

+++ Am Wall Bremen +++ be.berlin +++ Chemie Wirtschaftsförd. +++ Freistaat Thüringen +++ Landeshauptstadt Düsseldorf +++ Landeshauptstadt Magdeburg +++ Qatar Germany Business & Investm. Forum +++ Regionalverb. Ruhr +++ Sachsen +++ Stadt Görlitz +++ u. weit. 90 Anbieter m. quant. 5-Jahres-Trends

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Wirtschaftsförderung 2019

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Januar 2019

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Wirtschaftsförderung 2019

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Wirtschaftsförderer innerhalb eines Jahres über 23 Millionen Euro ausgegeben.
- In der Anbietergruppe Auslandsmarketing sind die Werbeausgaben im Vorjahresvergleich besonders deutlich gesunken.
- Volumenstärkster Wachstumsmarkt ist das Stadtmarketing.
- Im Durchschnitt werben pro Monat 100 Anbieter. Die durchschnittliche Werberanzahl hat im Vergleich zum Vorjahr um rund 20 Prozent zugenommen.
- Präferiertes Werbemedium sind Printmedien mit einem Anteil von über 80 Prozent.
- Vier Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro, alle vier haben ihre Werbeaktivitäten im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet.
- Bei den qualitativen Werbeerfolgskriterien ist ‚Designkonsistenz‘ unter den Topwerbern aktuell der größte Schwachpunkt.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Wirtschaftsförderung

2016/2017:
29 Mio €

2017/2018:
23 Mio €



Mediensplit



Radio-Werber Nr. 1:
Chemie Wirtschaftsförderung

11 Anbietergruppen



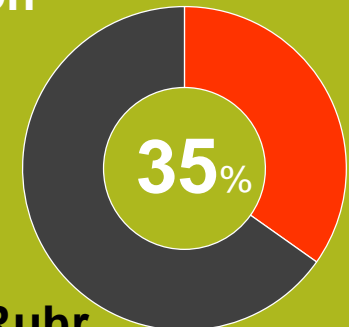
Top-Anbietergruppe:
Verbände

Top-Aufsteigergruppe:
Stadtmarketing

Werbekonzentration



**Chemie Wirt.förd.
Landesh. Magdeb.
Regionalverband Ruhr**



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Werbetrends für die **100 Anbieter von Wirtschaftsförderung**
mit den höchsten Werbeausgaben

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

in **elf Teilmärkten**, darunter
Bundesländermarketing, private Anbieter, Stadtmarketing, Verbände

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 135 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

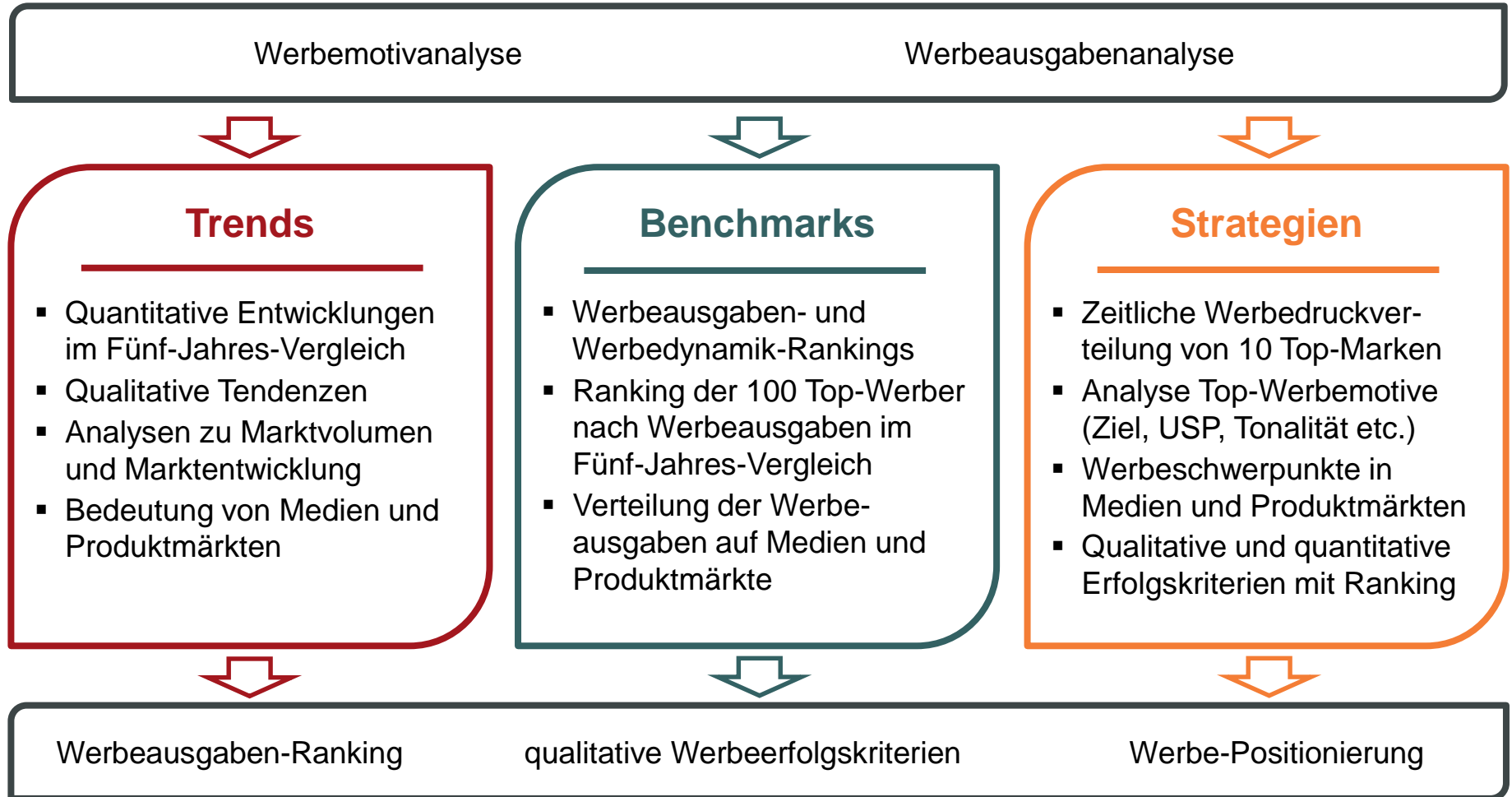
Im Detail analyisierte Marken:

- Am Wall Bremen
- be.berlin
- Chemie Wirtschaftsförderung
- Freistaat Thüringen
- Landeshauptstadt Düsseldorf
- Landeshauptstadt Magdeburg
- Qatar Germany B&I
- Regionalverb. Ruhr
- Sachsen
- Stadt Görlitz
- + Spendings für 90 weitere Marken



Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

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

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten?
- welches sind die werbeintensivsten und /- dynamischsten Marken?
- mit welchen Motiven werben die Unternehmen?
- welche Entwicklungen sind in den Produktmärkten zu erkennen?
- welche Werbestrategien nutzen zehn detailliert analysierte Marken?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10 Marken?
- mit welchen Slogans und/oder Motiven wird in der Werbung argumentiert?
- welche Zielsetzung, USPs, Tonalität etc. zeigen die Topmotive?
- welche Stärken / Schwächen zeigt die qualitative Motivanalyse auf?
- wie positionieren sich die Top-Marken im Werbemarkt?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 100 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in elf Produktmärkten
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Qualitative Strategien & Motivanalyse von zehn Top-Marken
- Positionierungsanalyse Werbestrategie für zehn Top-Marken

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 des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**.

Preis der Studie: Die 135 Seiten umfassende Studie kostet **2.400 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	10
➤ Trends	15
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	18
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	22
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbekonzentration 2017/2018	
▪ Qualitative Tendenzen	29
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2017/2018, aktuelle Trends 2017/2018	



Inhaltsverzeichnis

➤	Benchmarks	36
▪	Werbeausgaben-Rankings	39
	Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Top 100 Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪	Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im 5-Jahres-Vergleich	54
	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, Werbeverzicht in Monaten	
▪	Verteilung der Werbeausgaben/-Motive in den letzten zwölf Monaten	61
	Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Marken nach Produktgruppen in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10 Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	



Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	64
Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10 Marken durchgeführt: Werbeausgaben nach Produkten und Mediengattungen, zeitliche Werbedruckverteilung nach Produkten in den letzten 24 Monaten, Analyse Top-Werbemotive, Quantitative und qualitative Erfolgskriterien	
▪ Am Wall Bremen	70
▪ be.berlin	75
▪ Chemie Wirtschaftsförderung	81
▪ Freistaat Thüringen	85
▪ Landeshauptstadt Düsseldorf	90
▪ Landeshauptstadt Magdeburg	95
▪ Qatar Germany Business and Investment Forum	100
▪ Regionalverband Ruhr	104
▪ Sachsen	109
▪ Stadt Görlitz	113
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	117
▪ Motiv-Highlights	123
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	126
➤ Kontakt	134



Beispielseiten (1)

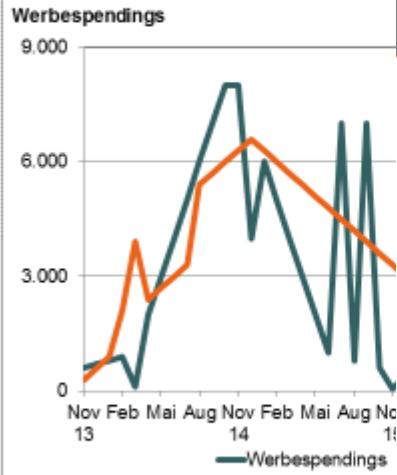
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



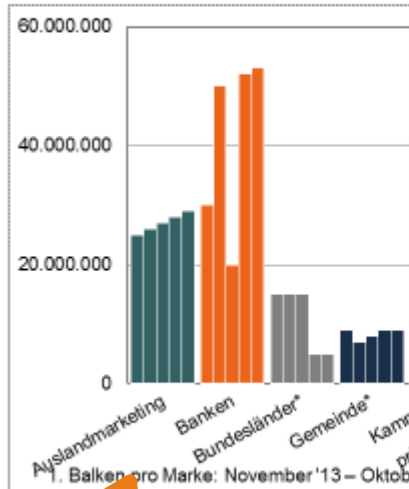
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Werbespendings aller Marken produktmarktübergreifend im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in Tsd. €)



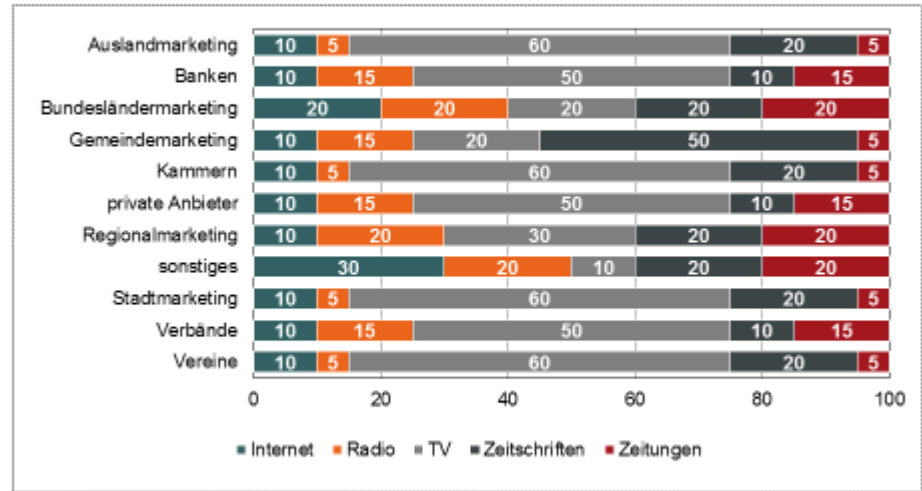
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



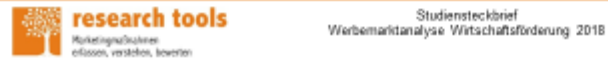
Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2017/2018 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Welche Dynamik ist in den Produktmärkten erkennbar?

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 100 Marken nach Werbevolumen (letzter 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €				
		Nov. '13 – Okt. '14	Nov. '14 – Okt. '15	Nov. '15 – Okt. '16	Nov. '16 – Okt. '17	Nov. '17 – Okt. '18
11	Am Wall Bremen	1.000.000	900.000	800.000	700.000	600.000
12	Bad Wörishofen	900.000	800.000	700.000	600.000	500.000
13	Berlin Partner	800.000	700.000	600.000	500.000	400.000
14	HK für München ¹	700.000	600.000	500.000	400.000	300.000
15	Invest Region Leip. ²	600.000	500.000	400.000	300.000	200.000
16	Leeuwarden-Fryslân	500.000	400.000	300.000	200.000	100.000
17	Sachsen	400.000	300.000	200.000	100.000	50.000
18	Stadt Basel	300.000	200.000	100.000	50.000	25.000
19	Stadt Gelsenkirchen	200.000	100.000	50.000	25.000	12.500
20	Stadt Köln	100.000	50.000	25.000	12.500	6.250

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital. 1

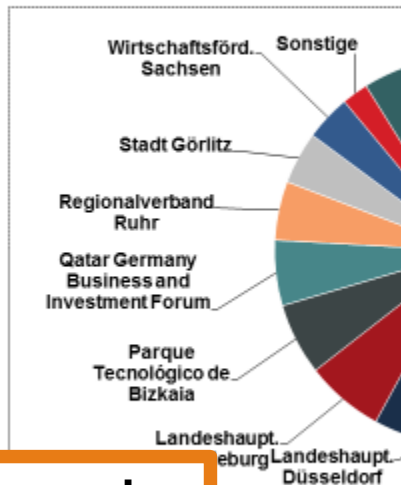


Werbemarkitar

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10 Marken von



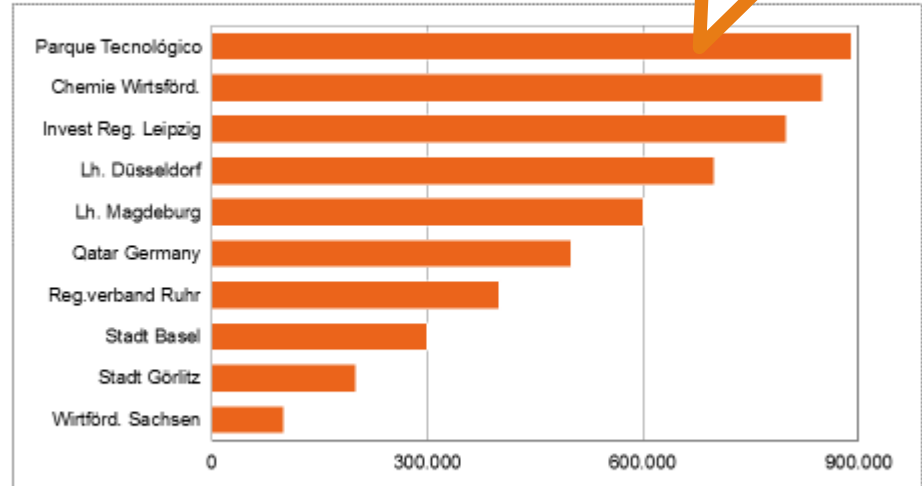
Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10 Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Ausgaben in T €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studiensteckbrief
Werbemarkitanalyse Wirtschaftsförderung 2018

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

Strategien

Marke A

Marke A | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

	Quantitativ
Werbeausgaben absolutin '17/18	xxx € zu '16/'17, +xx% Anteil an d. ges. Branch (Rang xx)
	Qualitativ
Alleinstellung	Alleinstellung mit dem Motto „xxx“ im Produkt xxx
Aufmerksamkeitsstärke	freudige Motive, sportliche Bildmotive corporate colour
Design-Konsistenz	medienübergreifend anders, im Zeitverlauf unterschiedliche Motive

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

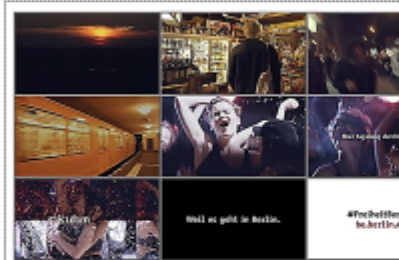


Werbemarkital

Strategien

Marke B

Marke B | Analyse Top-Werbemotive



ZR	xx.18-xx.18	🕒	06-09 Uhr
📺	fast täglich	AG	Agentur A
MED	Viva	UF	Musik
€	xxx €	SCH	xxx
🎯	Produktrelevanz	ZG	Jugendliche
USP	Weil es geht	TON	cool, trendy

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



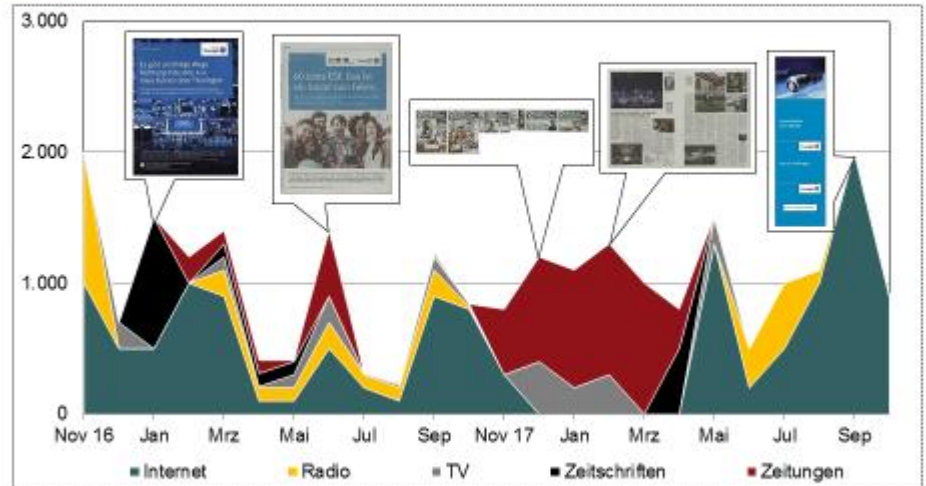
Werbemarkital

Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Strategien

Marke C

Marke C | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 24 Monaten nach Mediengattungen (in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studiensteckbrief
Werbemarkitalanalyse Wirtschaftsförderung 2018

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien Anbieterranking

Bewertung der Kommunikationsstrategie im Vergleich

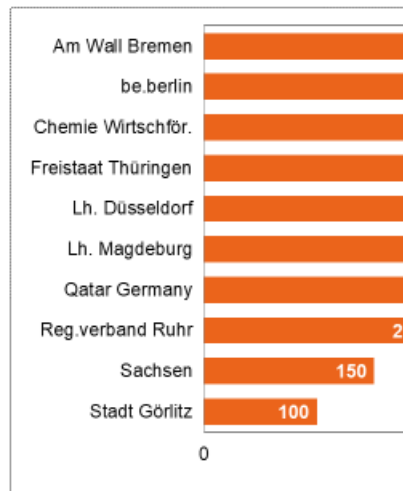
Anbieter	Awareness		Durchgängigkeit
	Alleinstellung	Aufmerksamkeit	
Am Wall Bremen	●●●●●	●●●●●	●●●●●
be.berlin	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Chemie Wirtsch.	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Freist. Thüringen	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Lh. Düsseldorf	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Lh. Magdeburg	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Qatar Germany	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Reg.verb. Ruhr	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Sachsen	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Stadt Görlitz	●●●●●	●●●●●	●●●●●

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien Markenranking

Markenranking (Angaben als Summe der Prozentwerte* in allen acht Werbeerfolgskategorien)



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



Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

Kommunikationspositionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Marken



Werbemarktanalyse
Wirtschaftsförderung 2018



Wo liegen im Wettbewerbsvergleich Stärken und Schwächen?

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 2.400 EUR zzgl. MwSt. die

Werbemarktanalyse Wirtschaftsförderung 2019.

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 Studien zur Branche Wirtschaftsförderung:

- Marktthemenradar Blechbe- und -verarbeitung 2018
- Studie eVisibility Torsysteme 2018
- Studie eVisibility Baumaschinen und Baugeräte 2018
- Werbemarktanalyse Touristische Zielgebiete 2018
- Marktthemenradar Sensoren 2018
- Studie eVisibility Stahlhandel 2018

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2016 über 60 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

