

+++ dfv conference group +++ Greentech Festival +++ Koelnmesse / Kölnmesse +++ Messe Berlin +++ Messe Düsseldorf +++ Messe Frankfurt
+++ Messe München +++ Messe Nürnberg +++ Messe Stuttgart +++ Yeswecan +++ und weitere 390 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse

Messen und Kongresse 2025

Werbeausgaben für 400 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juni 2025



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Messen und Kongresse 2025

powered by:



Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



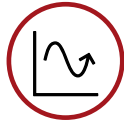
Welche der **400 Marken** sind die werbeintensivsten und -dynamischsten?



Welche **Werbetrends** sind in der Branche zu beobachten?



Über welche **Medien** kommuniziert die Branche, welches Werbemedium hat im Zeitvergleich an Bedeutung gewonnen?



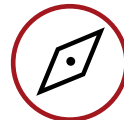
Wie **verteilen** die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?



Welchen **Werbedruck** entfalten die Top-Marken, in welchen Mediengattungen werben sie?



Welche **Werbemotive** sind in den Mediengattungen wichtig, wie viele verschiedene Motive setzen die Top-Marken ein?



Wie **positionieren** sich die Top-Marken saisonal und im Mediensplit?



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Messen und Kongresse 2025

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Messen und Kongresse

1. Mai 24-Apr. 25

118 Mio. €



davon
14%

Im Produktmarkt
Medizin/Gesundheit/Ph.

Mediensplit



out-of-home-Werber Nr. 1:
Greentech Festival

Werbungtreibende pro Monat im Ø



2020/2021



2021/2022



2022/2023



2023/2024



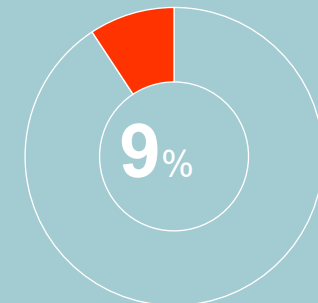
439

2024/2025

Werbekonzentration



Handelsblatt
Koelnmesse / Köln Messe
Messe Düsseldorf



9%



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Messen und Kongresse 2025

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

400 Messen und Kongress-Marken mit den höchsten Spendings

Werbeausgaben für fünf Jahre in der **quantitativen Analyse**

in **34 Produktmärkten**,
darunter Medizin/-technik/Pharma, Ausbildung/Karriere/Bildung/Job

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 140 PowerPoint-Seiten

als PDF und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- dfv conference group
- Greentech Festival
- Koelnmesse / Köln Messe
- Messe Berlin
- Messe Düsseldorf
- Messe Frankfurt
- Messe München
- Messe Nürnberg
- Messe Stuttgart
- Yeswecan
- + Spendings für
390 weitere Marken



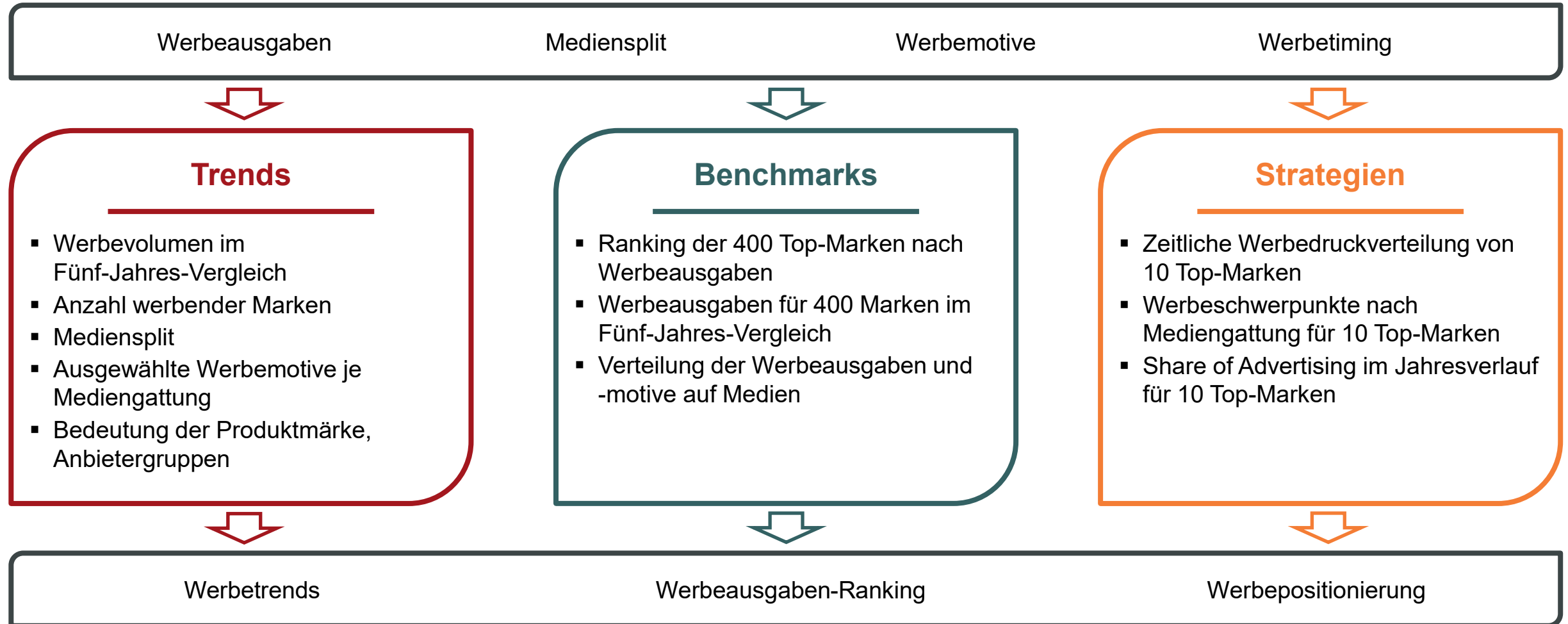
research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Messen und Kongresse 2025

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

400

Messen- und Kongress-
Marken

34

Produktmärkte

6

Mediengattungen

10

Top-Marken in einer
Kommunikationspositionierung
auf Basis Jahreszeiten und
Mediensplit

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet (Internetbanner und YouTube-Werbevideos), Radio, Out-of-Home, Zeitschriften und Zeitungen. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**.

Preis der Studie: Die 140 Seiten umfassende Studie kostet **2.200 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Messen und Kongresse 2025

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	16
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	17
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich	22
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2024/2025	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	36
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2024/2025	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	43
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	51
▪ Werbeausgaben-Rankings	52
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 400-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	103
Entwicklung der jährlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich, Entwicklung der monatlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im 5-Jahres-Vergleich	



Inhaltsverzeichnis

▪	Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten	110
	Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken nach Produktmärkte in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤	Strategien	113
	Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen für die Top 10-Marken mit den höchsten Werbeausgaben, Share of Advertising der Top 10-Marken im Jahresverlauf	
➤	Kommunikationspositionierung	135
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	Kontakt	139



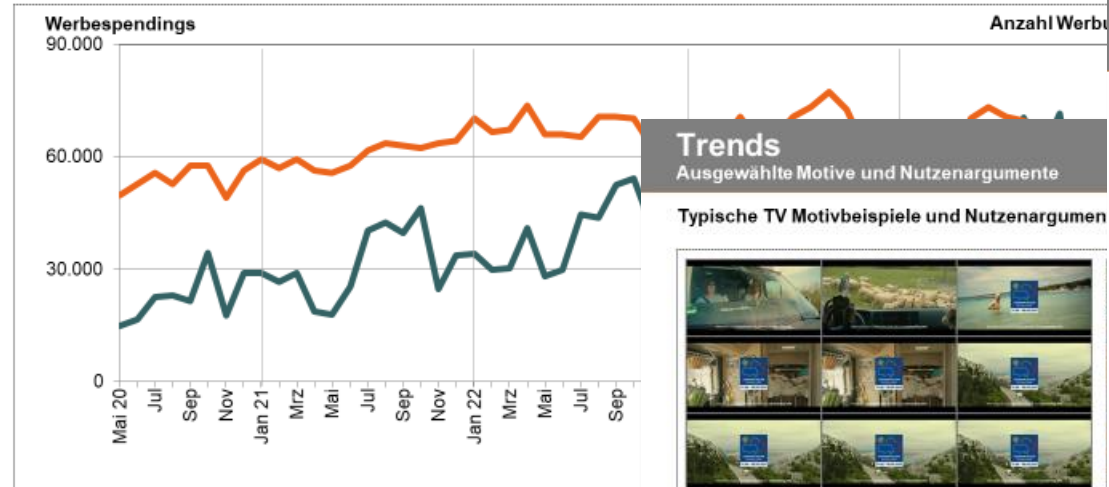
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung der Werbespendings anbietergruppenübergreifend (Angaben in T€) und Anzahl der Werbungtreibenden



Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

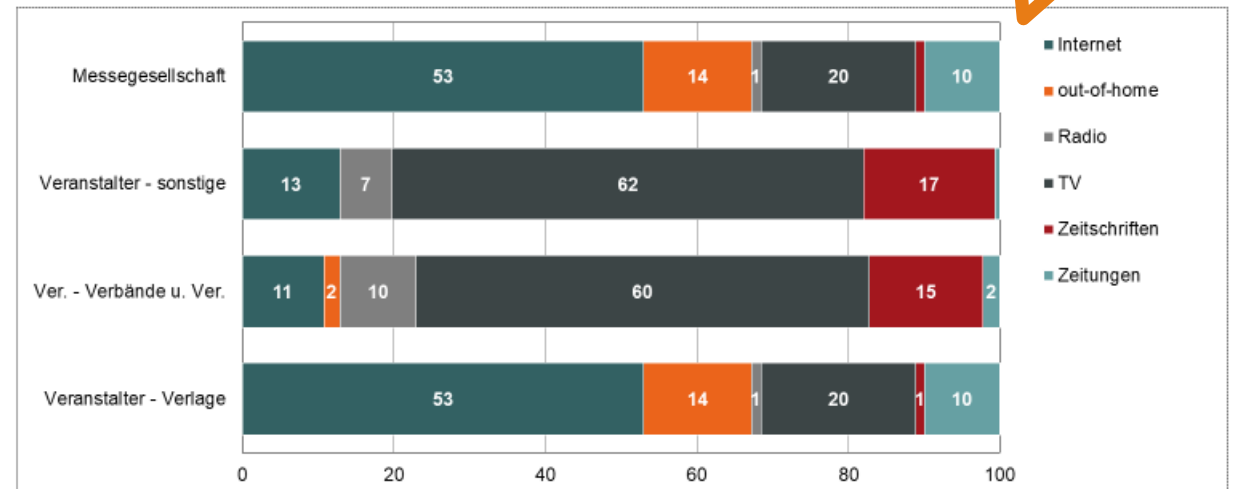
Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente



Trends

Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich

Anbietergruppen im Mediensplit 2024/2025 (Angaben in %)



Auf welchen Mediensplit setzen die Marken?

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 400-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €				
		Mai '20 – Apr. '21	Mai '21 – Apr. '22	Mai '22 – Apr. '23	Mai '23 – Apr. '24	Mai '24 – Apr. '25
11	Auto Motor und Sport	5.000.000	7.000.000	0	1.634.000	15.136.077
12	Börsen-Zeitung	2.400.800	2.150.600			
13	dfv Conference Group	6.000.000	3.350.800			
14	Hannover Messe	15.300.500	22.600.60			
15	Leipziger Messe	9.000.000	10.000.000			
16	Messe Essen	3.260.800	3.080.570			
17	Stuttgarter Zeitung	3.900.600	4.860.600			
18	Südwest Media Network	5.000.000	7.000.000			
19	VDI Nachrichten	2.400.800	2.150.600			
20	Yeswecan	3.260.800	3.080.570			



Werbemarkta
Messe und Kongr

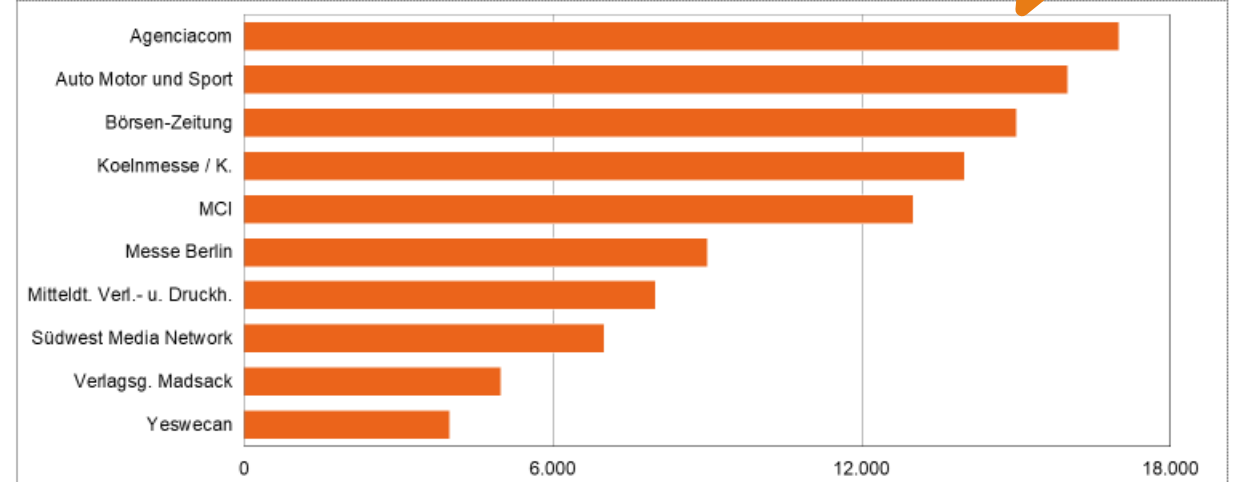
Welche Marken führen
das Ausgabenranking an?



Werbemarktanalyse
Messe und Kongresse 2025

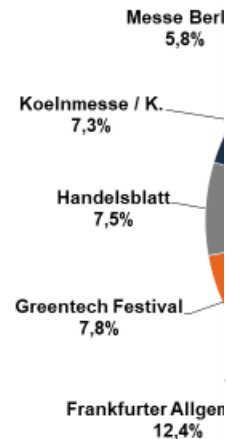
Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10-Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€ als Differenz von Vorjahr)



Werbemarktanalyse
Messe und Kongresse 2025

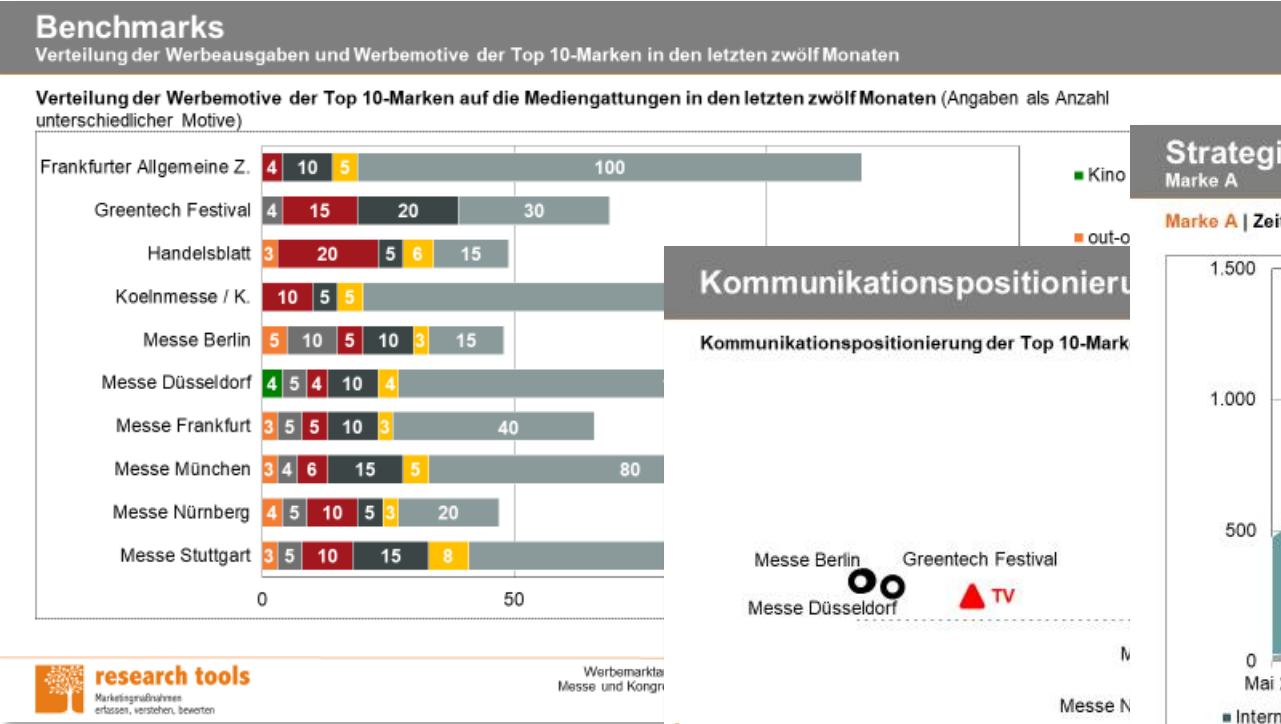
Share of Advertising der Top 10-Marken von Mai



Welche Marken zeigen
die größte Dynamik?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?



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 2.200 EUR zzgl. MwSt. die **Werbemarktanalyse Messen und Kongresse 2025**.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Messen und Kongresse 2025

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM
Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384
E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools, Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Spezialist für Marketinganalyse, -controlling und -monitoring.

In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2022 über 50 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur Branche:

- Werbemarktanalyse Fluggesellschaften 2025
- Werbemarktanalyse ÖPNV 2025
- Studie Customer Journey Reisen 2025
- Werbemarktanalyse Jobvermittlung 2024
- Werbemarktanalyse Vergleichsportale 2024
- Studie eVisibility Reisen 2023

Im Jahr 2025 sind bereits über 30 Studien erschienen.

