

+++ BVG Berliner V. +++ DB Regio +++ HVV Hamburger V. +++ MVG Münchner V. +++ Rheinbahn +++ RMV Rhein-Main-V. +++ SSB Stuttgarter S. +++ Stadtwerke Verk. Frankfurt a.M. +++ VRR Verk. Rhein-Ruhr +++ VVS V. Stuttgart +++ u. weit. 140 Anbiet. m. quantitat. Fünf-Jahres-Trends

Studiensteckbrief

# Werbemarktanalyse

## ÖPNV 2023

Werbeausgaben für 150 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

Januar 2023



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief  
Werbemarktanalyse ÖPNV 2023

powered by:



# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungstreibenden ÖPNV-Anbieter innerhalb eines Jahres rund 57 Millionen Euro ausgegeben.
- Im Durchschnitt werben 87 Marken pro Monat für ihre Produkte. Innerhalb der vergangenen fünf Jahre war die Anzahl der Werbungstreibenden Schwankungen unterworfen.
- Es sind saisonbedingt deutlich Unterschiede der Werbespendings im Jahresverlauf zu beobachten.
- Unter den Werbemedien dominiert die Out-of-Home-Werbung. Zeitschriften-Werber Nr. 1 ist der Rhein-Main-Verkehrsverbund RMV.
- 13 Marken werben mit einem Volumen von mehr als einer Million Euro innerhalb eines Jahres.
- Die Werbekonzentration liegt bei 43% Anteil der Top 3-Marken.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Werbeprodukt ÖPNV

Jan. - Dez. 2022

57 Mio. €



### Mediensplit



Zeitschriften-Werber Nr. 1:  
Rhein-Main-Verkehrsverbund RMV

### Werbungtreibende pro Monat im Ø



2018

2019

2020

2021

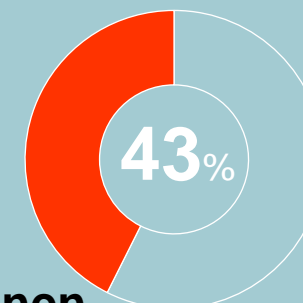
2022

87

### Werbekonzentration



BVG Berliner Verkehrsbetr.  
MVG Münchner Verkehrsg.  
SSB Stuttgarter Straßenbahnen



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

**150 ÖPNV-Anbieter** mit den höchsten Spendings

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

**Mediensplit für sechs Gattungen:**  
Internetbanner, Radio, Out-of-Home, TV, Zeitschriften, Zeitungen

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**  
auf 75 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

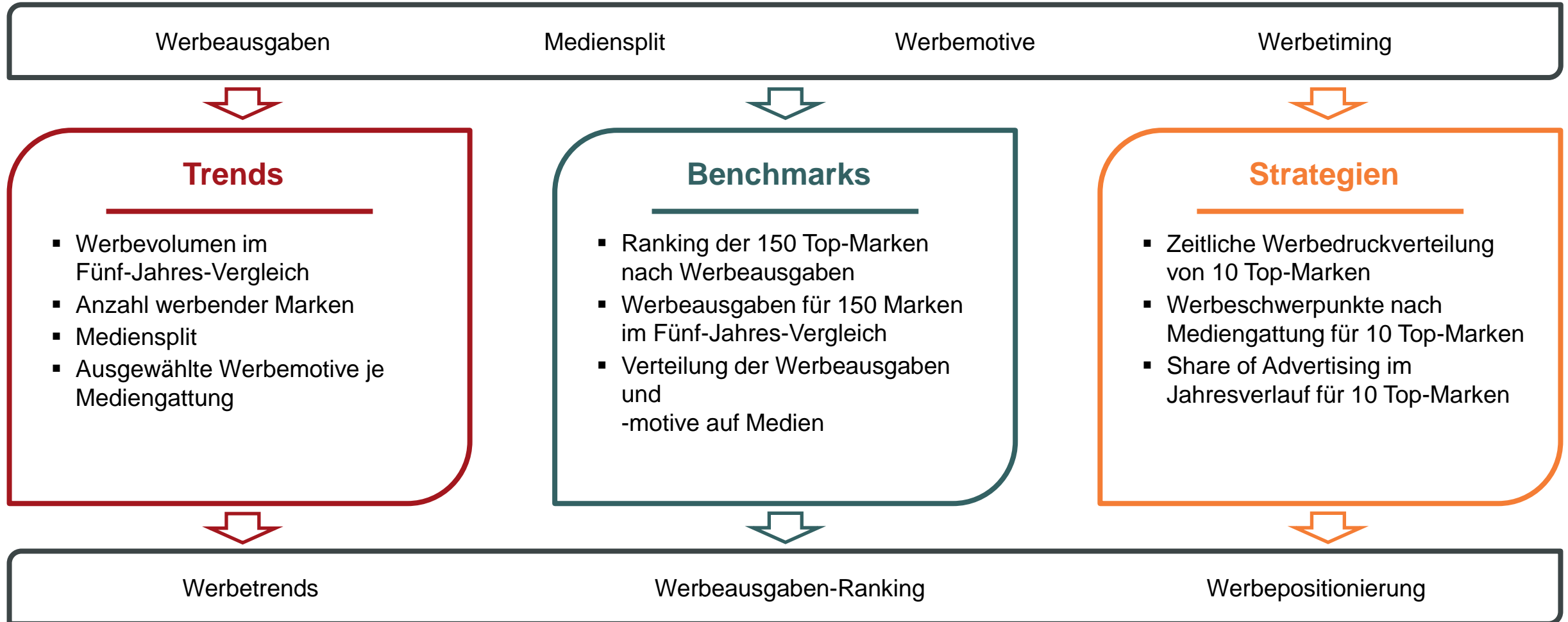
## Im Detail analysierte Marken:

- BVG Berliner Verkehrsbetr.
- DB Regio
- HVV Hamburger Verkehrs.
- MVG Münchner Verkehrsg.
- Rheinbahn
- Rhein-Main-Verkehrs. RMV
- SSB Stuttgarter Straßenb.
- Stadtw. Verk. Frankfurt a. M.
- VRR Verkehrs. Rhein-Ruhr
- VVS Verkehrs- und Tarifverbund Stuttgart
- + Spendings für 140 weitere Marken



# Informationen zur Studie

## Konzeption:



# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte:**

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten?
- wie viele Marken werben im Fünf-Jahres-Vergleich?
- über welche Medien kommuniziert die Branche?
- welches Werbemedium hat im Vorjahresvergleich 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?
- welches sind die werbeintensivsten und -dynamischsten Marken?
- wie positionieren sich die Top-Marken im Mediensplit?

## Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 150 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Share-of-Advertising Top 10-Marken
- Werbespendings für 6 Mediengattungen
- Kommunikationspositionierung für 10 Marken 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 75 Seiten umfassende Studie kostet **2.200 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	13
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	14
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	19
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	27
▪ Werbeausgaben-Rankings	28
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 150-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	49
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** 56
  - Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten
- **Strategien** 58
  - Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen für die 10-Marken mit den höchsten Werbeausgaben, Share of Advertising der Top 10-Marken im Jahresverlauf
- **Kommunikationspositionierung** 70
  - Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt
- **Kontakt** 74





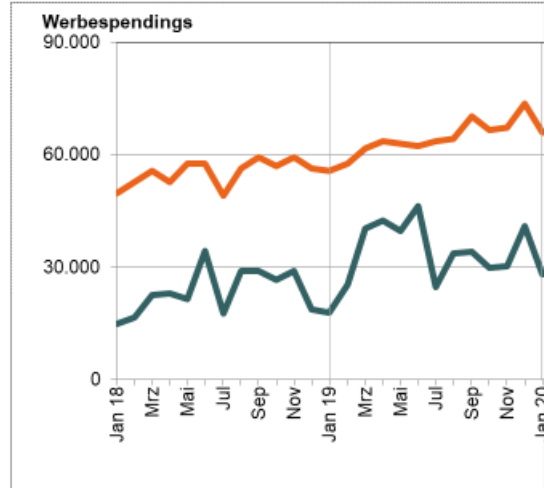
# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

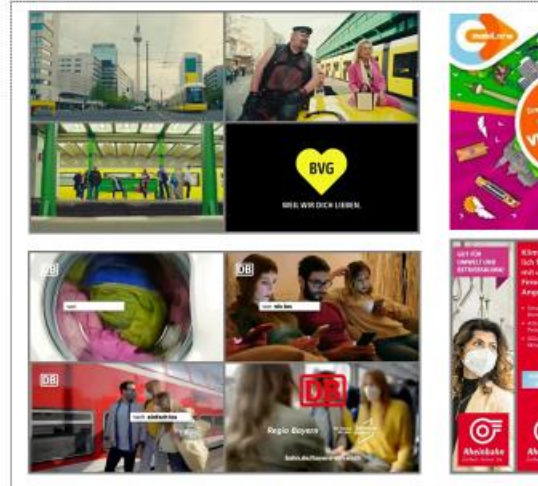
Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (Angaben in T€) und Anzahl der Werbungtreibenden



### Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische Internet Motivbeispiele und Nutzenargumente 2022

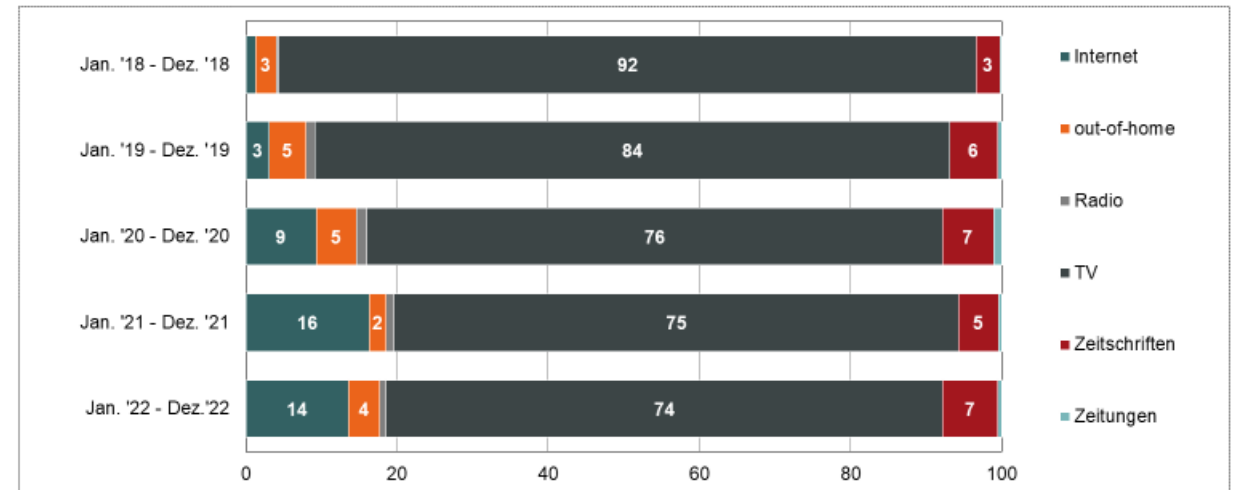


**Auf welchen Mediensplit setzen die Anbieter?**

### Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung des Mediensplits\* aller Marken im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in %)



\* seit Beginn 2020 deutlich höhere Anzahl erfasster Websites und erstmals YouTube-Werbespots

### research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

**Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?**

### research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief  
Werbemarktanalyse ÖPNV 2023

# Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

## Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

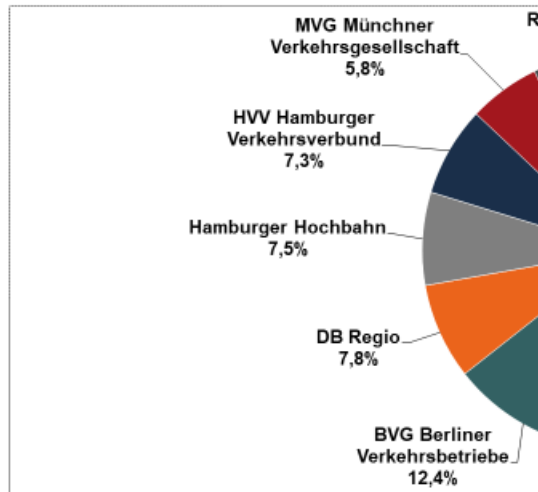
Ranking der Top 150-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Jan. '18 – Dez. '18	Jan. Dez.
11	BEG Bayerische Eisenbahn.	5.000.000	
12	KVB-Köln	2.400.800	
13	NVBW N. Baden-Württemb.	6.000.000	
14	Ruhrbahn	15.300.500	
15	traffiQ	9.000.000	1
16	VAG Freiburger Verkehr	3.260.800	
17	VDV Verband Dt. Verkehrs.	3.900.600	
18	VRS Verkehrs. Rhein-Sieg	2.100.800	
19	VVS Verkehrs- u. T, Stuttgart	9.400.750	1
20	Winterrail	8.730.800	

## Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

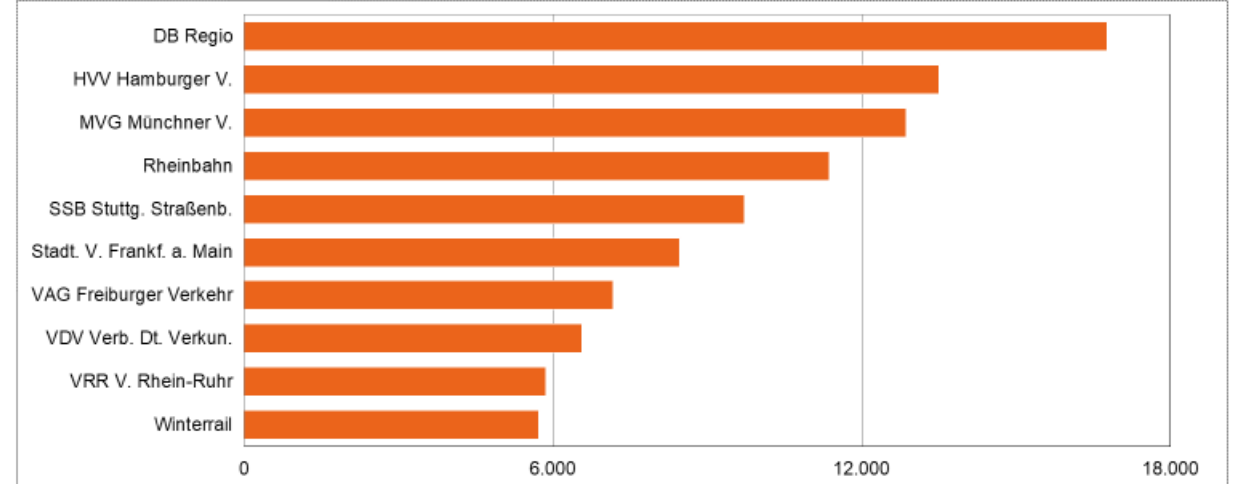
Share of Advertising der Top 10-Marken von Januar 2022 bis Dezember 2022



## Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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



Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

## research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

## research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

## research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief  
Werbemarktanalyse ÖPNV 2023

## research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief  
Werbemarktanalyse ÖPNV 2023

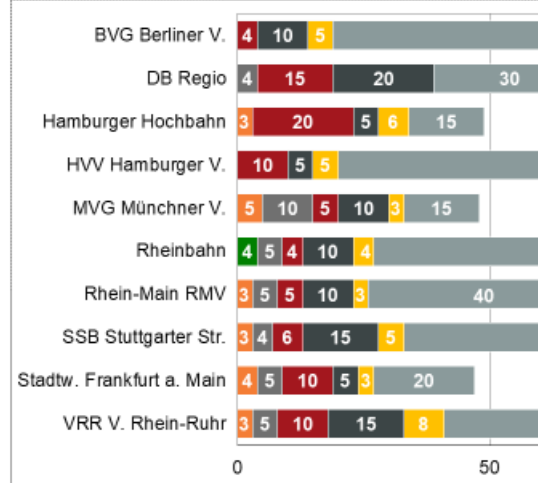
# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Benchmarks

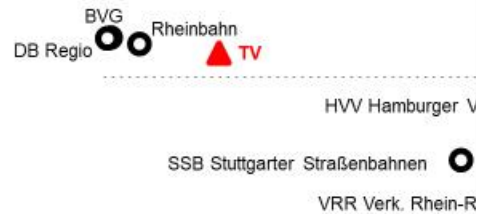
Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten

Verteilung der Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten (Angaben als Anzahl unterschiedlicher Motive)



### Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung der Top 10-Marken auf Basis Mediensplit im 5-Jahres-Durchschnitt

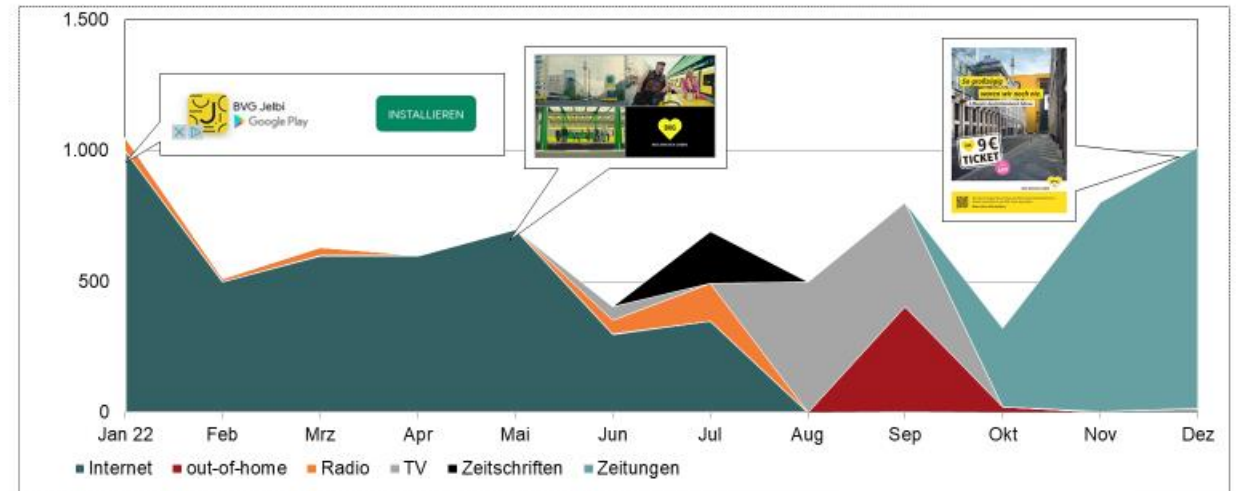


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

### Strategien

Marke A

Marke A | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



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](mailto: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 ÖPNV 2023.**

**Auftraggeber:**

Firma: \_\_\_\_\_

Ansprechpartner: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Position/Funktion: \_\_\_\_\_

Datum, Ort, Unterschrift: \_\_\_\_\_

## 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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

research tools  
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar  
[www.research-tools.net](http://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 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

### Zuletzt erschienene Studien zum Personen- & Reiseverkehr:

- Werbemarktanalyse Reisemobile und Caravans 2021
- Werbemarktanalyse ÖPNV 2021
- Werbemarktanalyse Fluggesellschaften 2019
- Werbemarktanalyse Fluggesellschaften 2018
- Reputation Analysis Airlines 2018
- Werbemarktanalyse Kreuzfahrten 2017

Personen- & Reiseverkehr: seit 2016 zehn Studien veröffentlicht

