

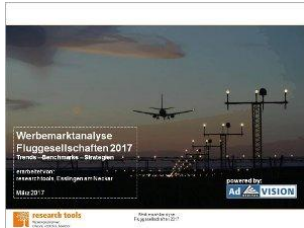


research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Fluggesellschaften werben mit breitem Medienmix



Mit mehr als 80 Millionen Euro werben fünf werbestarke deutsche Fluggesellschaften um die Aufmerksamkeit des Kunden. Internet und TV sind im Gesamtmarkt die Hauptmedien mit jeweils rund einem Drittel aller Werbeausgaben.

Esslingen am Neckar, 22. März 2017 – Für die mediale Kommunikation haben die werbungstreibenden Fluggesellschaften innerhalb eines Jahres über 125 Millionen Euro ausgegeben. Das Werbevolumen zeigt sich im Vorjahresvergleich stabil. Deutsche Fluggesellschaften haben am Gesamtvolumen einen Anteil von zwei Dritteln. Unter den ausländischen Gesellschaften zeigen sich besonders asiatische und europäische Airlines werbestark.

Von den mehr als 80 werbenden Fluggesellschaften präsentieren sich 16 Airlines mit einem Jahresvolumen von jeweils über einer Million Euro, fünf davon mit Sitz in Deutschland. Trotz des stabilen Gesamtmarkts fallen dennoch bei einzelnen Fluggesellschaften deutliche Volumenveränderungen auf. So haben sechs Airlines im Vergleich zum Vorjahr ihre Werbeausgaben um über eine Million Euro aufgestockt, darunter Lufthansa und Air Berlin.

Deutsche Fluggesellschaften werben bevorzugt in Internet und TV. Etwas mehr als jeweils ein Drittel des Gesamtvolumens fließt in diese beiden Medien. Darüber hinaus ist der breite Medienmix der Topwerber auffallend, denn auch Radio und Print sind beliebt. Die zehn werbestärksten Fluggesellschaften nutzen im Durchschnitt 4,3 von insgesamt fünf betrachteten Mediengattungen.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Fluggesellschaften 2017“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben von Fluggesellschaften in Deutschland. Sie gibt auf 148 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in sieben Herkunftsregionen Afrika, Asien, Deutschland, Europa (ohne Deutschland), Nordamerika, Ozeanien und Südamerika. Neben der Entwicklung von Werbespendings der Top 80 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