



Pressemitteilung

Werbemarkt Telekommunikation mit Wachstumsmotor DSL



Esslingen am Neckar, 16. Juli 2014 – Die Werbeausgaben des deutschen Telekommunikationsmarktes sind im vergangenen Werbejahr um 13 Prozent gestiegen. Größter Produktmarkt nach Ausgabevolumen bleiben die Smartphone-Verträge. Auf Wachstumskurs ist der Produktmarkt Home-DSL. Die Telekom Deutschland steigert ihre Werbespendings und deckt annähernd ein Viertel des gesamten Werbemarkts ab.

1,2 Milliarden Euro haben die Werbungtreibenden im Telekommunikationsmarkt für mediale Kommunikation innerhalb eines Jahres ausgegeben. Im Vergleich zum Vorjahr sind die gesamten Werbeausgaben um 13 Prozent gestiegen. Auch die Anzahl der Werbenden hat um 18 Unternehmen zugenommen und liegt nun bei 220 Werbungtreibenden.

Auf Basis der Werbemonitoringergebnisse von Ebiquity Germany steigerten die Unternehmen in acht der zehn untersuchten Produktmärkte ihre Werbeausgaben. Telekom Deutschland und Vodafone führen wie im Vorjahreszeitraum das Ausgabenranking an, wobei beide Unternehmen ihre Spendings enorm gesteigert haben. Produktmarktübergreifend entfallen auf die zehn Unternehmen mit den höchsten Werbespendings fast drei Viertel der gesamten Werbeausgaben.

Der Mobilfunk-Produktmarkt Smartphone-Verträge bleibt der größte Produktmarkt nach Volumen. 39 Unternehmen investierten hier über 400 Millionen Euro. Vodafone, 1&1 Internet und E-Plus führen diesen Werbemarkt mit hohen zweistelligen Millionenbeträgen an. Alle drei Unternehmen haben in diesem Markt ihre Werbespendings aufgestockt.

Imagewerbung ist der zweitgrößte Produktmarkt nach Volumen und nach Werbungtreibenden. Dieser Markt hat in beiden Dimensionen zugelegt. Mobilfunkdiscounter Ortel Mobile ist der Aufsteiger bei Imagekampagnen und schiebt sich hier auf den achten Platz.

Der DSL-Bereich ist der dynamischste Werbesektor. Innerhalb des DSL-Bereichs ziehen im Produktmarkt Voice und Internet Congstar und 1&1 Internet mit hohen Investitionen an Telekom und Kabel Baden-Württemberg vorbei und führen diesen Werbemarkt an. Den DSL-Produktmarkt Triple Play (Voice/Internet/TV) hält die Telekom mit mittleren zweistelligen Millionenspendings fest in ihrer Hand.

Im Produktmarkt für Telekommunikationsgeräte werben nun durch eine Zunahme von zwölf Unternehmen insgesamt 80 Anbieter. Angeführt wird dieser Markt wie im letzten Jahr von Apple, Sony Mobile und Samsung. Fulminanter Aufsteiger ist Hardwarehersteller BlackBerry, der sich von einem geringen Investitionsniveau auf Platz sechs im Produktmarkt Telekommunikationsgeräte katapultiert hat.

Beinahe alle Top 10 Unternehmen verteilen ihre Werbeausgaben auf mehrere Produktmärkte. Die beiden Anführer des Ausgabenrankings Telekom und Vodafone bewerben sogar alle zehn Produktmärkte gleichzeitig. Im Mediensplit fällt auf, dass die meisten Unternehmen auf einen Werbeträger-Mix setzen. Vor allem TV-, aber auch Outdoor- und Internetwerbung dominieren mit unterschiedlicher Schwerpunktsetzung. Besonders im Bereich der Image-Werbung ist Outdoor-Kommunikation vorherrschend.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Telekommunikation 2014“ von *Ebiquity Germany* und *research tools* untersucht die Werbeausgaben des deutschen Telekommunikationsmarktes für den Betrachtungszeitraum Februar 2013 bis Januar 2014. Sie gibt auf 387 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in den zehn Produktmärkten Business, Home: Voice + Internet, Home: Voice + Internet + TV Content; Image, Mobile: Internet, Mobile: Prepaid, Mobile: Voice, Mobile: Voice + Internet, Mobile-Dienstleistungen und Telekommunikationsgeräte. Neben der Analyse quantitativer Entwicklungen produktmarktübergreifend und in den einzelnen Produktmärkten werden im zweiten Teil Rankings hinsichtlich Werbevolumen und Dynamik erstellt. Eine Analyse der Werbestrategien von 20 wichtigen Werbungtreibenden rundet die Untersuchungen ab.

Über Ebiquity/ research tools:

Ebiquity ist ein unabhängiges Beratungsunternehmen zur datenbasierten Optimierung von Marketing und Media. Ebiquity unterstützt werbungstreibende Unternehmen, Agenturen und Vermarkter dabei, ihre Aktivitäten effizienter und effektiver zu gestalten. Klares Ziel der Beratung ist die Leistungssteigerung über alle Kommunikationskanäle (paid, earned oder owned) hinweg. Mit Büros in verschiedenen Ländern beschäftigt Ebiquity weltweit mehr als 800 Mitarbeiter, davon 120 in Deutschland. Auf dem deutschen Markt ist Ebiquity der führende Media-Auditor. Weltweit betreut Ebiquity mehr als 1200 Unternehmen, darunter über 90% der internationalen Top-Werbungtreibenden.

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft research tools mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.
Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner
research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 - 55090381
Fax +49 (0)711 - 55090384
uwe.matzner@research-tools.net