

+++ Aldi Talk +++ Blau +++ congstar +++ Deutsche Telekom +++ klarmobil +++ Magenta +++ O2 +++ O2 Business +++ Simon Mobile +++ Vodafone +++ und weitere 40 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ Aldi Talk +++ Blau +++ congstar +++ Deutsche Telekom +++ kl

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Mobilfunk 2023

Werbeausgaben für 50 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Februar 2023



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Mobilfunk 2023

powered by:



Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungstreibenden Mobilfunkanbieter innerhalb eines Jahres rund 438 Millionen Euro ausgegeben.
- Im Durchschnitt werben 30 Marken pro Monat für ihre Produkte.
- Es sind saisonbedingt deutlich Unterschiede der Werbespendings im Jahresverlauf zu beobachten. Häufig zeigt sich ein Werbepeak gegen Ende des Jahres.
- Unter den Werbemedien dominiert die Mediengattung TV. Zeitungs-Werber Nr. 1 ist Magenta.
- 17 Marken werben mit einem Volumen von mehr als einer Million Euro innerhalb eines Jahres.
- Die Werbekonzentration liegt bei 58% Anteil der Top 3-Marken.

Informationen zur Studie

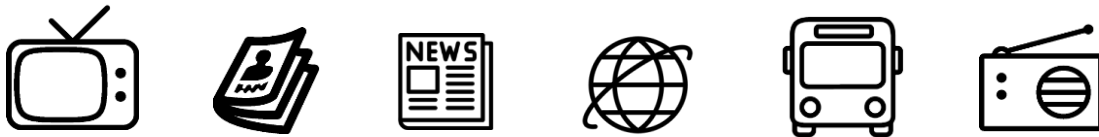
Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Mobilfunk

2021/2022
438 Mio. €

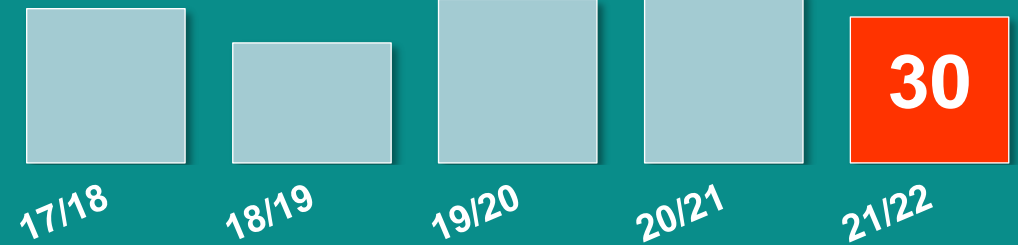


Mediensplit



Zeitungs-Werber Nr. 1:
Magenta

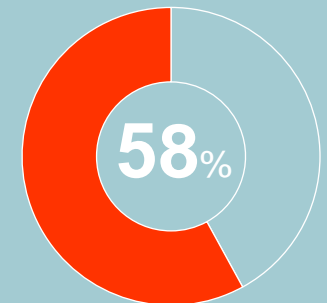
Werbungtreibende pro Monat im Ø



Werbekonzentration



Deutsche Telekom
O2
Vodafone



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

50 Anbieter von Mobilfunk 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 66 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

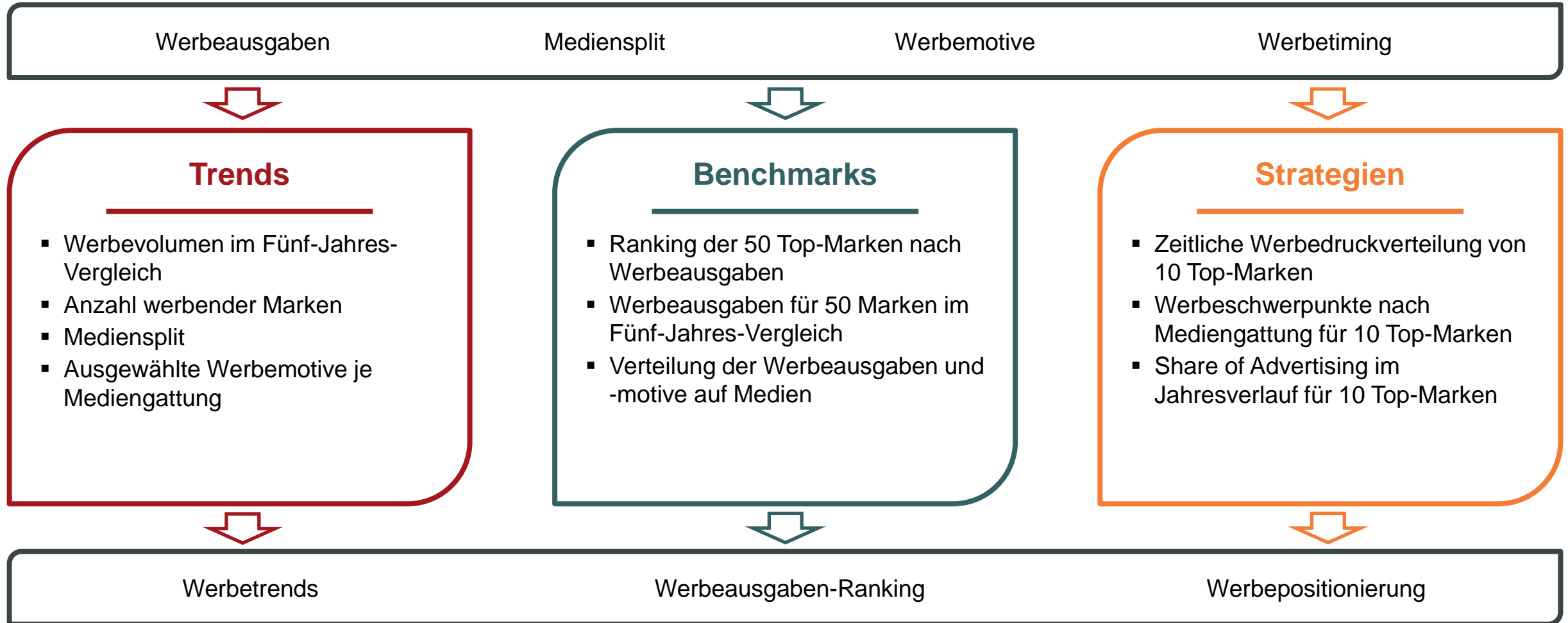
Im Detail analysierte Marken:

- Aldi Talk
- Blau
- congstar
- Deutsche Telekom
- klarmobil
- Magenta
- O2
- O2 Business
- Simon Mobile
- Vodafone
- + Spendings für 40 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 50 Marken
- 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 66 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	28
▪ Werbeausgaben-Rankings	29
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 50-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	40
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** 47
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
- **Strategien** 49
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** 61
Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt
- **Kontakt** 65



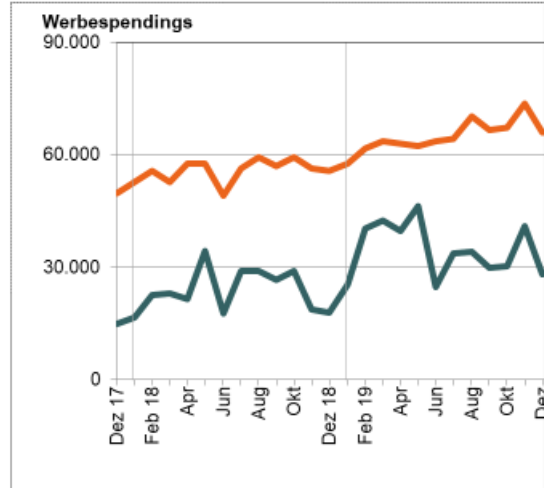
Analysebeispiele (1)

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

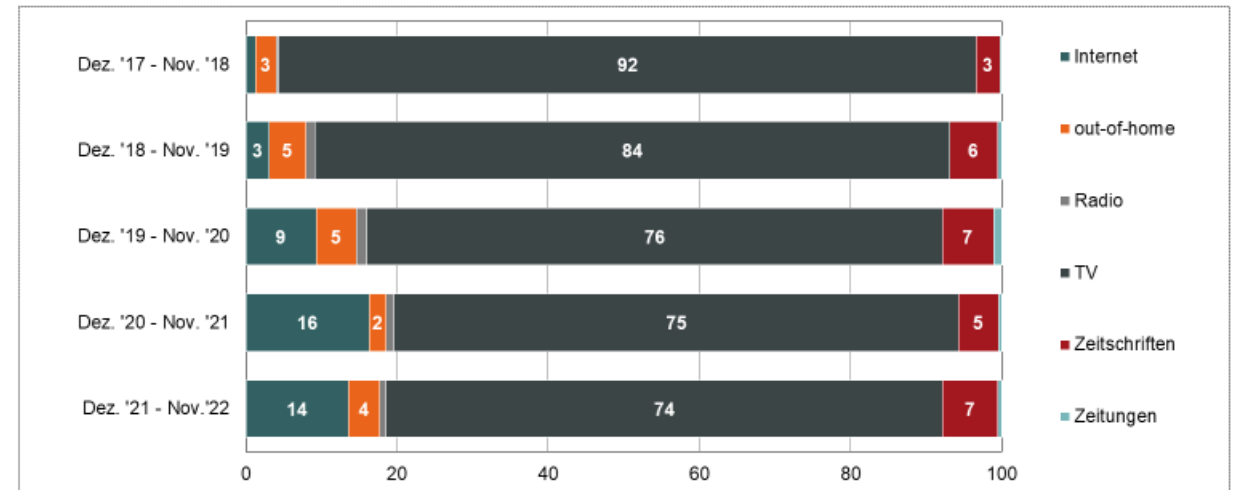
Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2021/2022



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

Auf welchen Mediensplit setzen die Anbieter?

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Mobilfunk 2023

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

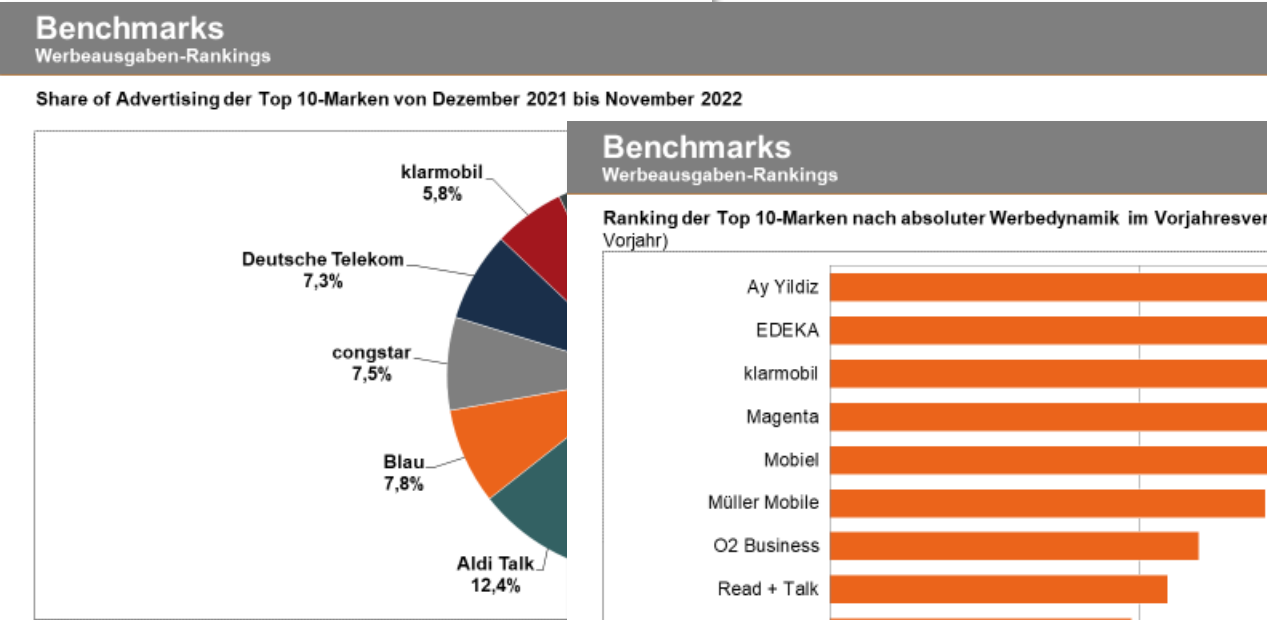
Benchmarks
Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 50-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

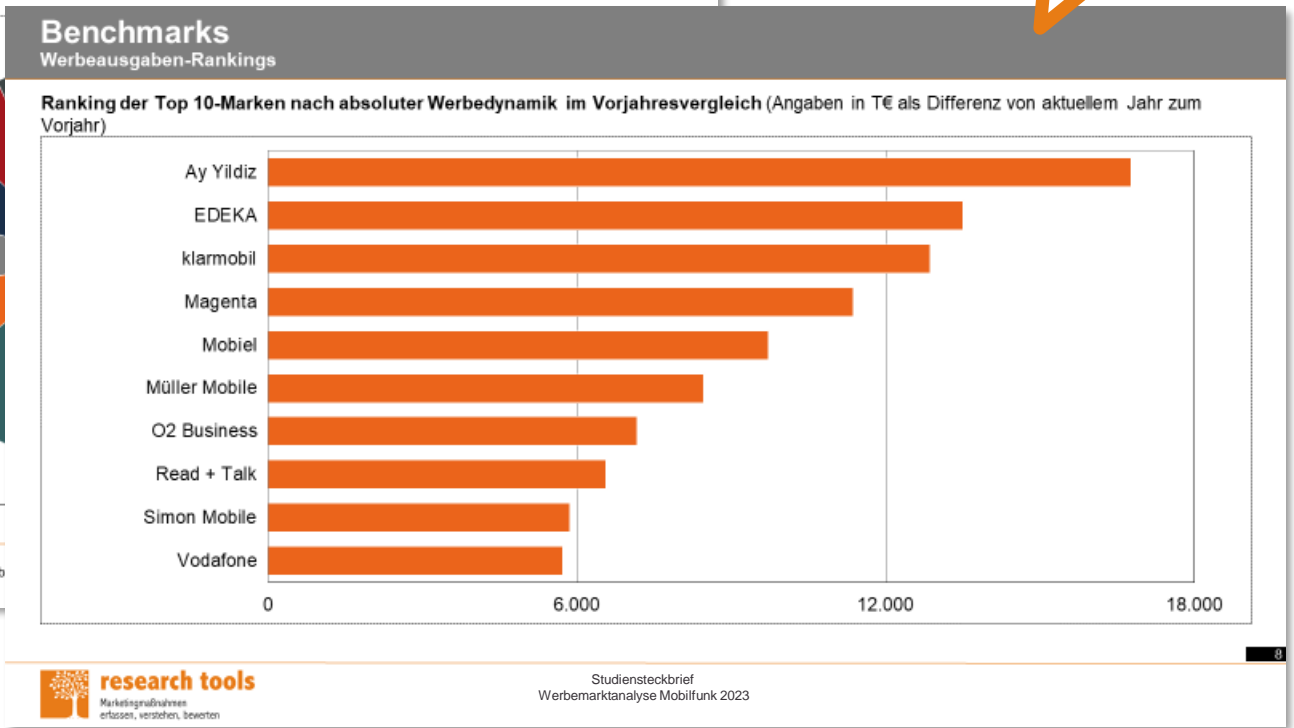
Rang	Marken	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19
11	Ay Yildiz	5.000.000	
12	EDEKA	2.400.800	
13	Fyve	6.000.000	
14	Lebara	15.300.500	
15	Lidl Connect	9.000.000	1
16	Mobiell	3.260.800	
17	Mobilcom Debitel	3.900.600	
18	Müller Mobile	2.100.800	
19	otelo	9.400.750	1
20	Tchibo Mobil	8.730.800	

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 Mobilfunk 2023

Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

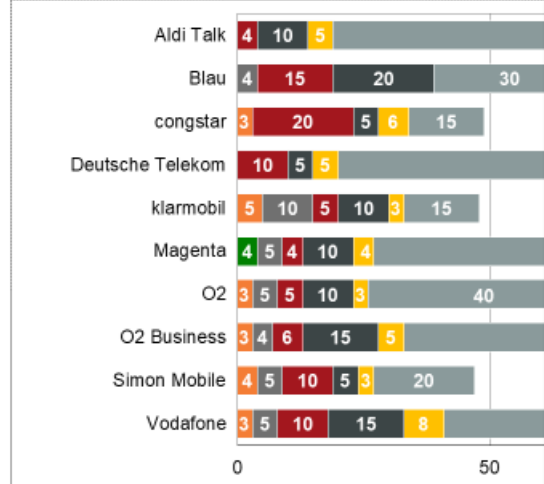
Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

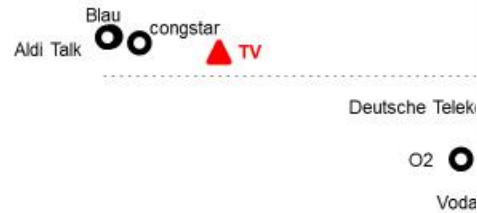
Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten

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

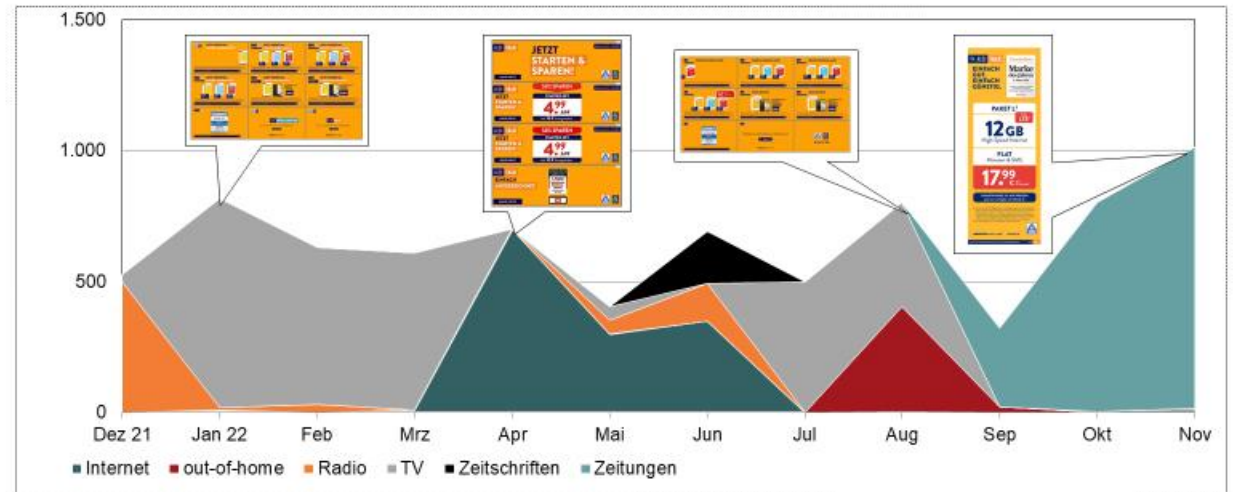


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

Strategien

Marke A

Marke A | Zeitliche Werbendruckverteilung 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

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 Mobilfunk 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

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 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Zuletzt erschienene Studien zur Branche Telekommunikation:

- Studie eVisibility Smart Home 2023
- Studie eVisibility Telekommunikation 2022
- Studie eVisibility Telekommunikation 2021
- Werbemarktanalyse Smartphones 2021
- Studie Social Media-Performance Festnetz 2020
- Studie Sponsoring Telekommunikation 2020

Branche Telekommunikation: seit 2016 mehr als 20 Studien veröffentlicht

