

+ 12auto group +++ ARAL+++ A.T.U +++ BMW-Bank +++ Carglass +++ Continental +++ Deutsche Allgemeine Versicherung +++ GPS +++ Goodyear Dunlop Tires +++ HUK-Coburg +++ ING DiBa +++ J. Eberspächer +++ + mobile.international +++ pit-stop +++ Renault +++ Shell +++ Silver Tours +++ Sixt +++ Tirendo +++ Volksw

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse Automotive- Umfeld 2014

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar, www.research-tools.net

Februar 2014

powered by:



©Elena Elisseeva/123RF.COM



Data-driven insights

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Automotive-Umfeld 2014



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Informationen zur Studie (1)

Keyfacts (Auswahl):

- Der Markt Automotive-Umfeld lässt sich in die zehn Produktmärkte Automobil Händler, Autoteile/ Zubehör Händler, Autoteile/Zubehör Hersteller, Autovermietung, KFZ-Finanzierung, KFZ-Versicherung, Kraft- und Schmierstoffe, Online-Portale KFZ, Reifenhersteller und Werkstätten unterteilen.
- Für die mediale Kommunikation haben die Werbetreibenden im Automotive-Umfeld im Betrachtungszeitraum von Oktober 2012 bis einschließlich September 2013 insgesamt über 645 Millionen Euro ausgegeben. Im Vergleich zum Vorjahr sind die Ausgaben um 19 Prozent zurückgegangen. Gleichzeitig haben auch 161 Unternehmen weniger auf diesem Markt geworben. Die Anzahl der werbenden Unternehmen ist von 1050 auf 889 gesunken.
- Etwa 40 Prozent dieser Werbeausgaben wurde von den Automobilhändlern getätigt, dahinter folgen die Produktmärkte Autoteile/-Zubehör Händler und Reifenhersteller.
- Produktmarktübergreifend führt ein Autoteile-Händler mit über 50 Mio. € das Ranking der Unternehmen mit den höchsten Werbeausgaben an. Die Werbespendings vom zweit- und drittplatzierten Anbieter betragen jeweils annähernd die Hälfte des Volumens vom Erstplatzierten. Bemerkenswert ist, dass die Aufwendungen vom Zweitplatzierten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um mehr als die Hälfte zurückgegangen sind.
- Fernsehen und Printmedien sind die am häufigsten genutzten Medien im Automobil-Umfeld. Deutlich seltener findet Outdoor- und Radiowerbung statt. Internet-Kommunikation spielt nur eine untergeordnete Rolle.

Informationen zur Studie (2)

Sie möchten wissen,

- welche allgemeinen Werbeausgabetrends zu beobachten sind?
- wer die werbeintensivsten und /-dynamischsten Unternehmen sind?
- welche Unternehmen in welchen Produktmärkten wieviel für Werbung ausgeben?
- mit welchen Motiven die Unternehmen werben?
- welche neuen Entwicklungen in verschiedenen Produktmärkten zu erkennen sind?
- mit welchen Slogans in der Werbung argumentiert wird?
- welche Werbestrategien die 20 detailliert porträtierten Unternehmen anwenden?

Kern der Analyse ist das **Werbeverhalten** der berücksichtigten Unternehmen im Automotive-Umfeld in Bezug auf die Produktmärkte Automobil Händler, Autoteile/Zubehör Händler, Autoteile/Zubehör Hersteller, Autovermietung, KFZ-Finanzierung, KFZ-Versicherung, Kraft- und Schmierstoffe, Online-Portale KFZ, Reifenhersteller, Werkstätten. Diese Studie richtet sich an Marketing- und Vertriebsverantwortliche, Kommunikations- und Produktmanager sowie an sonstige Entscheider im Bereich Automotive.

Die vorliegenden Marktinformationen sind die Grundlage für eine klare Positionierung und adäquate Reaktionen auf Werbemaßnahmen der Wettbewerber. In der Studie wird der Markt Automotive-Umfeld aus Sicht der Anbieter analysiert.

Informationen zur Studie (3)

Forschungsdesign:

Neben der Analyse anbieterübergreifender Werbetrends sowie den produktmarktbezogenen Firmenrankings werden die Werbestrategien der folgenden zwanzig besonders werbeintensiven Anbieter untersucht. Es handelt sich dabei um:

- Automobil Händler: Volkswagen
Renault
- Autoteile/Zubehör Händler Carglass
Tirendo
- Autoteile/Zubehör Hersteller: J. Eberspächer
GPS
- Autovermietung: Silver Tours
Sixt
- KFZ-Finanzierung: ING-DiBa
BMW Bank
- KFZ-Versicherung: HUK-COBURG
Deutsche Allgemeine Versicherung
- Kraft- und Schmierstoffe: Shell
ARAL
- Online-Portale KFZ: mobile.international
12auto group

Informationen zur Studie (4)

- Reifenhersteller: Continental
Goodyear Dunlop Tires Germany
- Werkstätten: Auto-Teile-Unger
pit-stop Auto Service

Die Studie basiert auf Marktinformationen aus Sekundärquellen von Ebiquity (Werbespendings, Werbemotive). Sie ist im Februar 2014 erschienen.

Die Werbemarktanalyse Automotive-Umfeld 2014 wird als PDF- und Powerpoint-Datei angeboten, um eine unmittelbare Nutzung im Unternehmen zum Beispiel für interne Präsentationen zu ermöglichen.

Die Studie enthält unter anderem folgende **Besonderheiten & Features**:

- Daten zu Marktvolumen und Marktentwicklung
- Werbespendings, differenziert nach Mediengattungen, vom Werbebeobachter **Ebiquity**

Die 329 Seiten umfassende Studie kostet 4.800 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	8
➤ Trends	13
▪ Produktmarktübergreifende quantitative Entwicklungen	16
Quantitative Entwicklungen der Werbespendings produktmarktübergreifend	
▪ Quantitative Entwicklungen nach Produktmärkten	17
Quantitative Entwicklungen der Werbespendings nach Produktmärkten, Werbespendings auf die Produktmärkte im Vorjahresvergleich, Anzahl der werbenden Unternehmen nach Produktmärkten im Vorjahresvergleich, durchschnittliche Werbespendings nach Produktmärkten im Vorjahresvergleich	
▪ Aktuelle Motive und Nutzenargumente nach Produktmärkten	26
➤ Benchmarks	36
▪ Rankings der Anbieter produktmarktübergreifend	41
Ranking der Top 50 Anbieter nach Werbespendings, Share of Advertising der Top 50 Anbieter nach Werbespendings, Entwicklung der Werbespendings der Top 10 Anbieter nach Werbevolumen im Vorjahresvergleich	
▪ Rankings der Anbieter nach Produktmärkten	52
Ranking der Top 10 Anbieter nach Werbevolumen, Share of Advertising der Top 10 Anbieter nach Werbevolumen, Entwicklung der Werbespendings der Top 10 Anbieter nach Werbevolumen im Vorjahresvergleich, Ranking der Top 10 Anbieter nach Werbedynamik, Ranking der Low 10 Anbieter nach Werbedynamik	

Inhaltsverzeichnis

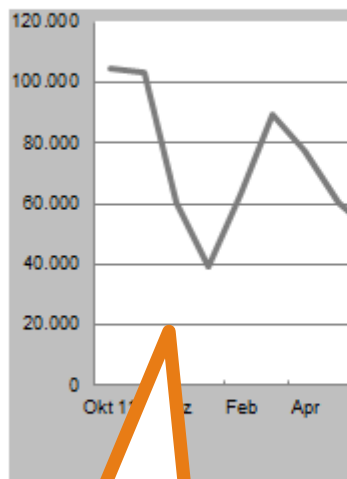
➤ Strategien	102
▪ Werbestrategien der Top 10-Unternehmen in den Produktmärkten	106
Beworbene Produktmärkte der Top 10 Anbieter nach Werbevolumen, zeitliche Entwicklung der Werbespendings der Top 10 Anbieter nach Werbevolumen, Mediensplit der Top 10 Anbieter nach Werbevolumen, Top Werbeträger der Top 10 Anbieter nach Werbevolumen, Motive, Kreationen, Slogans & Nutzenargumente der Top 10 Anbieter nach Werbevolumen	
▪ Übersicht der Top 3 Anbieter nach Werbevolumen	196
▪ Werbestrategien ausgewählter Unternehmen	197
Verwendete Medien in den einzelnen Produktmärkten, Werbeanteile pro Produktmarkt den Mediengattungen, Top Werbeträger pro Produktmarkt nach Medium, zeitliche Werbedruckverteilung nach Produktmärkten, Inhaltliche Kommunikation in den ausgewählten Produktmärkten	
➤ Key facts	297
▪ Key facts der Produktmärkte	298
▪ Key facts der ausgewählten Unternehmen	308
➤ Kontakt	328

Beispielseiten (1)

Trends

Produktmarktübergreifende quantitative Entwicklungen

Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (in Tsd. €)

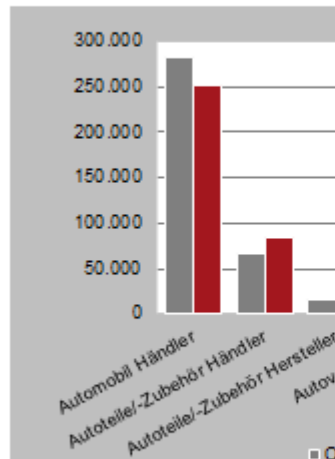


Quelle: Ebiquity; Analysen durch research tools

Trends

Quantitative Entwicklungen nach Produktmärkten

Werbespendings nach Produktmärkten im Vorjahresvergleich (in Tsd. €)



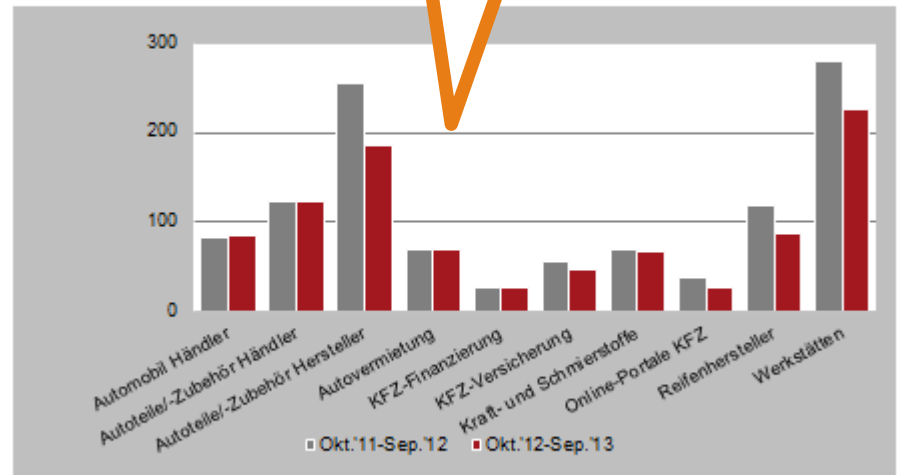
Analysen durch research tools

Wie viele Unternehmen werben in den einzelnen Produktmärkten?

Trends

Quantitative Entwicklungen nach Produktmärkten

Anzahl werbender Unternehmen nach Produktmärkten im Vorjahresvergleich



Quelle: Ebiquity; Analysen durch research tools

Welche Entwicklung der Werbespendings ist erkennbar?

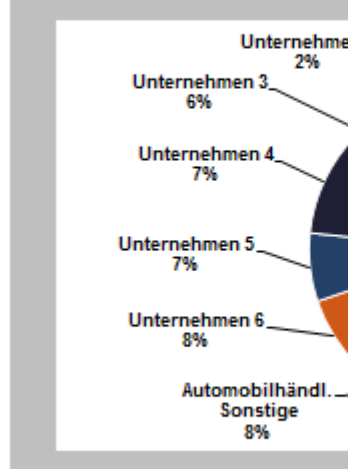
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (2)

Benchmarks

Rankings der Anbieter nach Produktmärkten

Automobil Händler – Share of Advertising (SoA) der Top 10 Anbieter nach Werbevolumen von Oktober 2012 bis September 2013



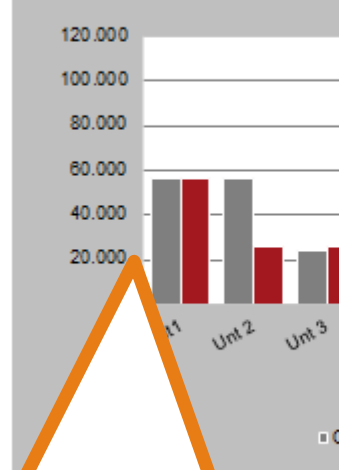
Quelle: Ebiquity; Analysen durch research tools



Benchmarks

Rankings der Anbieter produktmarktübergreifend

Entwicklung der Spendings der Top 10 Anbieter nach Werbevolumen Vorjahresvergleich (in Tsd. €)



Welche Dynamik ist im Produktmarkt KFZ-Versicherung erkennbar?

Benchmarks

Rankings der Anbieter nach Produktmarkt

KFZ-Versicherung – Ranking der Top 10 Anbieter nach Werbedynamik

Rang	Unternehmen	Spendings in € Okt.'12 bis Sep.'13	Spendings in € Okt.'11 bis Sep.'12	Veränderungsrate
1	Audi Bank Direct	XX.848	0	-
2	CG Car-Garantie Versicherung	XX.370	0	-
3	Verbund alte Leipziger - Hallesche	XX.500	0	-
4	Bauer Versicherungsmakler	XX.000	0	-
5	BGV Badische Versicherungen	XX.957	0	-
6	Generali Deutschland	XX.775	0	-
7	Öffentliche Versicherung Braunschweig	XX.854	0	-
8	Verband der PSD Banken	XX.233	0	-
9	ACE Auto Club Europa	XX.253	0	-
10	Helvetia Schweizerische Versicherung	XX.010	0	-

Quelle: Ebiquity; Analysen durch research tools



Werbemarktanalyse Automotive-Umfeld 2014



Welche Entwicklung nahmen die Werbespendings der Top 10 Anbieter im Vorjahresvergleich?

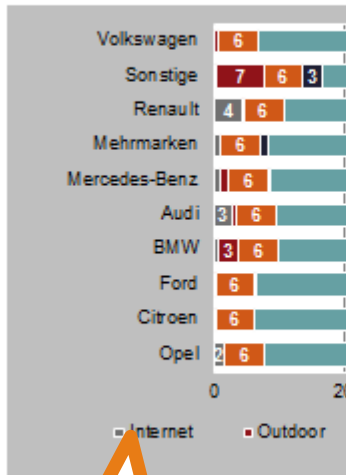
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (3)

Strategien

Werbestrategien der Top 10-Unternehmen in den Produktmärkten

Automobil Händler – Mediensplit der Top 10 Anbieter nach Werbevolumen (in %)



Quelle: Ebiquity; Analysen durch research tools

Welche Werbeträger nutzt das einzelne Unternehmen?

Strategien

Werbestrategien der Top 10-Unternehmen in den Produktmärkten

Autoteile/-Zubehör Händler – Top Werbeträger der Top 10 Anbieter nach Werbevolumen (in Euro)

Unternehmen	Internet
Unternehmen XX	Essen-und-trinken.de (196)
Unternehmen YY	Auto-motor-und-sport.de (49.294)
Unternehmen ZZ	Sport1.de (56.555)
Unternehmen AA	
Unternehmen BB	Geizkragen.de (21.598)

Quelle: Ebiquity; Analysen durch research tools

Welche Leistungsargumente kommuniziert das Unternehmen XX?

Strategien

Werbestrategien der Top 10-Unternehmen in den Produktmärkten

Online-Portale KFZ – Motive, Kreativkonzepte, Logos & Nutzenargumente

Unternehmen	Motivbeispiel	Anzahl der Werbeträger	Slogan und Nutzenargumente
mobile.international		4 TV 432 Print 4 Internet	<ul style="list-style-type: none"> Deutschlands größter Fahrzeugmarkt. Gebrauchte Autos in Deiner Nähe. Gebrauchtwagen günstig.
12auto group		10 TV 4 Internet	<ul style="list-style-type: none"> Verloren beim Autokauf/hilft aus Millionen Anzeigen verschiedener Auto-börsen Finden sie die beste Werkstatt in ihrer Region
autoscout24		6 TV 25 Print 76 Internet	<ul style="list-style-type: none"> 1,8 Mio. Angebote Auf was fährst du ab? Wir liefern ihnen 100.000 Spezialitäten.
Axel Springer Verlag		51 Print 56 Internet	<ul style="list-style-type: none"> Suchen und finden auf autobild.de! Ganz nach Ihrem Geschmack.
Autohaus24		9 Print 25 Internet	<ul style="list-style-type: none"> Neuwagen Sonderrabatte. Bis zu 42% Rabatt

Quelle: Ebiquity; Analysen durch research tools

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (4)

Strategien

Werbestrategien ausgewählter Unternehmen – **Automobilhändler**

Volkswagen – Inhaltliche Kommunikation im ausgewählten Produktmarkt



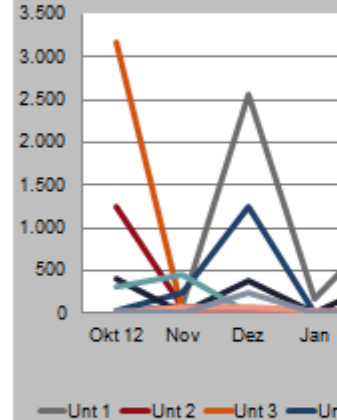
Quelle: Ebiquity; Analysen durch research tools



Strategien

Werbestrategien der Top 10-Unternehmen in den

Kraft- und Schmierstoffe – Zeitliche Entwicklung nach Werbevolumen (in Tsd. €)



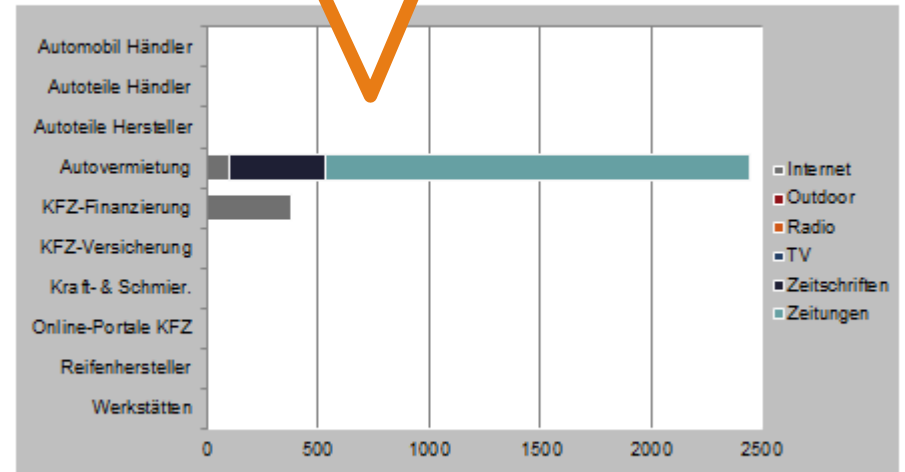
Quelle: Ebiquity; Analysen durch research tools

Auf welche Märkte verteilt das Unternehmen XX seine Werbeausgaben? Welche Medien werden dafür genutzt?

Strategien

Werbestrategien ausgewählter Unternehmen – **Autovermietung**

Unternehmen XX – Beworben Märkte inkl. Mediensplit (in Tsd. €)



Quelle: Ebiquity; Analysen durch research tools

WerbeMarktanalyse Automotive-Umfeld 2014



Welche Motive werden für die Kommunikation verwendet?

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



Data-driven insights

Studiensteckbrief
WerbeMarktanalyse Automotive-Umfeld 2014



research tools
Marktforschung für Innovation und Handlungssicherheit

Bestellformular

FAX: +49 (0)711 - 55090384

Auftragnehmer:

research tools

Herrn Dipl.-Kfm. Uwe Matzner, Marktforscher BVM

Wäldenbronner Straße 2

73732 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von **4.800 EUR** zzgl. MwSt. die Studie **Werbemarktanalyse Automotive-Umfeld 2014.**

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Unterschrift:

Datum/Ort:

Kontakt

Ihre Ansprechpartner für diese Studie sind:

Pascal Schumacher



Director Business Development
Telefon: +49 40-399277-264
E-Mail: pascal.schumacher@ebiquity.com

Ebiquity Germany GmbH
Hermannstraße 40
20095 Hamburg
www.ebiquity.com

Uwe Matzner



Geschäftsführer, Diplom-Kaufmann,
Marktforscher BVM
Tel. +49 711 55090381,
E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools
Wäldenbronner Strasse 2
73732 Esslingen am Neckar, Deutschland
www.research-tools.net

Jüngste Studien zur Automotivebranche:

- Studie Kraftstoffmarkt-Zielgruppe Junge Erwachsene 2013 (Dezember 2013)
- Studie Unternehmensprofile Reifenmarken 2013 (Dezember 2013)
- Studie PKW-Zielgruppe Anschaffungsabsicht Hybridantrieb 2013 (Dezember 2013)
- Marketing-Mix-Analyse KFZ-Versicherungen 2013 (November 2013)

