

Werbefokus

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

research-tools.net

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbefokus

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang:

Werbeausgaben, saisonale Entwicklung und **werbende Marken** über 60 Monate

Dynamik Top- und Low- 10 Marken

Analyse der Topwerber: Share of Advertising, Ausgabenentwicklung über 5 Jahre, Mediensplit

alle Informationen auf komprimiert auf **zwölf PowerPoint-Seiten**

als PDF-Datei **innerhalb fünf Tagen** verfügbar

Der Werbefokus ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

Nutzen: Standortbestimmung und Positionierung im Wettbewerbsumfeld



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Der Werbefokus analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- welches sind die werbeintensivsten und /- dynamischsten Marken?
- welche Volumenentwicklungen sind innerhalb von fünf Jahren zu erkennen?
- wie viele Marken werben durchschnittlich pro Monat?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10 Marken?
- in welchen Medien werben die zehn Topmarken?

Forschungsdesign:

Forschungsdesign: Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Internet (Bannerwerbung), Print, Radio und TV sowie der Werbemotive für diese Mediengattungen plus Kino und Outdoor.

Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters AdVision digital.

Preis: Der 12 Seiten umfassende Werbefokus kostet **600 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

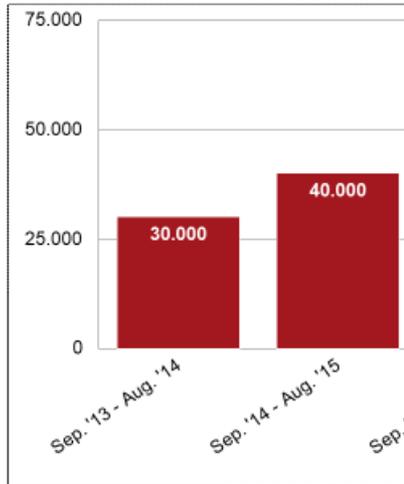
➤ Gesamtmarkt	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden im 5-Jahres-Vergleich	2
▪ Entwicklung der Werbespendings und Anzahl der Werbungtreibenden	3
▪ Ranking der Top-Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich	4
▪ Ranking der Low-Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich	5
➤ Top 10 Marken	
▪ Share of Advertising der Top 10 Marken nach Werbevolumen innerhalb von zwölf Monaten	6
▪ Ranking der Top 10 Marken nach Werbevolumen und Vergleich zum Vorjahr	7
▪ Entwicklung der Spendings der Top 10 Marken nach Werbevolumen im Vorjahresvergleich	8
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken in den vergangenen 5 Jahren	9
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken in den vergangenen 12 Monaten	10
▪ Mediensplit der Top 10 Marken nach Werbevolumen	11
➤ Kontakt	12

Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Gesamtmarkt

Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in Tsd. €)

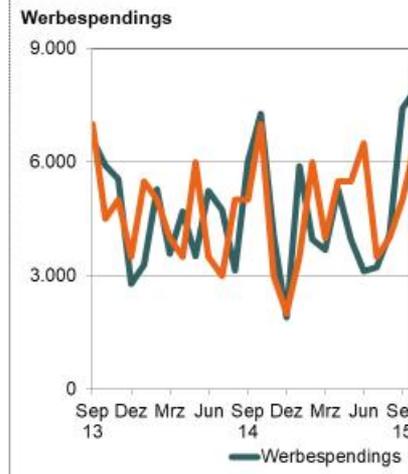


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Gesamtmarkt

Entwicklung der Werbespendings und Anzahl der Werbungtreibenden



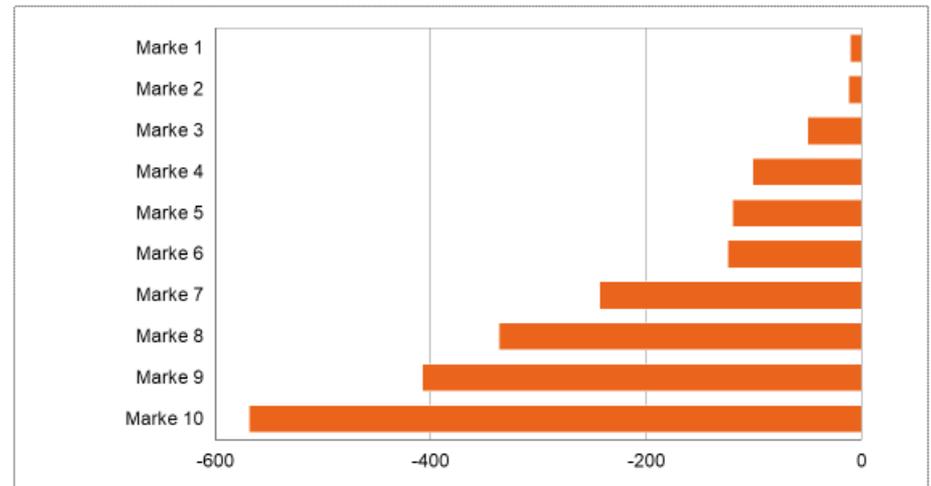
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Welche Marken reduzieren ihr Budget?

Gesamtmarkt

Ranking der Low-Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbefokus

Welche Marktentwicklung ist über fünf Jahre erkennbar?

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Gesamtmarkt

Ranking der Top-Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€)



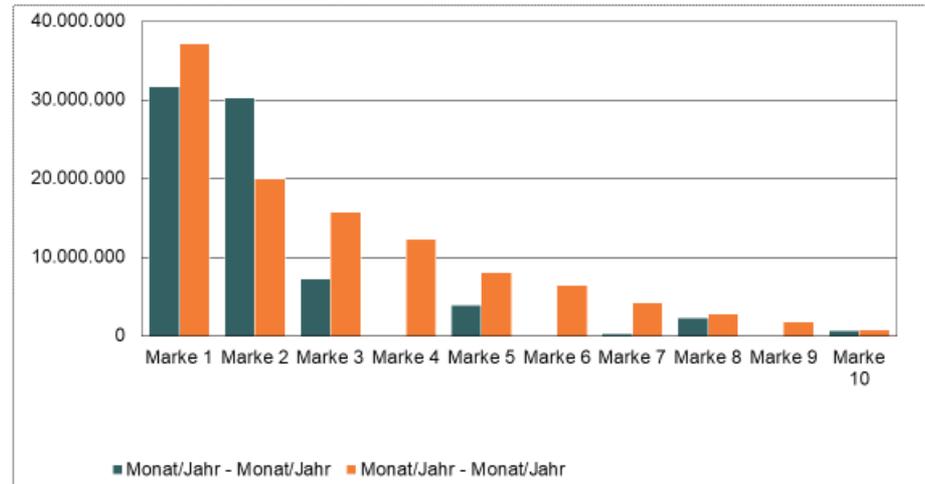
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Welche Top 10 Marken legen zu?

Top 10 Marken

Entwicklung der Spendings der Top 10 Marken nach Werbevolumen im Vorjahresvergleich (in €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Top 10 Marken

Ranking der Top 10 Marken nach Werbevolumen

Rang	Marken	Mrz. '16 b
1	Marke 1	
2	Marke 2	
3	Marke 3	
4	Marke 4	
5	Marke 5	
6	Marke 6	
7	Marke 7	
8	Marke 8	
9	Marke 9	

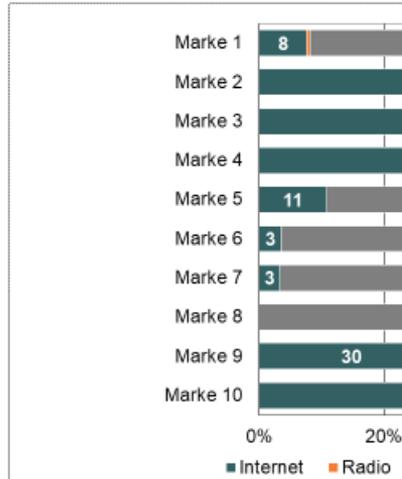
Welche Marken weisen die stärksten Zuwächse auf?

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Top 10 Marken

Mediensplit der Top 10 Marken nach Werbevolumen

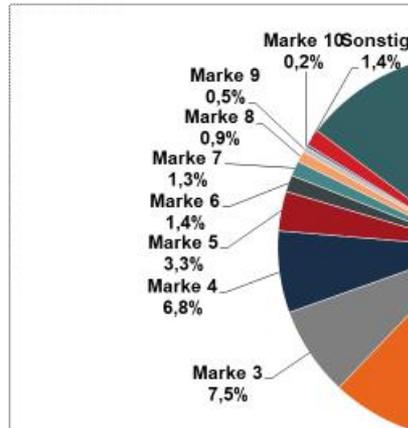


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Top 10 Marken

Share of Advertising der Top 10 Marken nach Werbevolumen innerhalb von zwölf Monaten



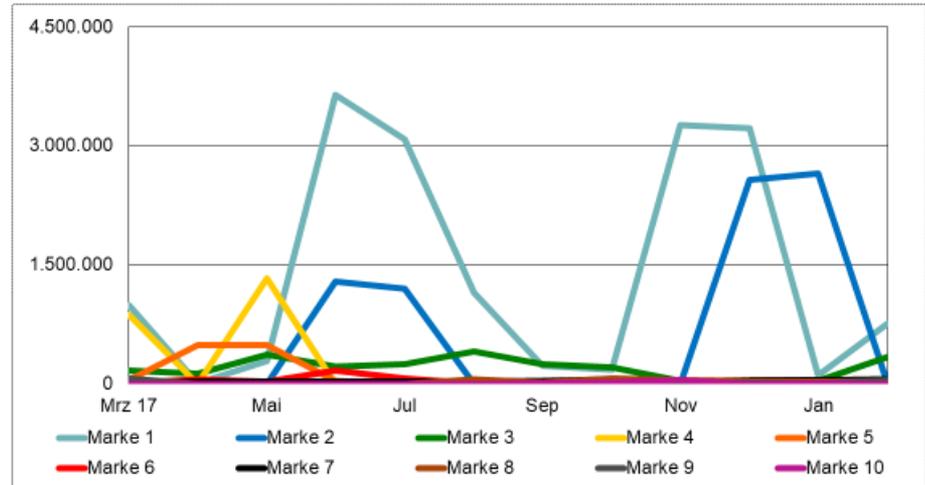
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Welche medialen Peaks ergeben sich im Jahresverlauf?

Top 10 Marken

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken in den vergangenen 12 Monaten (in €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbefokus

152

Auf welchen Mediensplit setzen die Topmarken?

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 600 EUR zzgl. MwSt. den **Werbefokus** _____.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____