



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Reiseportale erstmals Nummer eins im Werbemarkt Tourismus & Gastronomie



Die Werbeausgaben für Tourismus und Gastronomie sind im vergangenen Werbejahr auf dem deutschen Markt um zehn Prozent gestiegen. Dynamischster und zugleich größter Produktmarkt nach Volumen ist der Sektor Reiseportale. Im Durchschnitt investiert jedes Unternehmen hier 2,5 Millionen Euro in Werbung. Produktmarktübergreifend ist McDonald's wie im Vorjahr unangefochtener Spitzenreiter der

Werbeausgaben.

Esslingen am Neckar, 09. Januar 2015 – 1,5 Milliarden Euro haben die Werbungtreibenden im Tourismus und der Gastronomie für mediale Kommunikation in Deutschland innerhalb eines Jahres ausgegeben. Im Vergleich zum Vorjahr sind die gesamten Werbeausgaben um über zehn Prozent gestiegen.

Auf Basis der Werbemonitoringergebnisse von Ebiquty Germany steigerten die Unternehmen in fünf der neun untersuchten Produktmärkte ihre Werbeausgaben. Deutliche Zuwächse verzeichneten dabei die Produktmärkte Reiseportale und Reiseveranstalter. McDonald's Restaurants und Deutsche Bahn führen wie im Vorjahreszeitraum das Ausgabenranking über alle Produktmärkte hinweg an, wobei beide Unternehmen ihre Spendings verringert haben. Produktmarktübergreifend entfallen auf die zehn Unternehmen mit den höchsten Werbespendings annähernd 40 Prozent der gesamten Ausgaben im deutschen Werbemarkt Tourismus & Gastronomie. Bemerkenswert ist, dass sich unter den Top 10 Werbungtreibenden vier reine Onlineanbieter befinden.

Entsprechend ist der Produktmarkt Reiseportale erstmals der größte Werbemarkt innerhalb der Branche. 136 Unternehmen investieren hier über 350 Millionen Euro nach einer Zunahme in diesem Werbejahr von mehr als 40 Prozent. Trivago, Unister, Comvel, HRS und Werbenewcomer Discavo teilen mit aufgestockten Werbespendings über 60 Prozent dieses Werbemarktes unter sich auf.

Der Produktmarkt Restaurants verfügt über die höchste Anzahl werbender Unternehmen, trotz einer Verringerung der teilnehmenden Unternehmen um fünf Prozent. Im Durchschnitt gibt jedes Unternehmen 175.000 Euro für mediale Werbung aus. McDonald's bleibt mit 160 Millionen Euro Anführer im Ausgabenranking. Burger King liegt mit weniger als der Hälfte an zweiter Stelle.

Deutsche Lufthansa und Deutsche Bahn, die beiden anführenden Leistungsträger der entsprechenden Produktmärkte Luftfahrt bzw. Straßen- und Schienenverkehr, haben ihre Werbeausgaben deutlich gekürzt. Dies hat Auswirkungen auf die jeweiligen Produktmärkte, deren Gesamtvolumina um acht bzw. 14 Prozent zurückgegangen sind.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Beinahe alle Top 10 Unternehmen beschränken ihre Werbeausgaben auf einen Produktmarkt. TUI Deutschland und Thomas Cook hingegen sind in mehreren Produktsegmenten vertreten. Im Mediensplit fällt auf, dass alle Reiseportale TV Werbung als Leitmedium nutzen, ebenso wie die Top 3 Unternehmen im Produktmarkt Restaurants. Ein Mix aller Medien ist in den Produktmärkten Luftfahrt und Reiseveranstalter zu finden. Im Produktmarkt Straßen- und Schienenverkehr legen sieben der Top 10 Unternehmen einen Schwerpunkt auf Outdoorwerbung.

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Tourismus & Gastronomie 2014“ von *Ebiquity Germany* und *research tools* untersucht die Werbeausgaben im deutschen Tourismus- und Gastronomiemarkt für den Betrachtungszeitraum Oktober 2013 bis September 2014. Sie gibt auf 298 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in den neun Produktmärkten Freizeitparks, Fremdenverkehr, Hotels, Luftfahrt, Reiseportale, Reiseveranstalter, Restaurants, Schifffahrt, Straßen- und Schienenverkehr. 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 17 wichtigen Werbungtreibenden rundet die Untersuchungen ab.

Über Ebiquity/ research tools:

Ebiquity ist ein unabhängiges Beratungsunternehmen zur datenbasierten Optimierung von Marketing und Media. Ebiquity unterstützt werbungtreibende 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