik auf?

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Airline XY | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

Werbeausgaben absolut in '16/'17	XX.293.282 € (- XX% zu '15/'16) Rang X
Alleinstellung	Auszeichnung, XXXXX.XXXX.XXXX.XX
Aufmerksamkeitsstärke	Traumstrände mit Meer unter Palmen, lustige TV- u. Radiospots
Design – Konsistenz	Internet ähnlich, 2 verschiedene TV-Spots, Outdoorwerbung anders

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien

Airline Y | Infoscreen Analyse Top-Werbemotive



MED	Köln, Düsseld.	SCH	31
€	XXXX	ZG	Geschäftsl.
ZR	0X.XX.2016 – X3.XX.2016	USP	Fliegen Sie, 2x täglich
	Produktrelevanz	TON	schlicht

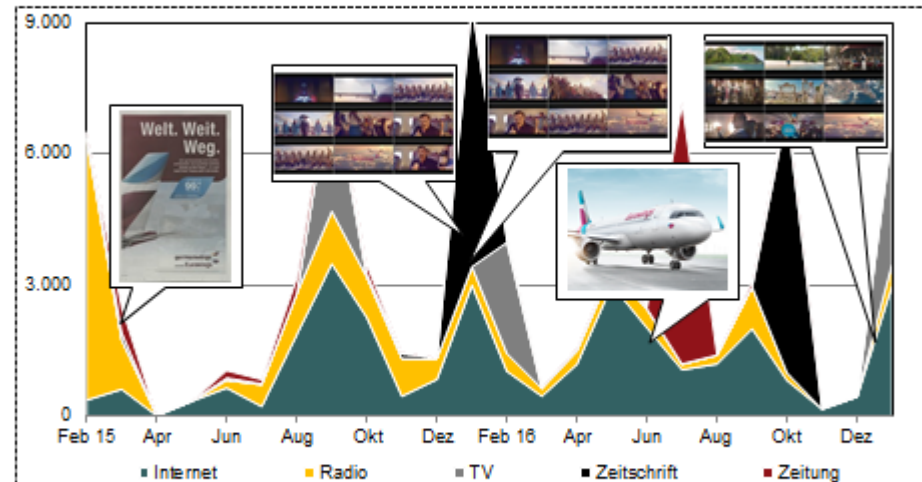
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

Strategien

Airline XY | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 24 Monaten nach Mediengattung (in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Fluggesellschaften 2017

Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

Marken	Werbedruck		Aware	
	Spending	Share of Advert.	Alleinstellung	
Air Berlin	○○○●	○○○●	●○○○	○○○○
Condor	●○○○	○○○●	●○○○	○○○○
easyJet	○○○●	○○○●	○○○○	○○○○
Emirates	○○○●	○○○●	○○○○	○○○○
Etihad Airways	●○○○	○○○●	●○○○	○○○○
Eurowings	○○○●	○○○●	○○○○	○○○○
Lufthansa	○○○●	○○○●	○○○○	○○○○
Swissair	●○○○	○○○●	○○○○	○○○○
TUIfly	○○○●	○○○●	○○○○	○○○○
Turkish Airline.	○○○●	○○○●	○○○○	○○○○

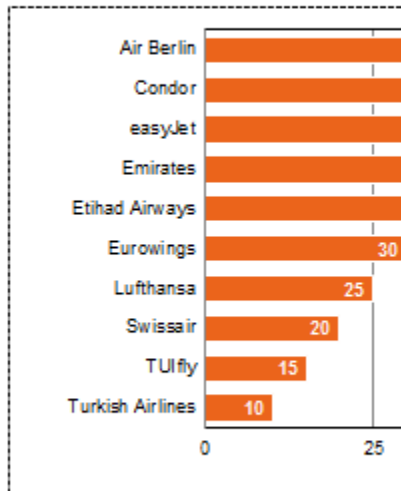
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien

Markenranking

Markenranking (Angaben in % der maximal erreichbaren Punkte)



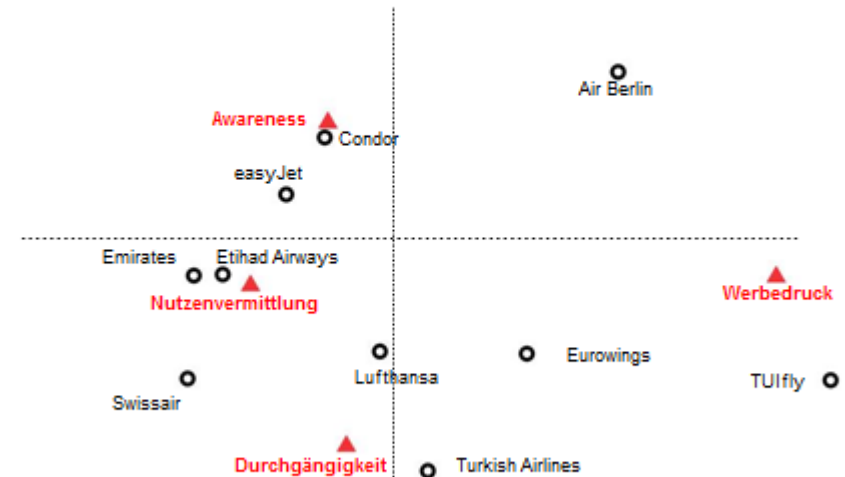
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Welche Positionierung nehmen die Werbungtreibenden im Wettbewerbsumfeld ein?

Kommunikationspositionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Marken



Werbemarktanalyse Fluggesellschaften 2017

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 Fluggesellschaften 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 erschienene Studien zur Tourismusbranche:

- Werbemarktanalyse Kreuzfahrten 2017
- Werbemarktanalyse Touristische Zielgebiete 2016
- Studie eVisibility Reisen 2016
- Werbemarktanalyse Fluggesellschaften 2016
- Marketing-Mix-Analyse Reiseversicherung 2016
- E-Shop-Analyse Flüge 2015

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Tourismusbranche sind seit 2014 zehn Marktstudien zu unterschiedlichen Themen erschienen.

