

+++ ab-in-den-urlaub.de +++ billiger-mietwagen.de +++ Booking.com +++ Check24 Vergleichsportal +++ fluege.de +++ Geizhals +++ idealo +++ Kayak +++ Marktguru +++ Omio +++ Sonnenklar.tv +++ trivago +++ Verivox +++ u. weitere 137 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Vergleichsportale 2024

Werbeausgaben für 150 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Mai 2024

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Vergleichsportale 2024

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



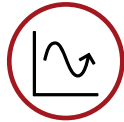
Welche der **150 Marken** sind die werbeintensivsten und -dynamischsten?



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



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



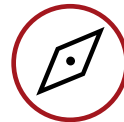
Wie **verteilen** die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?



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?



Management Summary

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Vergleichsportale

Mrz. 23-Feb. 24
357 Mio. €



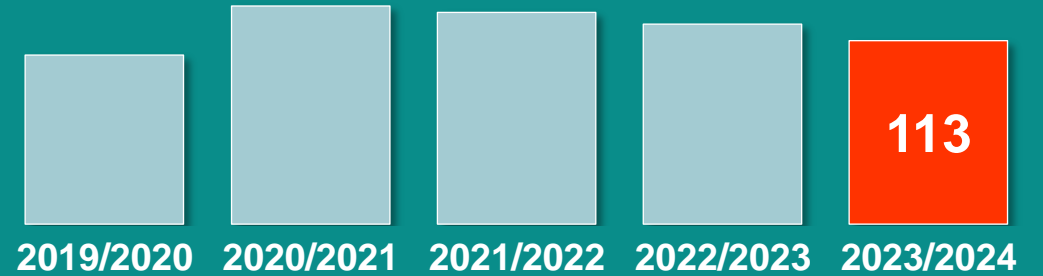
davon
24%
im Produktmarkt
Reise

Mediensplit



Internet-Werber Nr. 1:
Check24 Vergleichsportal

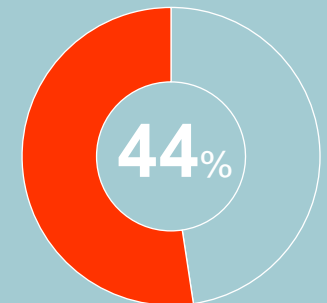
Werbungtreibende pro Monat im Ø



Werbekonzentration



Check24 Vergleichsportal
Markt guru
Verivox



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

150 Vergleichsportal-Marken mit den höchsten Spendings

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

In **13 Produktmärkte**, darunter neun im Detail wie Hotel/Ferienwohnung, Strom/Gas, Versicherung/Vorsorge

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 181 PowerPoint-Seiten

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

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

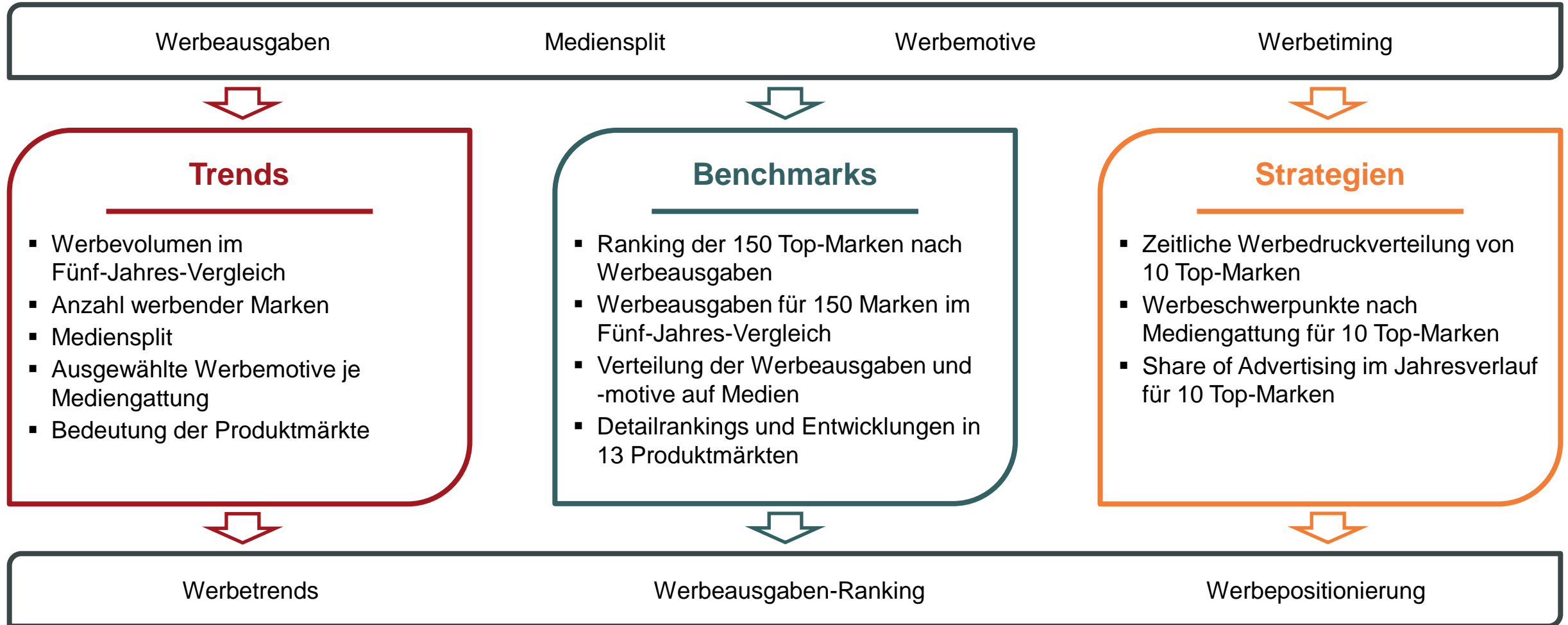
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- ab-in-den-urlaub.de
- Booking.com
- Check24 Vergleichsportal
- fluege.de
- Geizhals
- idealo
- Kayak
- Omio
- Sonnenklar.TV
- trivago
- + Spendings für 140 weitere Marken

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

150

Vergleichsportal-Marken

13

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 181 Seiten umfassende Studie kostet **4.800 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	10
➤ Trends	15
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	16
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 2023/2024	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	30
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	39
▪ Werbeausgaben-Rankings	40
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	61
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	69
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	
▪ Werbeausgaben-Rankings auf Branchenebene	72
Diese Analysen werden für jeden der folgenden Produktmärkte durchgeführt: Share of Advertising 2021/2022, Top 10-Werbeausgabenranking, Entwicklung Werbeausgaben der Top 10-Marken zum Vorjahr, Werbedynamik-Ranking Top 10 und Low 10, Entwicklung Werbeausgaben der Top 10-Marken in den letzten 12 bzw. 60 Monaten, Mediensplit der Top 10-Marken	
▪ Finanzierung/Konto/Kredit/Leasing	72
▪ Flug	80
▪ Hotel/Ferienwohnung	88
▪ Internet-/Telefonie-Tarif	96
▪ Mietwagen	104
▪ Reise	112
▪ Strom/Gas	128
▪ Versicherung/Vorsorge	136



Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	144
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	176
Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤ Kontakt	180



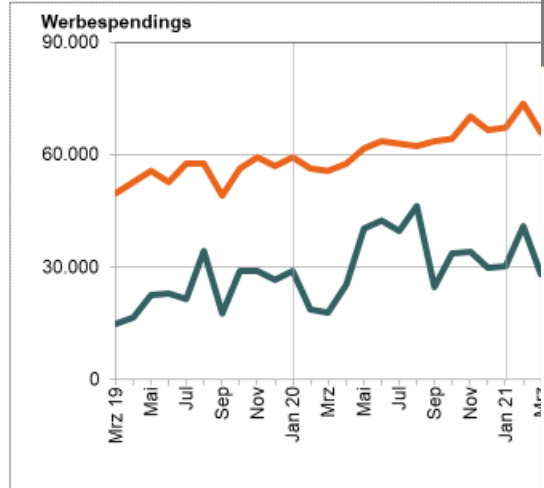
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

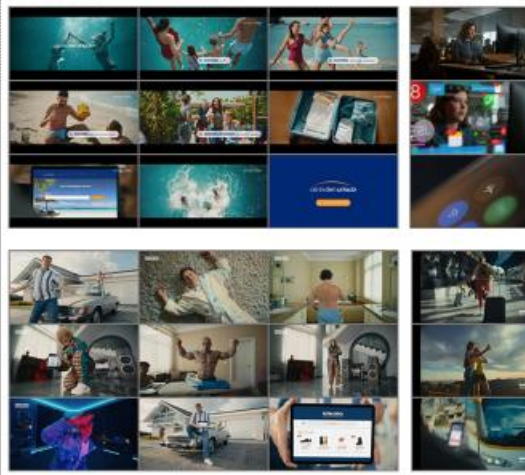
Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (Angaben in T€) und Anzahl der Werbungtreibenden



Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

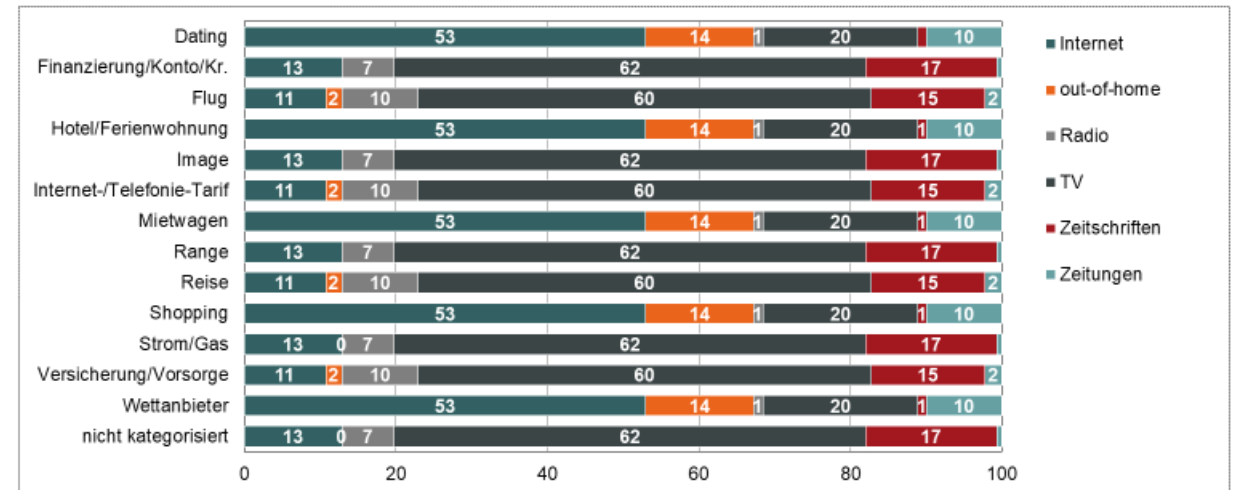
Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2023/2024



Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2023/2024 (Angaben in %)



Auf welchen Mediensplit setzen die Marken?

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

Werbemarktanalyse Vergleichsportale 2024

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

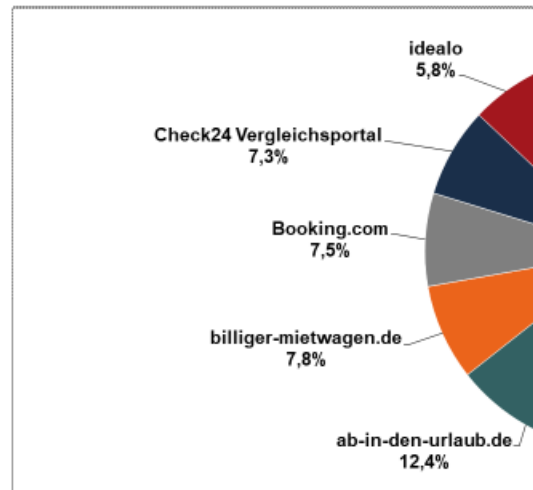
Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

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

Rang	Marken	Mrz. '19 – Feb. '20	Mrz. Feb
11	Checkfox	5.000.000	
12	FinanceAds	2.400.800	
13	fluege.de	6.000.000	
14	Geizhals	15.300.500	
15	Heisse-Abenteuer	9.000.000	1
16	Hörgeräte-Vergleich	3.260.800	
17	Omio	3.900.600	
18	Pro Verbraucher	2.100.800	
19	Sonnenklar.tv	9.400.750	1
20	Xevio	8.730.800	

Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

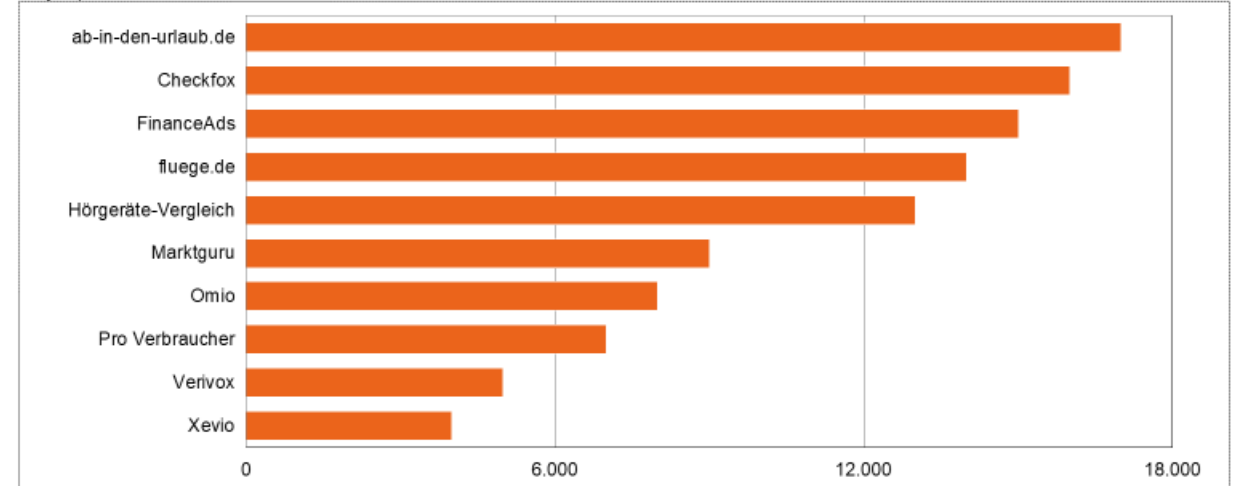
Share of Advertising der Top 10-Marken von März 2023 bis Februar 2024



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)



research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Vergleichsportale 2024

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

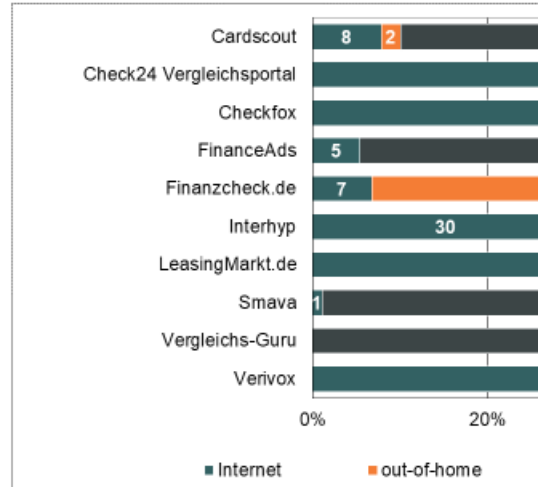
Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Finanzierung/Konto/Kredit/Leasing

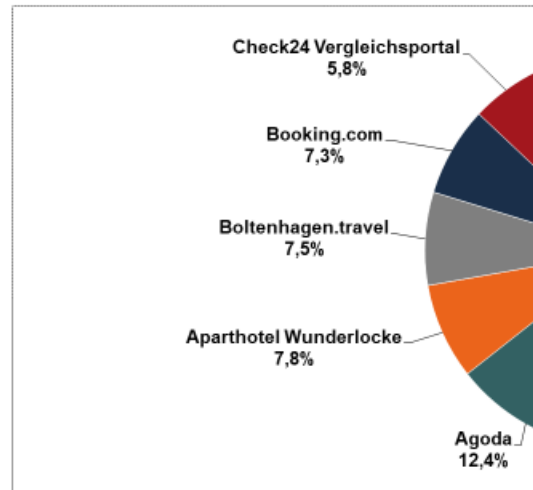
Finanzierung/Konto/Kredit/Leasing | Mediensplit der Top 10-Marken nach Werbevolumen im Zeitraum '23/'24



Benchmarks

Hotel/Ferienwohnung

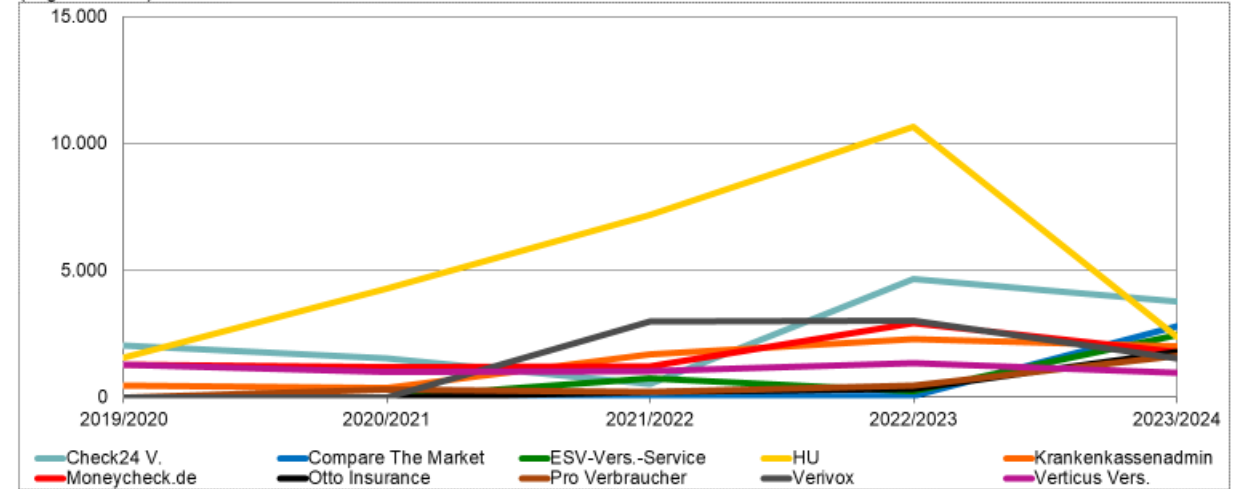
Hotel/Ferienwohnung | Share of Advertising der Top 10-Marken nach Werbevolumen im Zeitraum '23/'24



Benchmarks

Versicherung/Vorsorge

Versicherung/Vorsorge | Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken aus dem Zeitraum '23/'24 in den vergangenen 5 Jahren (Angaben in T€)



Wo liegen in den Produktmärkten die saisonalen Werbebepeaks?

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Auf welchen Mediensplit setzen die Marken in den Produktmärkten?

research tools

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarkanalyse Vergleichsportale 2024

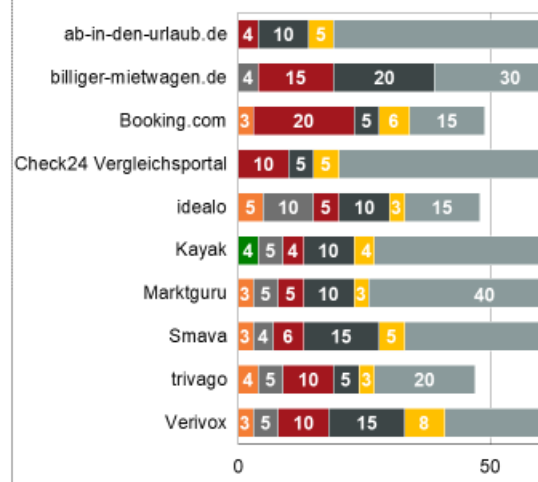
Analysebeispiele (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

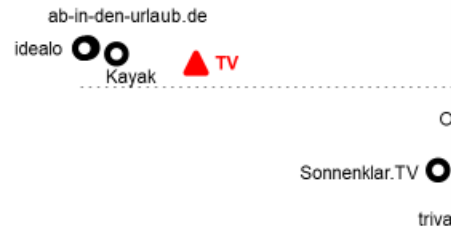
Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten

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

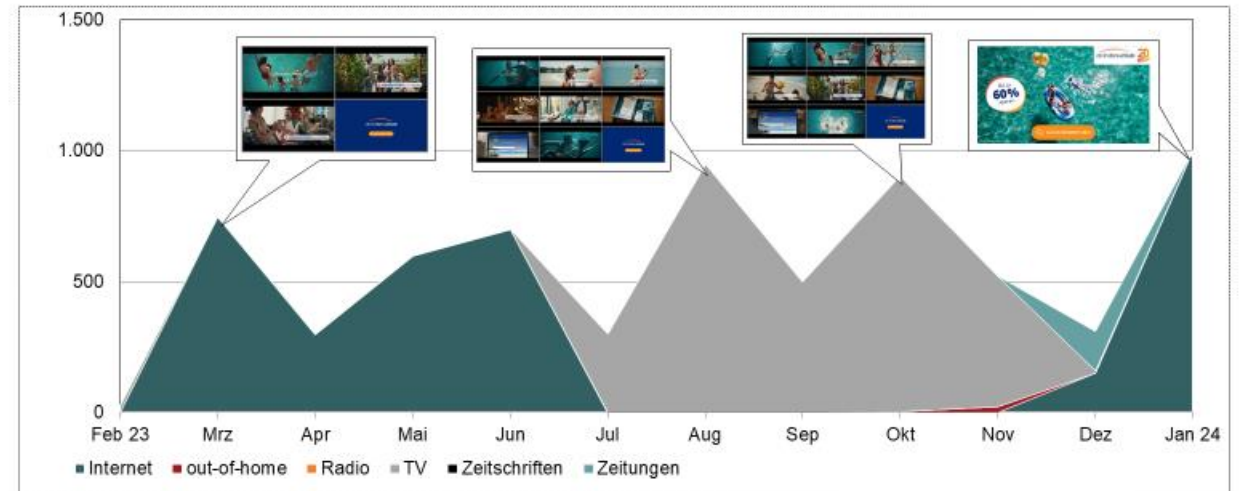


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

Strategien

Marke A

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



research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools

Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Vergleichsportale 2024

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 4.800 EUR zzgl. MwSt. die **Werbemarktanalyse Vergleichsportale 2024**.

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

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 2020 über 110 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien:

- Studie eVisibility Parfümerie 2024
- Studie Versicherungs-Zielgruppe Onlinekunden 2024
- Werbemarktanalyse Stromanbieter 2024
- Studie eVisibility Banken 2024
- Werbemarktanalyse Möbel 2024
- Studie Customer Journey Versicherungen 2024

Branchenübergreifend: 2024 wurden bereits 27 Studien veröffentlicht.

