



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Kreuzfahrten: Werbung verliert an Fahrt



**Deutsche Reedereien setzen den Sparkurs der Vorjahre fort und verringern ihr Werbevolumen um weitere zehn Millionen Euro. Im Gegenzug legen europäische Reedereien etwas zu. Im Durchschnitt liegt die Anzahl werbender Unternehmen bei 42 pro Monat.**

*Esslingen am Neckar, 01. Februar 2017* – Die Werbeausgaben für Kreuzfahrten sind im dritten Jahr in Folge rückläufig. Aktuell liegt das Werbevolumen innerhalb von zwölf Monaten noch bei knapp 90 Millionen Euro. Der kontinuierliche Rückgang ist den deutschen Reedereien geschuldet, die innerhalb von drei Jahren über 30 Millionen Euro weniger in Werbung investierten. Europäische Reedereien ohne deutsche Anbieter haben im Gegenzug dazu ihr Werbevolumen gesteigert. Die dritte große Werbergruppe sind Reisevermittler, deren Anteil an den Werbeausgaben für Kreuzfahrten aktuell bei etwa 20 Prozent liegt. In der Kommunikation setzen deutsche Reedereien und Reisevermittler stark auf Printmedien, bei europäischen Reedereien hingegen haben Internet und TV zusammen einen Anteil von über 60 Prozent.

Produktmarktübergreifend präsentieren sich 16 Anbieter besonders werbestark mit einem Werbevolumen von jeweils über einer Million Euro. Nur drei der zehn Topwerber haben ihr Werbevolumen innerhalb von zwölf Monaten aufgestockt. Der Anteil der drei werbestärksten Marken am Gesamtvolumen verringert sich innerhalb von drei Jahren von 58 Prozent auf 37 Prozent. Unangefochtener Topwerber ist erneut AIDA Cruises mit deutlichem Abstand zu den Mitbewerbern. Aufsteiger in die Top 10 ist die Tallink Silja Line.



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## **Über die Studie:**

Die „Werbemarktanalyse Kreuzfahrten 2017“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Kreuzfahrten in Deutschland. Sie gibt auf 126 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in fünf Teilmärkten darunter Deutsche Reedereien, Europäische Reedereien, Reisevermittler. 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](http://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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)