

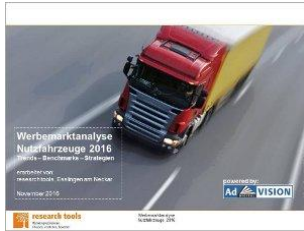


research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Nutzfahrzeugwerbung trotz Rückgang mit beträchtlichem Volumen



Das Werbevolumen für Nutzfahrzeuge hat sich im vergangenen Jahr deutlich reduziert und erreicht mit etwa 42 Millionen Euro das Niveau vor vier Jahren. Mit knapp der Hälfte des gesamten Werbevolumens steht die Produktgruppe Transporter im Fokus. Die Bedeutung der Printmedien nahm in den vergangenen zwölf Monaten deutlich zu auf Kosten von TV-Werbung.

Esslingen am Neckar, 23. November 2016 – Das Werbevolumen für Nutzfahrzeuge ist im Vergleich zum Vorjahr um mehr als 40 Prozent zurückgegangen. Damit haben die werbungstreibenden Anbieter innerhalb von zwölf Monaten noch 42 Millionen Euro ausgegeben. Fast alle Teilmärkte sind rückläufig, das Werbevolumen für LKW und Kastenwagen hat sich mehr als halbiert. Nur das Werbevolumen für Industriefahrzeuge hat leicht zugelegt und liegt damit bei knapp sechs Millionen Euro. Die Spendings für Wohnmobile und Caravans oszillieren seit Jahren um die Drei-Millionen-Marke.

Der Mediensplit zeigt im Vergleich zum Vorjahr einen deutlichen Wandel hin zum Printmedium. Betrug der Vorjahresanteil an Fachzeitschriften, Publikumszeitschriften sowie Zeitungen noch 37 Prozent, so sind es aktuell 73 Prozent. Auffallend ist, dass sich unter den Top 10-Marken Radiowerbung großer Beliebtheit erfreut.

Die bisherigen Topwerber Mercedes-Benz und Volkswagen haben ihre Werbeausgaben um mehrere Millionen reduziert, Fiat hingegen hat deutlich aufgestockt und gruppiert sich damit als Neuzugang in das Top-Trio, welches etwa die Hälfte der Gesamtwerbevolumens auf sich vereint. Von den zehn werbestärksten Nutzfahrzeugmarken haben sieben ihre Werbeausgaben gekürzt. Neben Fiat steigerten nur Nissan und Hyundai ihre Budgets. Baugeräte und Kompaktmaschinenhersteller Wacker Neuson verpasst als werbestärkster Anbieter seiner Produktkategorie nur knapp die Top 10 der werbestärksten Marken.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Nutzfahrzeuge 2016“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben der Nutzfahrzeugbranche in Deutschland. Sie gibt auf 130 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in den sieben Teilmärkten LKW, Zubehör, Transporter, Kastenwagen, Industriefahrzeuge, Wohnmobile/Caravans, Busse. Neben der Entwicklung von Werbespendings der Top 50 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