

+++ Bürstner +++ Camp.-Kaufh. +++ Carado +++ Wohnm.park +++ Hymer +++ Mercedes-Benz +++ Sunlight +++ Volkswagen +++ Wohnmob. Verk. +++ W.cent. Am Wassert. +++ u. weit. 140 Anb. m. quant. 5-Jahr.-Trends

Studiensteckbrief

# Werbemarktanalyse Reisemobile und Caravans 2021

Werbeausgaben für 150 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

April 2021



powered by:



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse  
Reisemobile und Caravans 2021

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die Anbieter von Reisemobilen & Caravans innerhalb eines Jahres rund 17 Millionen Euro ausgegeben.
- Das Werbevolumen hat sich im Vergleich zum Vorjahr fast verdoppelt.
- Der Teilmarkt Wohnmobil- & Wohnwagenhandel weist die höchsten Werbeausgaben auf.
- Im Durchschnitt werben 54 Marken pro Monat für ihre Produkte. Innerhalb der vergangenen fünf Jahre war die Anzahl der Werbungtreibenden leichten Schwankungen unterworfen.
- Zeitungswerber mit den höchsten Werbeausgaben in diesem Medium ist der Hersteller Carado.
- Zwei Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro innerhalb der letzten zwölf Monate.
- Die Werbekonzentration fällt mit 49% Anteil der Top 3-Marken in der Branche hoch aus.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Werbevolumen Reisemobile & Caravans

2019/2020:  
9 Mio €

2020/2021:  
17 Mio €

### Mediensplit



Zeitungswerber Nr. 1:  
**Carado**

### 5 Produktmärkte



Top-Volumenmarkt:  
**Wohnmob.-/wagenhandel**

geringste Werbekonzentration:  
**Caravans/Reisemobile**

### Werbekonzentration



49%

**Camping-Kaufhaus  
Der Wohnmobilpark  
Volkswagen**

# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

**150 Anbieter von Reisemobilen und Caravans**  
mit den höchsten Spendings

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

in **fünf Teilmärkten**, darunter Caravans/Wohn-  
& Reisemobile, Wohnmobil-/Wohnwagenhandel, Zubehör

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**  
auf 85 PowerPoint-Seiten

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

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

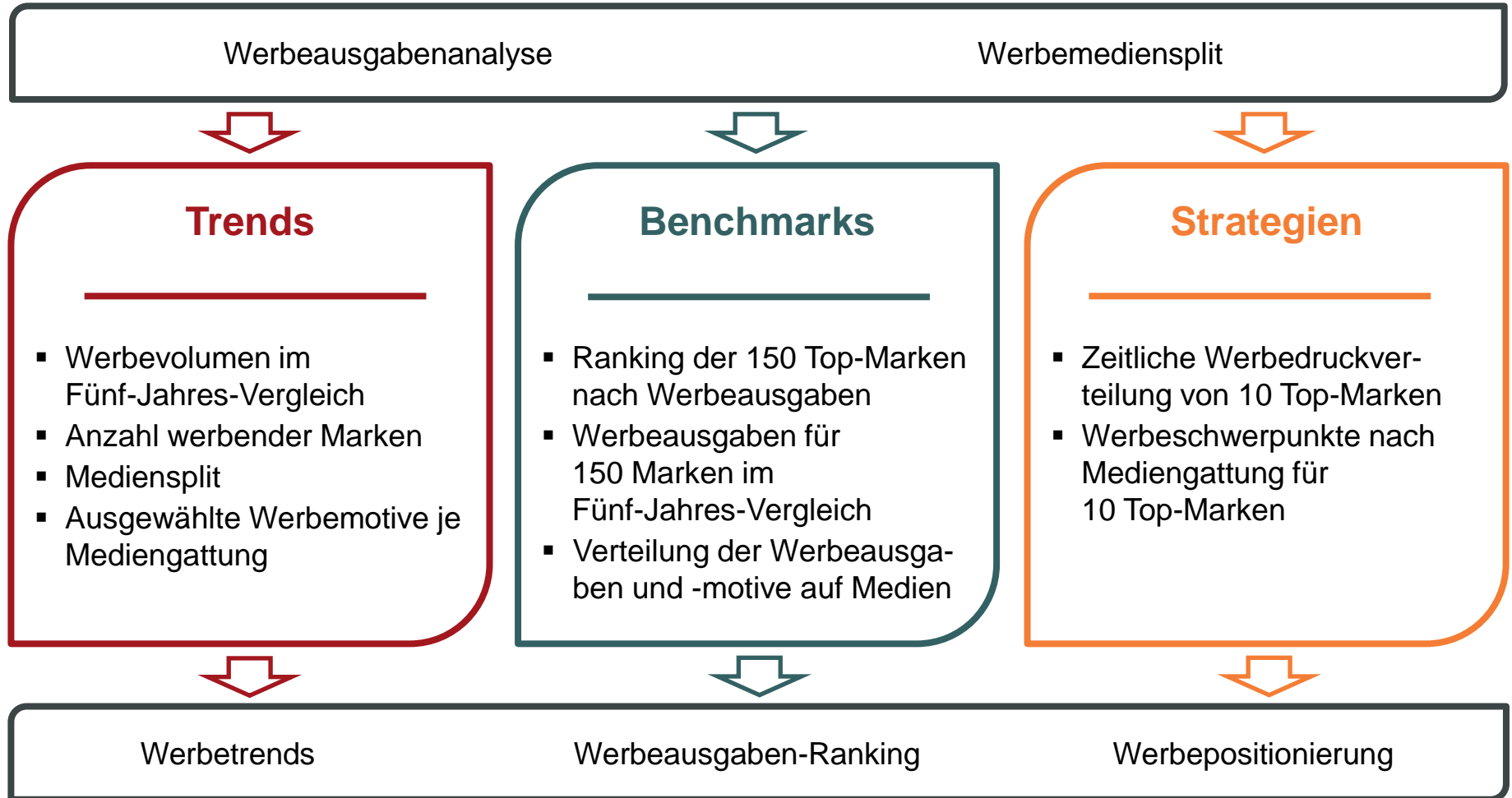
**Nutzen:** Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien  
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

## Im Detail analysierte Marken:

- Bürstner
- Camping-Kaufhaus
- Carado
- Der Wohnmobilpark
- Hymer
- Mercedes-Benz
- Sunlight
- Volkswagen
- Wohnmobil Verkauf.
- Wohnmobilcenter  
Am Wasserturm
- + 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?
- welche Entwicklungen sind in den Produktmärkten zu erkennen?
- über welche Medien kommuniziert die Branche?
- welches Werbemedium hat im Vorjahresvergleich an Bedeutung gewonnen?
- wie verteilen die Top-Marken ihre Spendings innerh. von 60 Monaten?
- welchen Werbedruck entfalten die Top-Marken?
- welche sind die werbeintensivsten und -dynamischsten Marken?
- in welchen Mediengattungen werben die Top-Marken?
- wie positionieren sich die Marken im Mediensplit?

**Die Studie in Zahlen:**

- Werbevolumen von 150 Marken
- Werbespendings in 5 Produktmärkten
- Werbespendings für 5 Mediengattungen
- zeitliche Werbedruckverteilung für 10 Marken
- Kommunikationpositionierung für 10 Marken anhand Mediensplit & Jahreszeiten

## **Forschungsdesign:**

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet-Bannerwerbung, Radio, 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 85 Seiten umfassende Studie kostet **1.600 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	14
▪ 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	21
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2020/2021	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	29
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	



# Inhaltsverzeichnis

➤	<b>Benchmarks</b>	<b>34</b>
▪	<b>Werbeausgaben-Rankings</b>	<b>37</b>
	Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Top 150-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪	<b>Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich</b>	<b>57</b>
	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	
▪	<b>Verteilung der Werbeausgaben/-Motive in den letzten zwölf Monaten</b>	<b>64</b>
	Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken nach Produktmärkten in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤	<b>Strategien</b>	<b>67</b>
	Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10-Marken durchgeführt: zeitliche Werbedruckverteilung nach Mediengattungen in den letzten 12 Monaten.	
➤	<b>Kommunikationspositionierung</b>	<b>80</b>
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	<b>Kontakt</b>	<b>84</b>





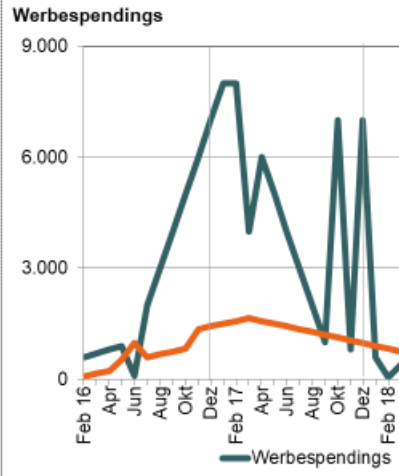
# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische Zeitungen Beispiele und Nutzenargumente 2020/2021



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

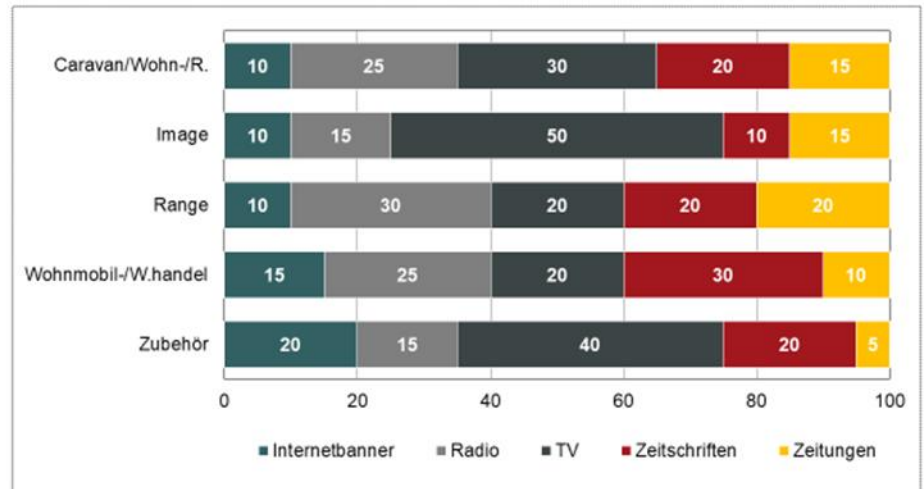


Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

### Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2020/2021 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse  
Reisemobile und Caravans 2021

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

# 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	Feb. '16 – Jan. '17	Feb. Jan.
11	Adria	1.000.000	9
12	Ahorn Camp	900.000	8
13	Carthago	800.000	7
14	Dethleffs	700.000	6
15	Eriba	600.000	5
16	Hobby	500.000	4
17	Knaus	400.000	3
18	La Strada	300.000	2
19	Movera	200.000	1
20	Reimo	100.000	9

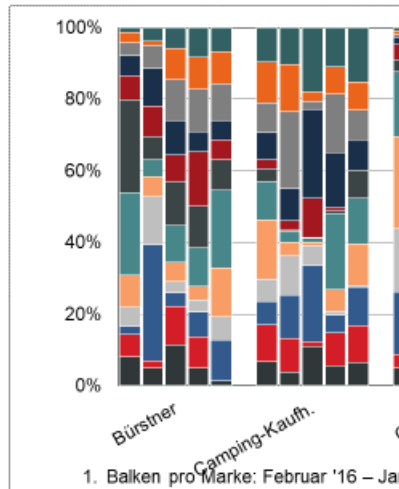
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



## Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im Fünf-Jahres-Vergleich



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

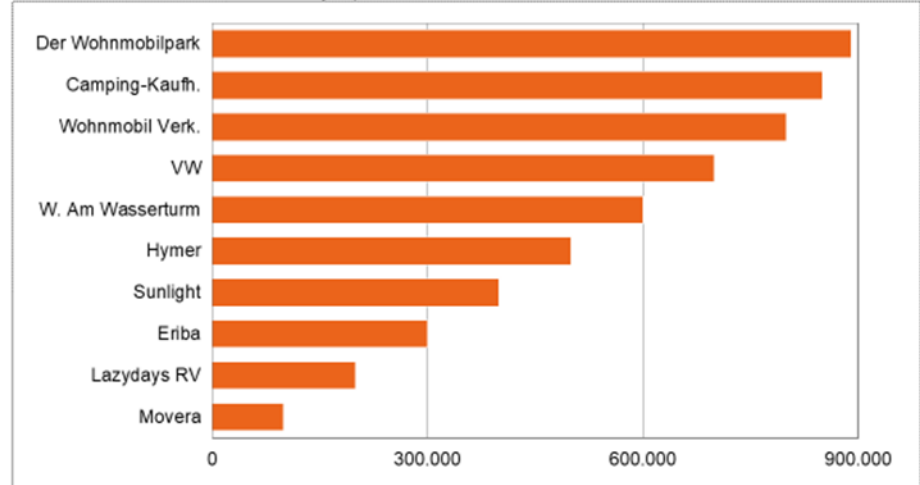


Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

## Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarkanalyse  
Reisemobile und Caravans 2021

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

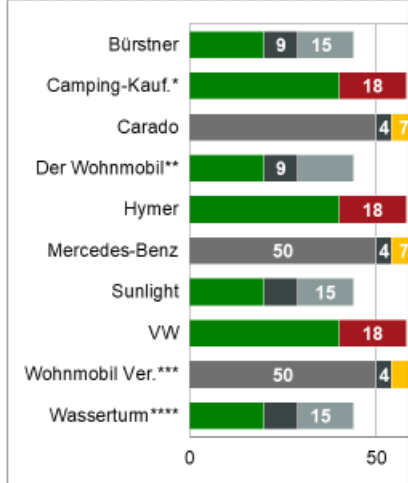
# Analysebeispiele (3)

## 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)

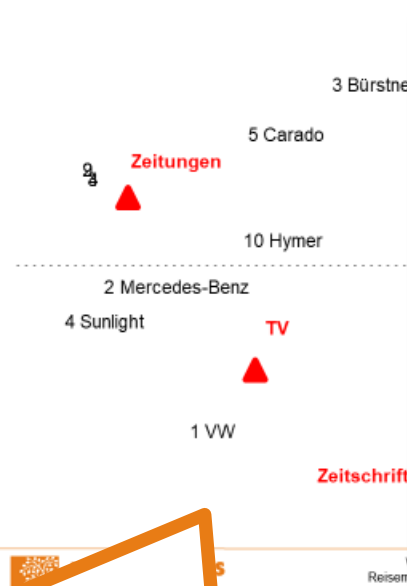


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; \*lo



### Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung von den 10-Marken auf Basis Mediensplit im 5-Jahres-Durchschnitt

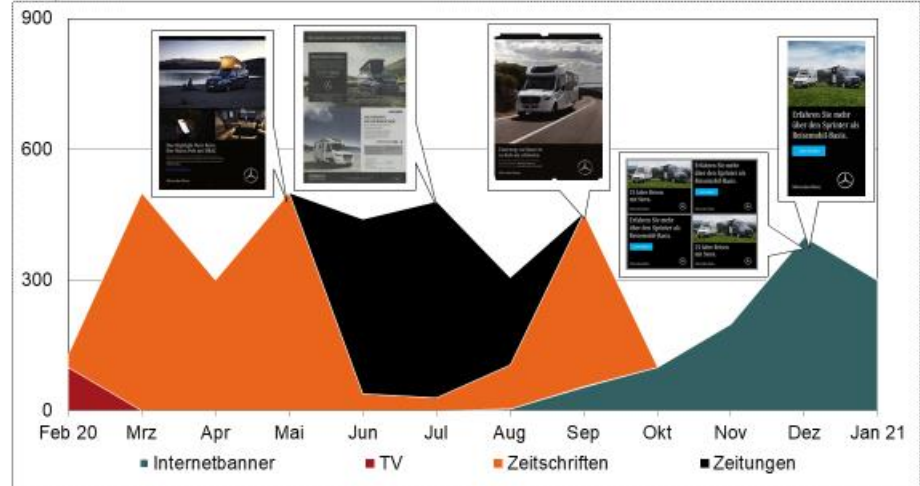


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

### Strategien

Marke A

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarkanalyse  
Reisemobile und Caravans 2021

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 1.600 EUR zzgl. MwSt. die

**Werbemarktanalyse Reisemobile und Caravans 2021.**

**Auftraggeber:**

Firma:

---

Ansprechpartner:

---

E-Mail:

---

Position/Funktion:

---

Datum, Ort, Unterschrift:

---

# Kontakt / Branchenerfahrung

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

Weitere relevante Studien zur Branche Automotive/Reisemobile:

- Reputation Analysis Premium Cars 2018
- Werbemarktanalyse Nutzfahrzeuge 2016
- E-Shop-Analyse PKW-Hersteller 2015
- Marketing-Mix-Analyse Reisemobile teilintegriert 2015
- Marketing-Mix-Analyse SUV-Mietwagen 2015
- Werbemarktanalyse Automotive-Umfeld 2014

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

