

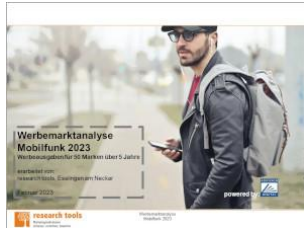


research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Werbemarkt Mobilfunk: im Schnitt werben 30 Marken pro Monat



Das Werbevolumen im Mobilfunkmarkt ist im Vergleich zum Vorjahr gesunken. Gleichwohl verzeichnet die Hälfte der Top 10-Werbungtreibenden steigende Spendings. Internet und TV sind in der Branche die präferierten Werbemedien. Im Schnitt werben 30 Marken pro Monat.

Esslingen am Neckar, 15. Februar 2023 – Die Werbeausgaben für Mobilfunk belaufen sich innerhalb von zwölf Monaten auf 438 Millionen Euro. Pro Monat schalten durchschnittlich 30 Werbungtreibende Anzeigen und machen damit auf ihre Produkte aufmerksam, über das ganze Jahr hinweg summiert sich deren Anzahl auf über 60 Marken. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist sowohl das Werbevolumen, als auch die durchschnittliche Anzahl Werbungtreibender pro Monat um mehr als zehn Prozent gesunken.

Gemessen am gesamten Werbevolumen entfällt auf das Medium TV mit 53 Prozent der größte Part. Alle zehn Top-Werbungtreibenden setzen TV-Werbung ein, ebenso die Internetwerbung, welche über alle Werbungtreibenden auf einen Anteil von 27 Prozent kommt. Fast alle der zehn werbestarken Marken kommunizieren ihre Werbebotschaft mittels einem breiten Medien-Mix. Von den fünf untersuchten Mediengattungen Internet, Out-of-Home, Print, Radio, TV nutzen diese zehn Marken im Schnitt 4,2.

Unter den Top 10-Werbungtreibenden finden sich neben großen Telekommunikations-allroundern auch reine Mobilfunkspezialisten wie beispielsweise Simon Mobile oder Blau. Trotz des Rückgangs der gesamten Werbevolumina verzeichnet die Hälfte dieser Marken steigende Spendings im Vergleich zum Vorjahr. Überdies zeigt sich im Mobilfunk-Werbemarkt eine hohe Konzentration. Allein auf die drei Marken Deutsche Telekom, O2 und Vodafone entfallen 58 Prozent der Werbeausgaben. Sie bilden damit die Spitze des Volumenrankings. Diese Verdichtung setzt sich unter den Top 10-Werbern fort, die 94 Prozent der Gesamtspendings repräsentieren. Innerhalb der Top 30-Werbungtreibenden findet sich mit den Marken Müller Mobile sowie Read + Talk gleich zwei Anbieter, die in den vier Jahren zuvor keine Werbeausgaben verzeichneten.

Über die Studie:

Die ‚Werbemarktanalyse Mobilfunk 2023‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben der Mobilfunkmarken in Deutschland. Sie gibt auf 66 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 50 Marken 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-mobilfunk-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

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

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