



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Werbemarkt: Ausgaben des Stadtmarketings steigen kontinuierlich



Länder, Regionen und Städte investieren rund 85 Millionen Euro in die touristische Zielgebietswerbung. Die Werbeausgaben für Städte steigen das vierte Jahr in Folge. Deutscher Topwerber ist hier die Stadt Hamburg.

Esslingen am Neckar, 15. August 2018 – Die Werbeausgaben innerhalb Deutschlands für touristische Zielgebiete weltweit

belaufen sich nach einem leichten Plus auf rund 85 Millionen Euro. Etwas mehr als die Hälfte des Werbevolumens entfällt auf das Ländermarketing, touristische Regionen investieren 26 Millionen Euro. Klarer Wachstumsmarkt ist das Stadtmarketing. Die Werbeausgaben der Städte steigen das vierte Jahr in Folge. Inzwischen fließt jeder achte Werbeeuro in die Vermarktung von Städten. Dresden, Düsseldorf und Hamburg gehören hier mit jeweils mehr als 300.000 Euro zu den Topwerbern.

Deutschland präsentiert sich als die Nummer-eins-Werbedestination. Mehr als 16 Millionen Euro geben Regionen, Städte und private Dienstleister in Deutschland für ihre Werbung aus. Darunter bilden die Regionen Allgäu, Bayern und Mecklenburg-Vorpommern die Ausgaben-spitze. Die Österreichwerbung liegt im Ausgabenranking mit einem um zwölf Prozent verringerten Volumen nur knapp hinter Deutschland. Irland und Kroatien sind weitere werbestarke europäische Destinationen. Außereuropäisch weist Israel mit einem zweistelligen Millionenbetrag die höchsten Werbeausgaben auf. Neben Japan finden sich mit Abu Dhabi und Ägypten zwei weitere Destinationen des nahen Ostens unter den werbestarken Anbietern. Insgesamt investieren 13 Länder und Regionen mehr als eine Million Euro in die mediale Kommunikation, neun davon mit steigenden Ausgaben.

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Touristische Zielgebiete 2018“ von *research tools* untersucht die Ausgaben auf dem deutschen Werbemarkt von Vermarktern touristischer Zielgebiete. Sie gibt auf 155 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in vier Teilmärkten. Neben der Entwicklung von Werbespendings für 200 Werber werden Fünf-Jahres-Trends erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-touristische-zielgebiete-2018/>

Die Studienherausgeber:

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

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