



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Werbemarkt der Fluggesellschaften im Aufwind



**Die mediale Kommunikation der Fluggesellschaften im deutschen Markt nimmt wieder Fahrt auf. Nach dem pandemiebedingten Einbruch zeigt sich zum zweiten Mal in Folge ein Werbeplus. Mit Condor, Eurowings und Lufthansa finden sich drei deutsche Airlines unter den Top 10-Werbungstreibenden. Die Spendings asiatischer Airlines reichen fast an das frühere Niveau heran.**

*Esslingen am Neckar, 05. April 2023* – Im Markt der werbungstreibenden Fluggesellschaften stehen die Zeichen auf Wachstum. Nach dem herben Einbruch im Jahr 2020 steigen die Spendings wieder, inzwischen das zweite Jahr in Folge. Die 46 Prozent Wachstum im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ergeben ein aktuelles Kommunikationsvolumen von 74 Millionen Euro bei zuletzt durchschnittlich 30 werbenden Gesellschaften pro Monat. Asiatische Airlines knüpfen indes beinahe an die Spendings der Vor-Corona-Zeit an, deutsche sind bisher noch etwas zurückhaltender.

Ungeachtet dessen bilden im Gesamtmarkt deutsche Fluggesellschaften die volumenstärkste Gruppe mit einem Anteil von 41 Prozent. Auf asiatische und europäische Airlines – letztere wohlgernekt ohne deutsche – entfallen jeweils knapp 30 Prozent-Anteil. Fluggesellschaften der übrigen Kontinente werben in Deutschland relativ eingeschränkt, das Volumen liegt hier in der Summe bei unter 1,5 Millionen Euro.

Emirates, Eurowings und Lufthansa bilden das Trio an der Spitze des Volumenrankings. Zusammen repräsentieren sie 48 Prozent des gesamten Werbevolumens, alle drei mit wachsenden Spendings im Vergleich zum Vorjahr. Daneben stocken Air France und Condor deutlich auf. Neben dem französischen Carrier platzieren sich mit easyJet und KLM zwei weitere europäische Airlines in den Top 10 des Ausgabenrankings. Werbestärkste Vertreterin des amerikanischen Doppelkontinents ist die chilenische Latam.

#### **Über die Studie:**

Die ‚Werbemarktanalyse Fluggesellschaften 2023‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben der Fluggesellschaften in Deutschland. Sie gibt auf 88 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 69 Airlines auf. Für zehn Top-Marken visualisiert neben einer zeitlichen Werbedruckverteilung nach Mediengattungen eine statistische Kommunikationspositionierung auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit die Allokation der Budgets.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-fluggesellschaften-2023>

**Der Studienherausgeber:**

Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.

[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

[www.linkedin.com/company/research-tools-net](http://www.linkedin.com/company/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](http://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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)