



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Werbemarkt Wirtschaftsförderung mit starker Dynamik



Der Werbemarkt Wirtschaftsförderung ist gekennzeichnet durch viel Bewegung. Die Anzahl der Förderer steigt während zeitgleich das Werbevolumen sinkt. Unter den zehn Topwerbern finden sich sechs Aufsteiger, die zuvor außerhalb der Top 10 rangierten.

Esslingen am Neckar, 16. Januar 2019 – Die Werbeausgaben der Wirtschaftsförderer in Deutschland liegen innerhalb von zwölf Monaten bei einem Volumen von rund 23 Millionen Euro. Im Vergleich zum Vorjahr sind die Ausgaben um rund 20 Prozent zurückgegangen. Zeitgleich hat die Anzahl der werbenden Marken um 20 Prozent zugenommen und liegt damit bei durchschnittlich 100 Förderern pro Monat. Den größten Anteil der Werbeausgaben stellt mit knapp 30 Prozent die Anbietergruppe der Verbände. Mit etwas Abstand folgen Gesellschaften des Stadtmarketings und des Auslandsmarketing.

Traditionell präferiert die Branche Printmedien zur Kommunikation der Werbebotschaft. Publikums- und Fachzeitschriften sind dabei gleichberechtigt mit Zeitungen. Sieben der zehn Topwerber nutzen neben Printmedien weitere Mediengattungen wie beispielsweise Internetbanner, Out-of-Home, Radio und TV. Bei den Werbemotiven stehen häufig Städte mit Hochhäusern als Wirtschaftsstandort oder kulturelle Einrichtungen im Mittelpunkt.

Der Werbemarkt Wirtschaftsförderung weist eine beträchtliche Werbedynamik auf. Lediglich vier der aktuellen zehn Topwerber rangierten im Vorjahreszeitraum ebenfalls unter den Top 10. Zudem verfolgt ein Großteil der werbenden Marken eine Pulsing-Strategie mit stark schwankenden Werbeausgaben innerhalb eines Werbejahres.

Auf die drei werbestärksten Wirtschaftsförderer Chemie Wirtschaftsförderung, Landeshauptstadt Magdeburg und Regionalverband Ruhr entfallen 35 Prozent der gesamten Werbeausgaben. Zu den Aufsteigern gehören Städte wie Düsseldorf, Görlitz und Magdeburg, beim Auslandsmarketing finden sich Gesellschaften aus Bizkaia und Qatar.

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Wirtschaftsförderung 2019“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Wirtschaftsförderung in Deutschland. Sie gibt auf 135 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in elf Teilmärkten, darunter Verbände, Stadtmarketing, Auslandsmarketing. Neben der Entwicklung von Werbespendings für 100 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-wirtschaftsfoerderung-2019/>

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

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