



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Fluggesellschaften: Anzahl werbender Airlines nimmt weiter zu



Die Anzahl werbungstreibender Fluggesellschaften nimmt stetig zu. Zeitgleich sind die Werbeausgaben pro werbender Airline seit Jahren rückläufig. Volumenzuwächse zeigt aktuell vor allem der asiatische Raum.

Esslingen am Neckar, 04. April 2019 – Die mediale

Kommunikation der werbungstreibenden Fluggesellschaften zieht nach einem herben Einbruch zum Vorjahr wieder leicht an. Die Werbeausgaben in Deutschland summieren sich damit innerhalb von zwölf Monaten auf 98 Millionen Euro. Das größte absolute Werbeplus verzeichnet mit einem Zuwachs von mehr als fünf Millionen Euro der asiatische Raum und erreicht damit annähernd das Niveau der Jahre zuvor. Die Werbeaktivitäten deutscher Airlines hingegen haben sich zum dritten Mal in Folge verringert. Gegen den Trend entwickelte sich die Eurowings mit einem Werbezuwachs in Höhe von 19 Prozent. Ebenfalls seit einigen Jahren rückläufig zeigen sich die Werbeaktivitäten europäischer, nicht-deutscher, Airlines, wenngleich mit moderater Verringerungsrate von jeweils unter sechs Prozent.

Die Anzahl werbender Fluggesellschaften hat, wie bereits in den Vorjahren, weiter zugenommen und liegt aktuell bei durchschnittlich 57 pro Monat. Im analysierten Fünf-Jahres-Zeitraum ist deren Anzahl um 35 Prozent gestiegen. Gleichzeitig sind die durchschnittlichen Werbespendings pro werbender Airline und Monat von 240.000 Euro auf gut 140.000 Euro gesunken.

Unter den deutschen Fluggesellschaften heben sich wie in den Vorjahren Eurowings und Lufthansa mit hohen Werbevolumina deutlich von ihren Mitbewerbern ab. Als neue werbestärkste ausländische Airline hat sich die Air China mit hohen Volumenaufstockungen unter die fünf Topwerber des Werberankings geschoben. Auch die japanische ANA intensiviert ihr mediales Kommunikationsvolumen deutlich, in der Summe steigen die Spendings beider ostasiatischer Airlines zusammen um mehr als sieben Millionen Euro. Mit easyJet, Ryanair und Swiss platzieren sich zudem drei europäische Airlines unter den Top 10 der werbestarken Fluggesellschaften.

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Fluggesellschaften 2019“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Fluggesellschaften in Deutschland. Sie gibt auf 140 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in sieben Herkunftsregionen. Neben der Entwicklung von Werbespendings für 100 Werber werden Fünf-Jahres-Trends erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungstreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-fluggesellschaften-2019>

Die Studienherausgeber:

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

Werbependingdaten und Werbemotive der Studie beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**, Hamburg, www.advision-digital.de

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