



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Einkaufszentren legen bei Werbung deutlich zu



Das Werbevolumen von Einkaufszentren erreicht mit 34 Millionen Euro einen Höchststand. Eine Mehrzahl der werbestarken Zentren liegt im Osten Deutschlands. Zeitungen sind über Jahre hinweg das Top-Werbemedium.

Esslingen am Neckar, 10. Mai 2016 – Werbung von und für Einkaufszentren hat einen Höchststand erreicht. Das Werbevolumen liegt aktuell bei 34 Millionen Euro und hat sich damit innerhalb von zwei Jahren stark positiv entwickelt. Die Anzahl an Werbern ist über die Jahre mit durchschnittlich 52 Werbern relativ konstant.

Die höchsten Werbeausgaben tätigten Einkaufszentren in Nordrhein-Westfalen sowie dem Gebiet Sachsen/Thüringen mit jeweils etwa 30 Prozent der Gesamtausgaben. Überraschend verbucht das größte Bundesland Bayern mit einem Anteil von knapp zwei Prozent die geringsten Werbeausgaben der untersuchten acht Nielsen-Gebiete. In Ostdeutschland sind die Werbeausgaben im Schnitt um 127 Prozent im Vorjahresvergleich gestiegen.

Das langjährige Top-Werbemedium sind Tageszeitungen. In einigen Gebieten erreichen sie einen Anteil von annähernd einhundert Prozent. Die Outlets Metzingen trägt mit intensiver Internet- und Zeitschriftenwerbung zu einem veränderten Mediensplit in Baden-Württemberg bei.

Insgesamt elf Einkaufszentren werben mit einem Volumen von über einer Million Euro. Zehn der elf Zentren haben ihre Spendings aufgestockt. Gemeinsam stemmen Sie einen Anteil von 64 Prozent des gesamten Werbeaufkommens. Top Werber ist die Rathaus Galerie in Essen, Top-Aufsteiger das P.C. Paunsdorf Center in Leipzig. Die Verteilung aufs Bundesgebiet zeigt indes eine deutliche Konzentration. Sieben der elf werbestärksten Einkaufszentren liegen in Ostdeutschland.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Einkaufszentren 2016“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben von Einkaufszentren in Deutschland. Sie gibt auf 117 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in den acht Nielsen-Gebieten. Neben der Entwicklung von Werbespendings der Top 100 Werber werden Fünf-Jahres-Trends erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive. Die vorliegende Werbemarktanalyse basiert auf Daten und Motiven von AdVision digital.

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner
research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 - 55090381
Fax +49 (0)711 - 55090384
uwe.matzner@research-tools.net