

+++ Air China +++ Condor +++ easyJet +++ Emirates +++ Eurowings +++ Lufthansa +++ Ryanair +++
Swiss +++ TUIfly +++ Turkish Airlines +++ und weitere 90 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse

Fluggesellschaften 2019

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

März 2019

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Fluggesellschaften 2019

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Fluggesellschaften innerhalb eines Jahres über 98 Millionen Euro ausgegeben.
- Fast zwei Drittel des gesamten Werbevolumens entfallen auf deutsche Fluggesellschaften.
- Nach einem Werbetief in der Vorjahresperiode steigern asiatische Fluggesellschaften ihre Werbeausgaben um 47 Prozent.
- Pro Monat werben im Durchschnitt 57 Airlines.
- TV ist das Top-Werbemedium mit einem Anteil von 32 Prozent. Auffallend ist der breite Medienmix zahlreicher werbestarker Airlines bestehend aus Internet, Radio, Print, TV.
- 13 Fluggesellschaften werben mit einem Volumen von mehr als einer Million Euro, sieben davon haben ihre Werbeaktivitäten im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet.
- Bei den qualitativen Werbeerfolgskriterien sind ‚Alleinstellung‘ und ‚Designkonsistenz‘ unter den Topwerbern aktuell die größten Schwachpunkte.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Fluggesellschaften

2017/2018:
95 Mio €

2018/2019:
98 Mio €



Mediensplit



Radiowerber Nr. 1:
Eurowings

7 Herkunftsregionen



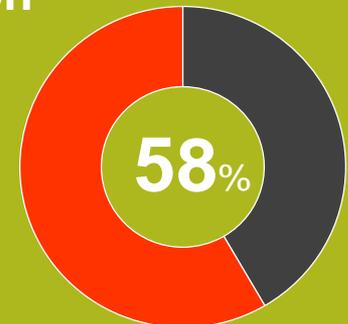
Top-Herkunftsregion:
Deutschland

größtes Werbeplus:
Asien

Werbekonzentration



Condor
Eurowings
Lufthansa



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Werbetrends für die **100 Fluggesellschaften**
mit den höchsten Werbeausgaben

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

in **sieben Herkunftsregionen der Airlines**

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 140 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

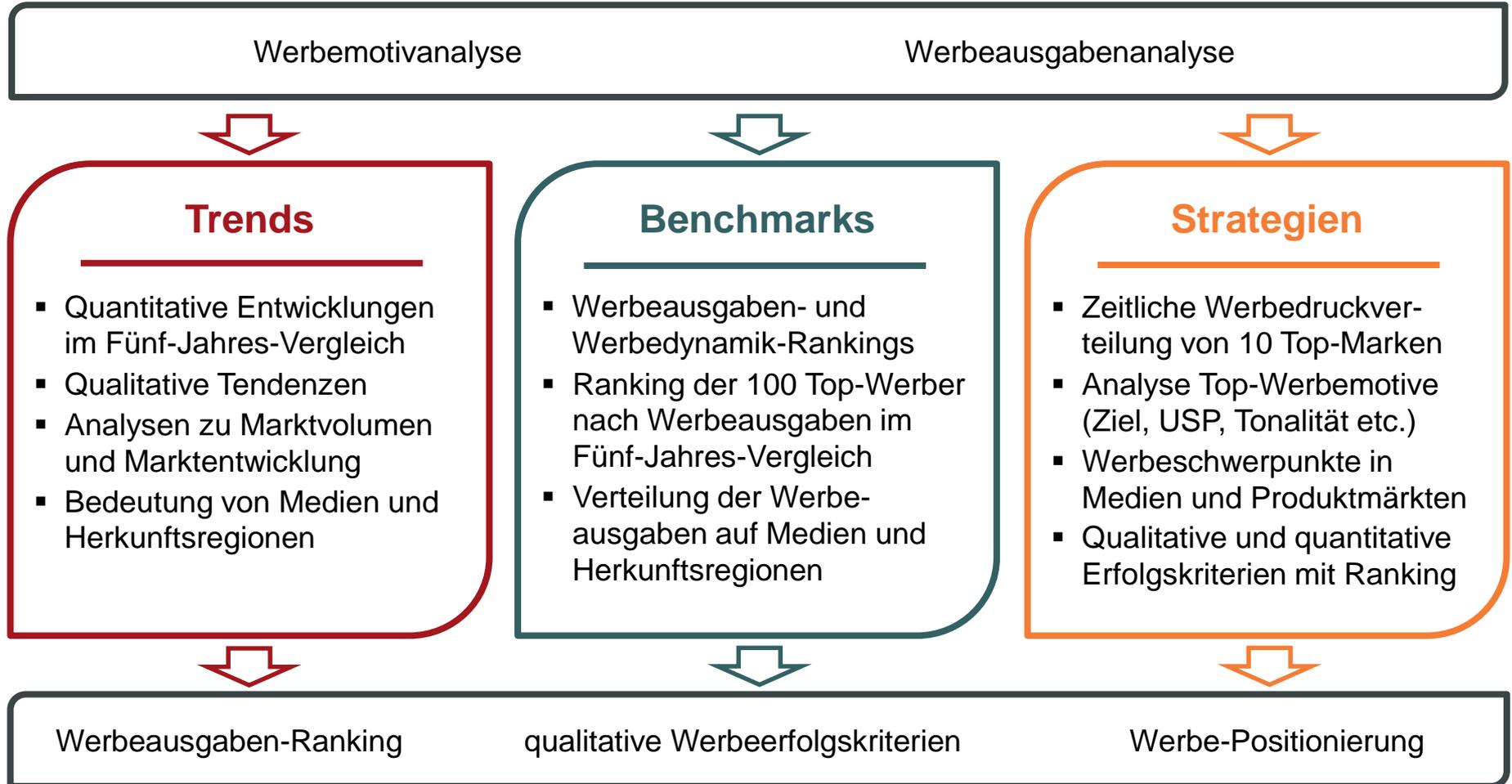
Im Detail analysierte Marken:

- Air China
- Condor
- easyJet
- Emirates
- Eurowings
- Lufthansa
- Ryanair
- Swiss
- TUIfly
- Turkish Airlines
- + Spendings für
90 weitere Airlines



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 Fluggesellschaften?
- welche Entwicklungen sind in den Herkunftsregionen zu erkennen?
- welche Werbestrategien nutzen zehn detailliert analysierte Marken?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10 Airlines?
- 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-Fluggesellschaften im Werbemarkt?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 100 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings nach sieben Herkunftsregionen
- 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 140 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 2018/2019	
▪ Qualitative Tendenzen	28
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2018/2019, aktuelle Trends 2018/2019	



Inhaltsverzeichnis

➤	Benchmarks	35
▪	Werbeausgaben-Rankings	38
	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	53
	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	60
	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	63
Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10 Marken durchgeführt: Werbeausgaben nach Mediengattungen, zeitliche Werbedruckverteilung nach Mediengattungen in den letzten 24 Monaten, Analyse Top-Werbemotive, Quantitative und qualitative Erfolgskriterien	
▪ Air China	69
▪ Condor	74
▪ easyJet	80
▪ Emirates	85
▪ Eurowings	90
▪ Lufthansa	96
▪ Ryanair	102
▪ Swiss	107
▪ TUIfly	112
▪ Turkish Airlines	117
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	122
▪ Motiv-Highlights	128
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	131
➤ Kontakt	139



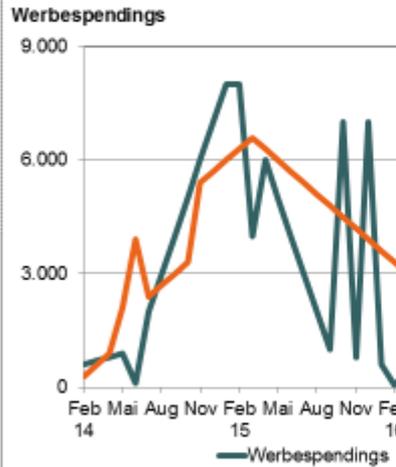
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



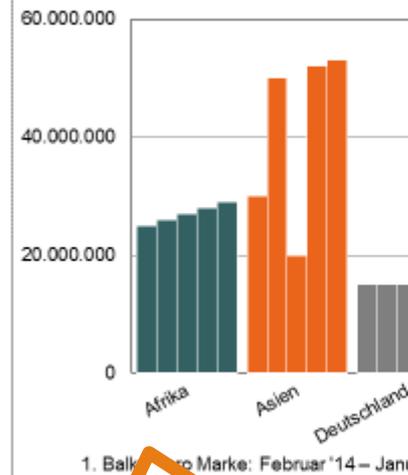
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich

Werbespendings aller Fluggesellschaften regionenübergreifend im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

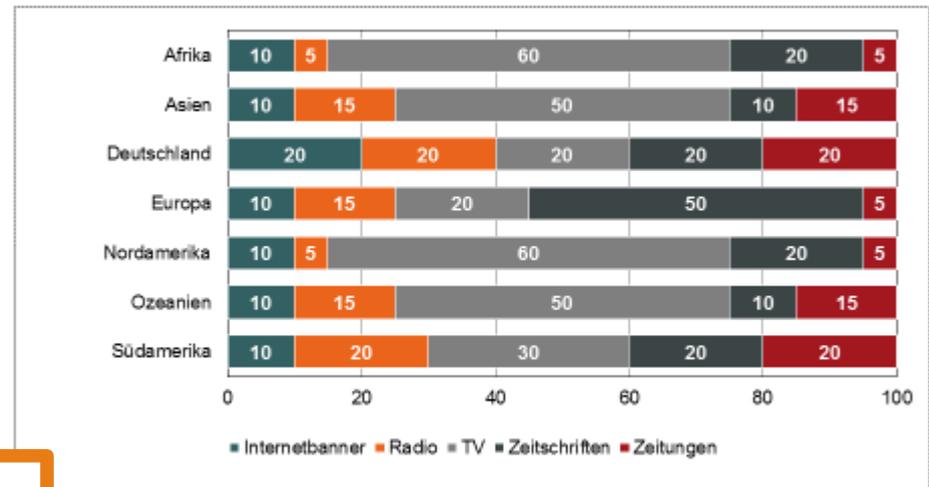


Auf welchen Mediensplit setzen die Fluggesellschaften?

Trends

Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich

Herkunftsregionen im Mediensplit 2018/2019 (Angaben in %)



Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Fluggesellschaften 2019

Welche Dynamik ist in den Herkunftsregionen der Airlines erkennbar?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

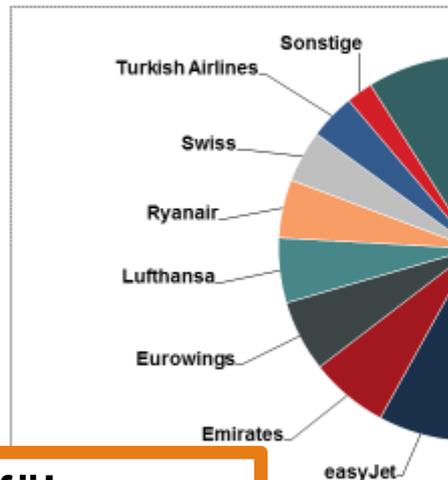
Ranking der Top 100 Marken nach Werbevolumen (letzter 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €				
		Feb. '14 – Jan. '15	Feb. '15 – Jan. '16	Feb. '16 – Jan. '17	Feb. '17 – Jan. '18	Feb. '18 – Jan. '19
11	Alitalia	1.000.000	900.000	800.000	700.000	600.000
12	Finnair	900.000				
13	Germania Flugges.	800.000				
14	NetJets	700.000				
15	Norwegian Air Shut.	600.000				
16	Qatar Airways	500.000				
17	SAS Scandinavian.	400.000				
18	Singapore Airlines	300.000				
19	SunExpress	200.000				
20	TUIfly	100.000				

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10 Marken von Febru

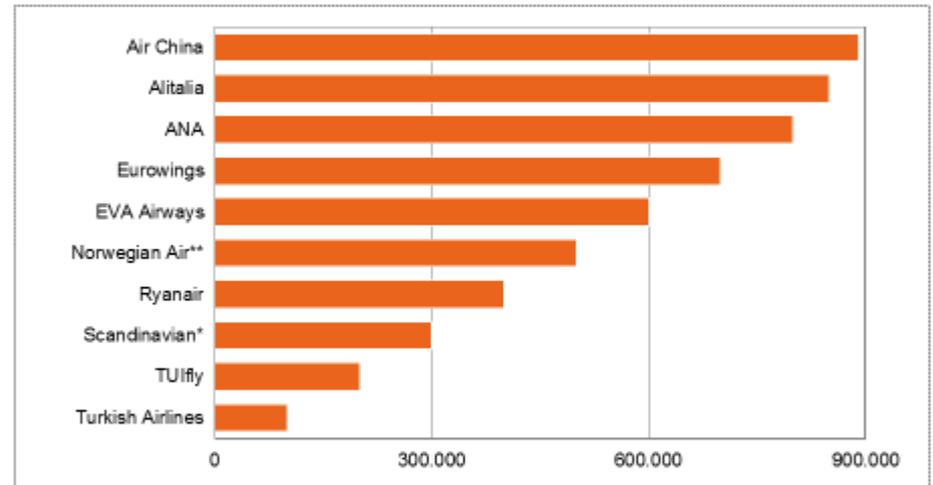


Welche Fluggesellschaften zeigen die größte Dynamik?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision di



Werb

Welche Airlines führen das Ausgabenranking an?

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Fluggesellschaften 2019

asis AdVision digital

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Fluggesellschaften 2019

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Airline A

Airline A | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

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

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarkta

Strategien

Airline B

Airline B | Analyse Top-Werbemotive



ZR	xx.18-xx.19	🕒	14-16 Uhr
E	täglich	AG	Agentur A
MED	RTL, VOX	UF	Soap, Serie,
€	xxx €	SCH	xxx
🔍	Produktrelevanz	ZG	Anspruchsv
USP	Fly better	TON	bwiegend, tä

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarkta

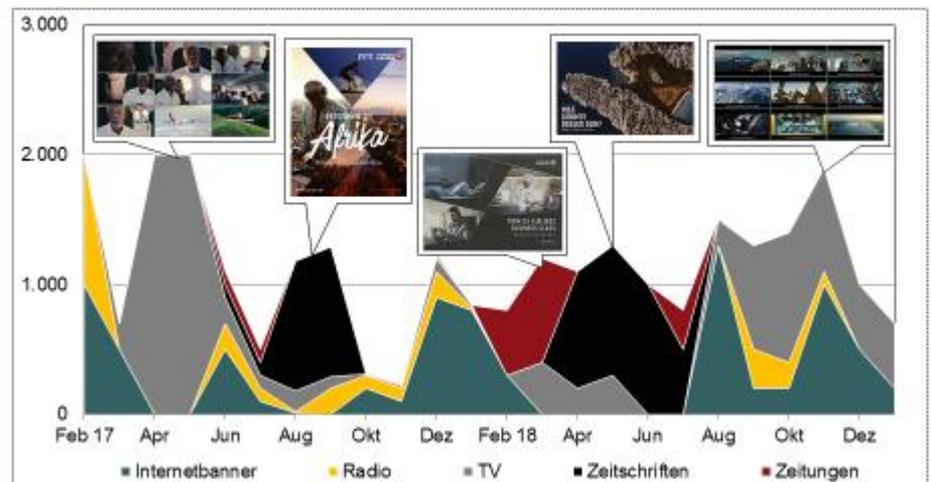
Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf nach Mediengattung?

Strategien

Airline C

Airline C | Zeitliche Werbepressungsverteilung in den letzten 24 Monaten nach Mediengattungen (in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Fluggesellschaften 2019

Analysebeispiele (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien Markenranking

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

Marken	Awareness		D
	Allein- stellung	Aufmerk- samkeit	
Air China	●●○	●●○	●
Condor	●○○	●○○	●
easyJet	●○○	●●○	●
Emirates	●●○	●○○	●
Eurowings	●○○	●○○	●
Lufthansa	●○○	●○○	●
Ryanair	●○○	●○○	●
Swiss	●○○	●○○	●
TUIfly	●○○	●○○	●
Turkish Airlines	●○○	●○○	●

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien Markenranking

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



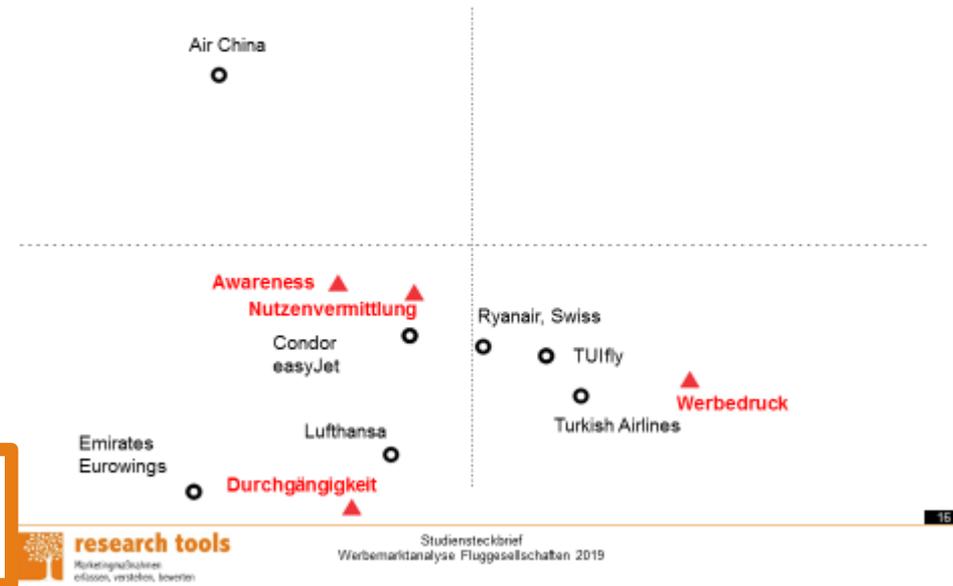
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital, * s



Wie positionieren sich die Airlines im Wettbewerbsumfeld?

Kommunikationspositionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Marken



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 Fluggesellschaften 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

Zuletzt zur Tourismusbranche erschienen:

- Werbemarktanalyse Hotels 2018
- Werbemarktanalyse Touristische Zielgebiete 2018
- Werbemarktanalyse Fluggesellschaften 2018
- Reputation Analysis Airlines 2018
- Werbemarktanalyse Ferien- und Freizeitparks 2017
- Marketing-Mix-Analyse Studienreisen 2017

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.

