

+++ 1&1 +++ Apple +++ Deutsche Telekom +++ Google +++ Huawei +++ Lenovo +++ LG +++ Samsung +++ Sony +++ ZTE +++ und weitere 13 Marken mit Werbeausgabentrends +++ 1&1 +++ Apple +++ Deutsche Telekom

Studiensteckbrief

# Werbemarktanalyse Smartphones 2017

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Februar 2017



powered by:



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse  
Smartphones 2017

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Ergebnisse:

- Für mediale Kommunikation haben die werbetreibenden Anbieter von Smartphones innerhalb von zwölf Monaten über 140 Millionen Euro ausgegeben. Dies bedeutet eine Zunahme von mehr als 20 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.
- Die Werbeanteile der Produktmärkte differieren stark. Der Produktmarkt Phone präsentiert sich über die Jahre als werbestärkster Teilmarkt.
- Im Mediensplit für Smartphones zeigt sich ein sehr hoher Anteil an TV-Werbung. Seit drei Jahren nimmt der Anteil an Zeitschriftenwerbung stetig zu.
- Produktmarktübergreifend ist eine starke Konzentration auf drei ausgabenstarke Anbieter von Smartphones erkennbar, die 80 Prozent des gesamten Werbevolumens auf sich vereinen.
- Acht der zehn Top-Werber haben ihr Werbevolumen aufgestockt. Die Werbeausgaben der drei Top-Werber haben sich um rund 50 Millionen Euro erhöht.
- Die Werbemotive unterscheiden sich je nach Produktgruppe. Günstige Konditionen, vielseitige Nutzung und die Technologie sind Argumente vor allem bei Kooperationen mit Netzanbietern.

# Informationen zur Studie

## Wichtigste USPs:

Werbetrends für die **23 Top-Werbungtreibenden** im  
Smartphonemarkt mit den höchsten Werbeausgaben

detaillierte **qualitative und quantitative Analyse** für 10 Top-Werber

in **neun Produktmärkten**, darunter Kooperationen mit  
TK-Anbietern wie O2/Telekom/Vodafone, Phone, Range

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**  
auf 146 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

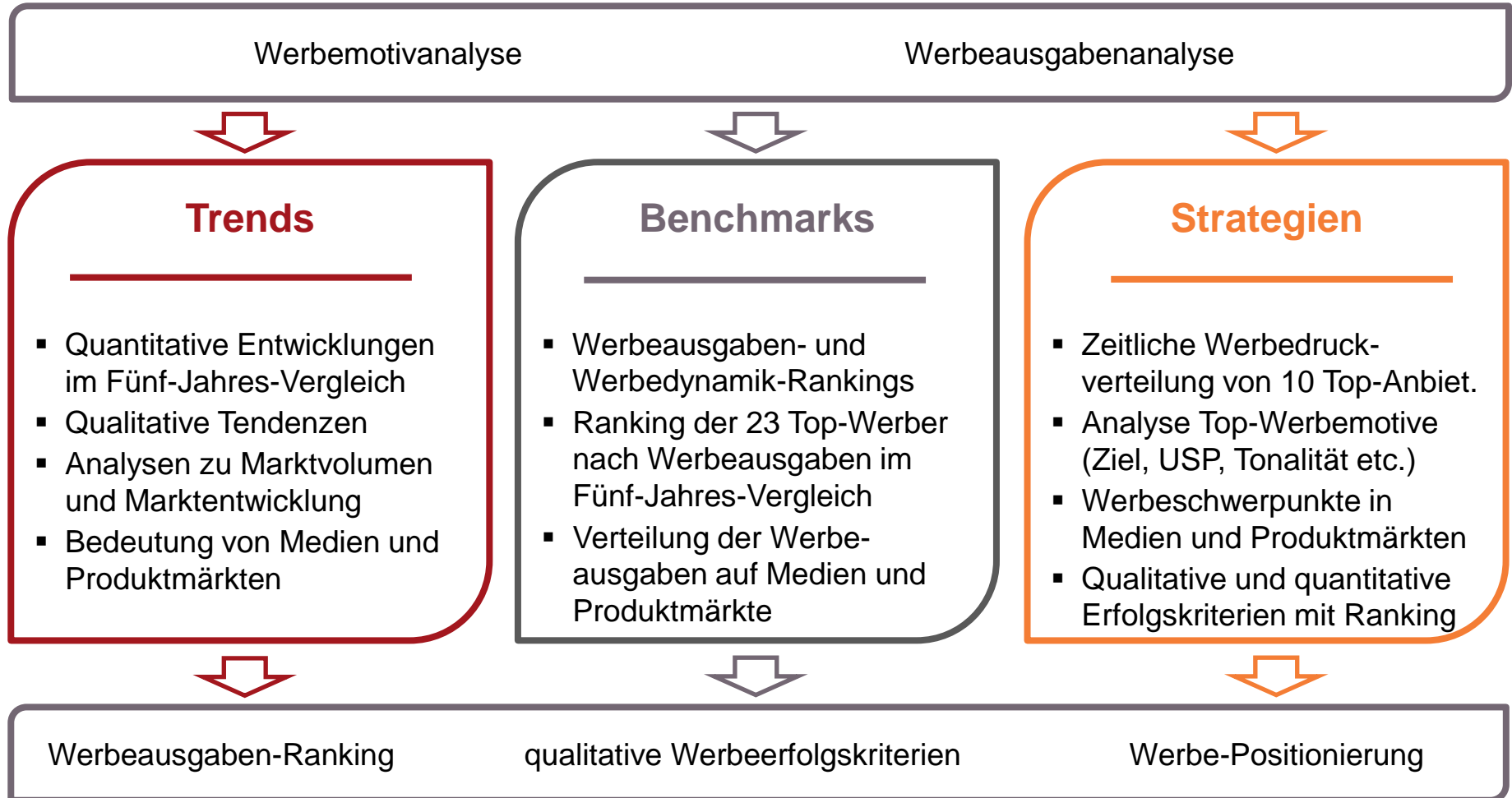
## Im Detail analysierte Anbieter:

- 1&1
- Apple
- Deutsche Telekom
- Google
- Huawei
- Lenovo
- LG
- Samsung
- Sony
- ZTE
- + Spendings für  
13 weitere Anbieter



# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:



# Informationen zur Studie

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

- welche allgemeinen Werbeausgabetrends sind zu beobachten
- welches sind die werbeintensivsten und /- dynamischsten Unternehmen?
- mit welchen Motiven werben die Anbieter von Smartphones?
- welche Entwicklungen sind in verschiedenen Produktmärkten zu erkennen?
- welche Werbestrategien wenden die zehn detailliert analysierten Unternehmen an?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10 Anbieter?
- mit welchen Slogans oder Motiven wird in der Werbung argumentiert?
- welche Zielsetzung, USPs, Tonalität, Zielgruppenansprache liegt den Topmotiven zugrunde?
- welche Stärken und Schwächen der Top 10 Anbieter zeigt die qualitative Motivanalyse auf?
- wie positionieren sich die Top-Anbieter im Werbemarkt?

**Die Studie in Zahlen:**

- Werbevolumen von 23 Anbietern im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in neun Produktmärkten
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Qualitative Strategien & Motivanalyse von zehn Top-Anbietern
- Positionierungsanalyse Werbestrategie für zehn Top-Anbieter

**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 von **AdVision digital**.

**Preis der Studie:** Die 146 Seiten umfassende Studie kostet **2.400 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	8
➤ Trends	13
▪ Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich	16
Entwicklung Anzahl Werbungtreibende, Werbeausgabenentwicklung insgesamt, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Qualitative Tendenzen	24
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2015/2016, aktuelle Trends 2015/2016	
➤ Benchmarks	27
▪ Werbeausgaben-Rankings	30
Share of Advertising der Top 10 Anbieter, Ranking der Anbieter nach Werbevolumen, Ranking der Top Anbieter nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im 5-Jahres- Vergleich	38
Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im Fünf-Jahresvergleich, Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbe- ausgaben der Top 10 Anbieter auf die Monate im Fünf-Jahresvergleich	
▪ Verteilung der Werbeausgaben in den letzten zwölf Monaten	44
Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter auf die Produktmärkte in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	



# Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	46
Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10 Anbieter durchgeführt: Werbeausgaben nach Produkten und Mediengattungen, Zeitliche Werbedruckverteilung nach Produkten in den letzten 24 Monaten, Analyse Top-Werbemotive, Quantitative und qualitative Erfolgskriterien	
▪ 1&1	52
▪ Apple	57
▪ Deutsche Telekom	69
▪ Google	75
▪ Huawei	81
▪ Lenovo	91
▪ LG	95
▪ Samsung	103
▪ Sony	114
▪ ZTE	124
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	132
▪ Motiv-Highlights	134
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	137
➤ Kontakt	145

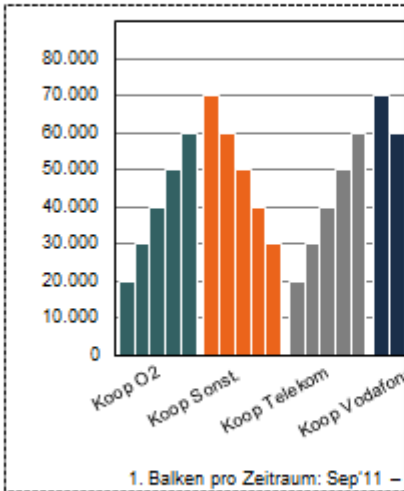
# Beispielseiten (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Trends

Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich

Werbespendings aller werbenden Unternehmen nach Produktmärkten im 5-Jahres-Vergleich (in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Trends

Qualitative Tendenzen

Aktuelle Trends 2015/2016 für alle Top10 Werbungtreibenden der Branche

Kategorie	Top 1
Meist beworbene Produkte*	Phone
Meist geschaltete Medienkanäle**	TV
Meist genutztes Werbemedium	Sender A
Anzahl Motive	Internet-Banner (X)
Designelemente	Smartphone
Kreativagenturen	Agentur A

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital\* höchsten Werbeausgaben

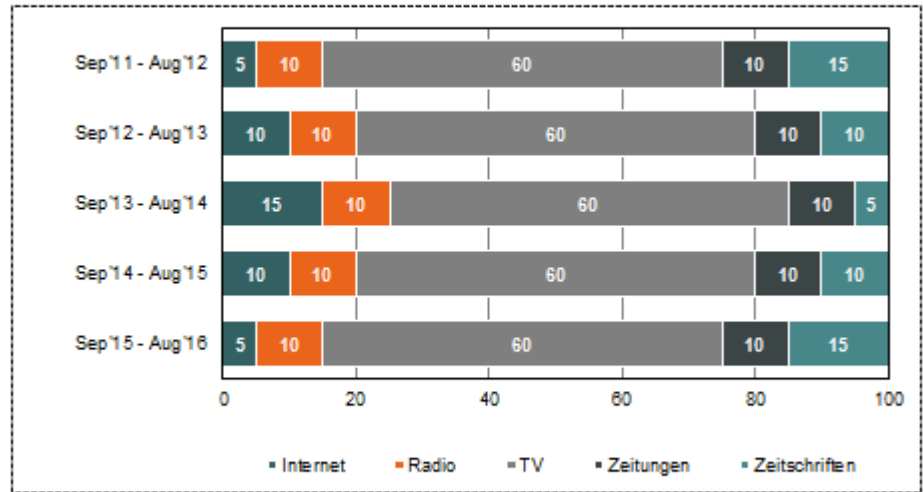


Auf welchen Mediensplit setzen die verschiedenen Anbieter?

### Trends

Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich

Entwicklung des Mediensplits aller Unternehmen im 5-Jahres-Vergleich (in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital. Lesbeispiel: „93% aller Werbeausgaben der aller werbetreibenden Anbieter von Smartphones im Zeitraum Dezember 2011 bis November 2012 wurden für die Werbung im TV ausgegeben.“



Werbemarktanalyse Smartphones 2017

Welche Dynamik ist in den Teilmärkten erkennbar?



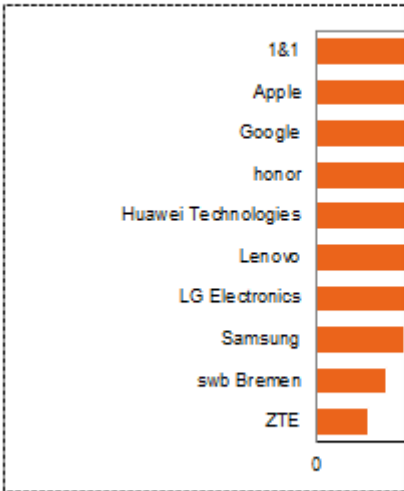
# Beispieleiten (2)

## Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten

### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10 Anbieter nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in Mio. €)



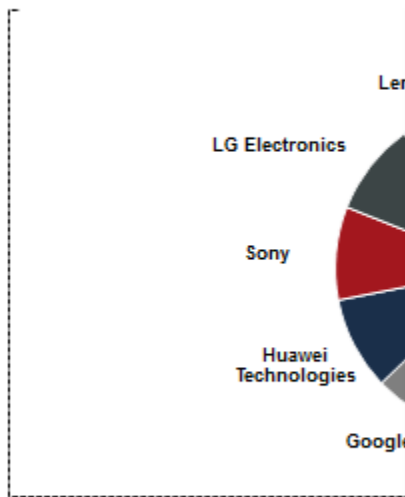
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10 Werber von Dezember 2015 bis November 2016



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

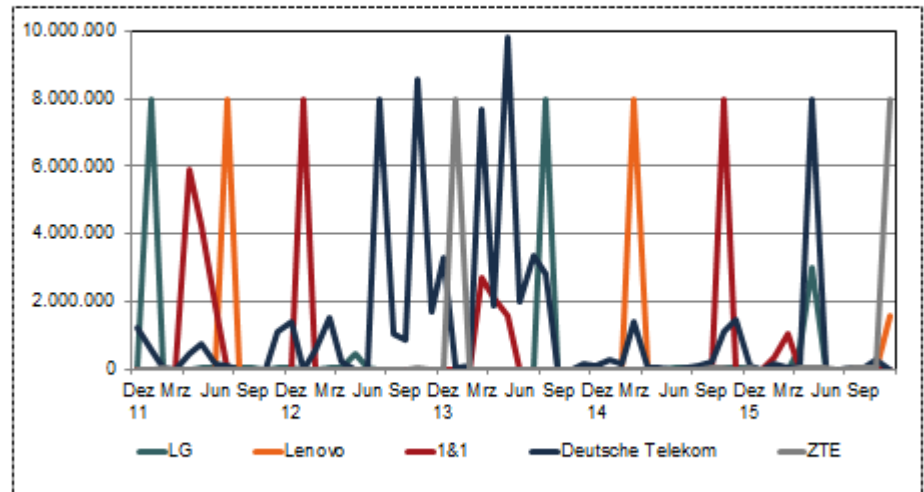


Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

### Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im Verlauf der letzten 60 Monate (Top 6 - 10)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Smartphones 2017

Welche Anbieter zeigen die größte Dynamik?

# Beispielseiten (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Strategien

Anbieter A

Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

	Qua
Werbeausgaben absolut in '15/'16	XX.XX8.971 € (XX% zu 14/'15) Rang X
Alleinstellung	Beste Kamera, low light, gestochen scharfe Fotos Live Photos, und andere Features
Aufmerksamkeitsstärke	insgesamt hoch, teilweise etwas Besonderes, z.B. XX, YY
Design – Konsistenz	innerhalb einzelner Kampagnen gegeben, aber nicht insgesamt → teilweise bunt, dunkel

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Strategien

Anbieter B

Koop XY | Analyse Top-Werbemotive



MED	SAT 1 – Criminal Minds	UF	Serien
SCH	1	🕒	8 – 9 Uhr
€	XX.750	📺	wochentliche
ZR	0X.XX.2016 – 0X.XX.2016	ZG	breit
AG	Agentur X	USP	XX mit Leica Kamera
🏠	Neukundengewinnung	TON	stylish, mode

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

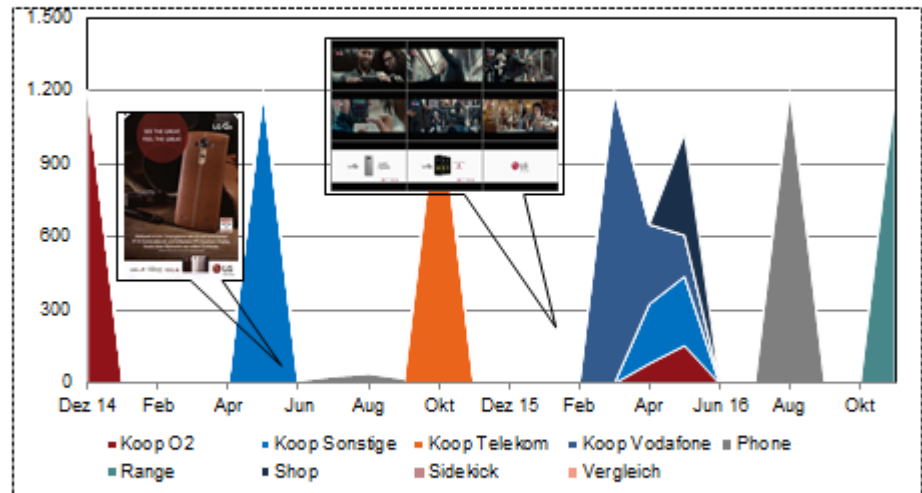


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

### Strategien

Anbieter XY

Zeitliche Werbepressungsverteilung in den letzten 24 Monaten nach Produkten (in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Smartphones 2017

Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

# Beispielseiten (4)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

Marken	Werbedruck		Awareness	
	Spending	Share of Advert.	Alleinstellung	
1&1	○○●	○○●	○○○	○○○
Apple	●○○	○○○	○○○	○○○
Deut. Telekom	○○○	○○○	○○○	○○○
Google	○○○	○○○	○○○	○○○
Huawei	●○○	○○○	○○○	○○○
Lenovo	○○○	○○○	○○○	○○○
LG	○○○	○○○	○○○	○○○
Samsung	●○○	○○○	○○○	○○○
Sony	○○○	○○○	○○○	○○○
ZTE	○○○	○○○	○○○	○○○

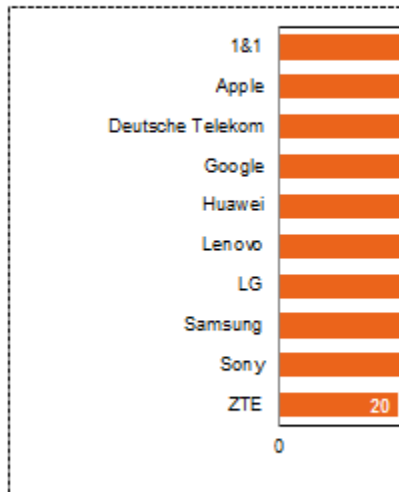
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Anbierranking (Angaben in % der maximal erreichbaren Punkte)



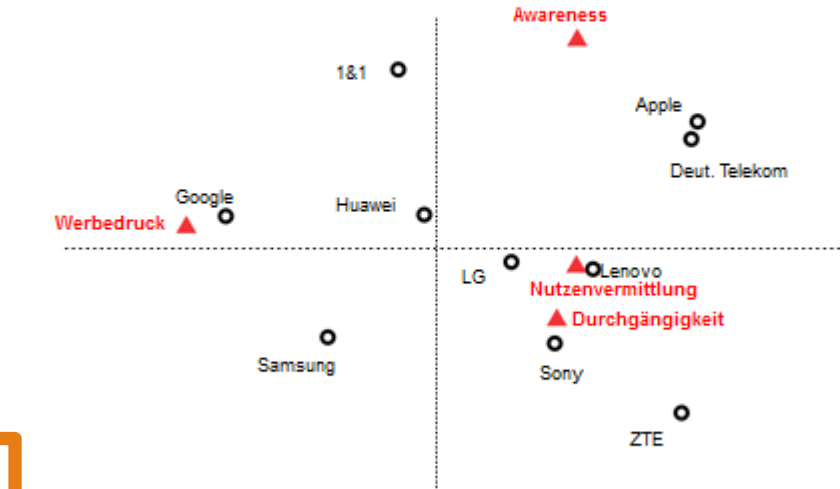
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Welche Positionierung nehmen die Werbungtreibenden im Wettbewerbsumfeld ein?

### Kommunikationspositionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Wo liegen im Wettbewerbsvergleich Stärken und Schwächen?



Werbemarktanalyse Smartphones 2017

# 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 2.400 EUR zzgl. MwSt. die  
**Werbemarktanalyse Smartphones 2017.**

**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](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

### Zuletzt zur Telekommunikations-Branche erschienen:

- Marketing-Mix-Analyse Smart Home 2016
- Studie eVisibility Telekommunikation 2016
- Vergleichsportal-Marketing Telekommunikation 2015
- E-Shop-Analyse Mobilfunk-Discounter 2014
- Marketing-Mix-Analyse Handy- und Tabletversicherung 2014
- Werbemarktanalyse Telekommunikation 2014

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Branche Telekommunikation sind seit 2012 16 Marktstudien zu unterschiedlichen Themen erschienen.

