

Pressemitteilung

Mehr als 190 ÖPNV-Anbieter werben übers Jahr



Das Werbevolumen der ÖPNV-Anbieter hat mit einem Plus von über 30 Prozent im Vergleich zum Vorjahr stark zugelegt. Die Werbung für den öffentlichen Personennahverkehr findet überwiegend dort statt wo das beworbene Produkt sich bewegt: im öffentlichen Raum.

Esslingen am Neckar, 08. Februar 2023 – Die werbungtreibenden ÖPNV-Anbieter haben innerhalb eines Jahres rund 57 Millionen Euro für Werbeschaltungen in Deutschland ausgegeben. Das entspricht einem Plus von über 30 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Über den gesamten Analysezeitraum von fünf Jahren fällt der absolute Werbepeak auf den September 2022 mit einem medialen Kommunikationsvolumen von knapp neun Millionen Euro und 108 Werbungtreibenden. Das Werbetief zeigt sich im Februar 2021 mit rund 1,4 Millionen Euro und 64 Werbungtreibenden. Im Jahresverlauf summiert sich die Anzahl werbender Marken auf mehr als 190 ÖPNV-Anbieter.

Dominierendes Werbemedium in der Branche ist die Out-of-Home-Werbung. Mit einem Ausgabenanteil von 89 Prozent am Gesamtvolumen liegt der Fokus klar auf der Werbung im öffentlichen Raum. Alle zehn Top-Werbungtreibenden nutzen dieses Medium schwerpunktmäßig. Auf die Mediengattungen Internet und Zeitungen entfällt zusammen ein Anteil von etwa zehn Prozent. Radio- oder TV-Werbung fand im vergangenen Jahr fast gar nicht statt. Bei den Werbemotiven sieht man stellenweise freudige Fahrgäste oder sportlich in Szene gesetzte Werbebotschafter. Vergleichsweise selten stehen Testimonials im Mittelpunkt.

Unter den Top 10-Werbungtreibenden finden sich Verkehrsbetriebe aus den Großstädten wie zum Beispiel BVG, Hamburger Hochbahn, MVG, RMV sowie SSB. Die zehn werbestärksten Marken repräsentieren in der Summe ein Werbevolumen von 75 Prozent des gesamten Werbemarktes. Sieben der zehn Topwerber haben ihre Spendings im Vergleich zum Vorjahr aufgestockt.

Über die Studie:

Die "Werbemarktanalyse ÖPNV 2023" von *research tools* untersucht die Werbeausgaben der ÖPNV-Anbieter in Deutschland. Sie gibt auf 75 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 150 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-oepnv-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

Werbespendingdaten 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