

+++ Bürstner +++ Camp.-Kaufh. +++ Carado +++ Wohnm.park +++ Hymer +++ Mercedes-Benz +++ Sunlight +++ Volkswagen +++ Wohnmob. Verk. +++ W.cent. Am Wassert. +++ u. weit. 140 Anb. m. quant. 5-Jahr.-Trends

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Reisemobile und Caravans 2021

Werbeausgaben für 150 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

April 2021



powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Reisemobile und Caravans 2021

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die Anbieter von Reisemobilen & Caravans innerhalb eines Jahres rund 17 Millionen Euro ausgegeben.
- Das Werbevolumen hat sich im Vergleich zum Vorjahr fast verdoppelt.
- Der Teilmarkt Wohnmobil- & Wohnwagenhandel weist die höchsten Werbeausgaben auf.
- Im Durchschnitt werben 54 Marken pro Monat für ihre Produkte. Innerhalb der vergangenen fünf Jahre war die Anzahl der Werbungtreibenden leichten Schwankungen unterworfen.
- Zeitungswerber mit den höchsten Werbeausgaben in diesem Medium ist der Hersteller Carado.
- Zwei Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro innerhalb der letzten zwölf Monate.
- Die Werbekonzentration fällt mit 49% Anteil der Top 3-Marken in der Branche hoch aus.

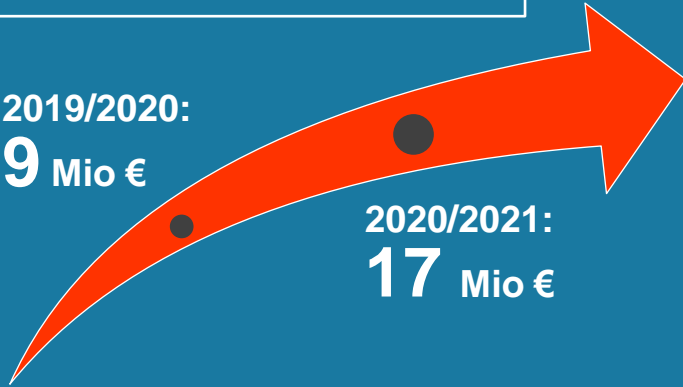
Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbenvolumen Reisemobile & Caravans

2019/2020:
9 Mio €

2020/2021:
17 Mio €



Mediensplit



Zeitungswerber Nr. 1:
Carado

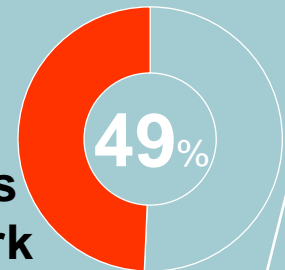
5 Produktmärkte



Top-Volumenmarkt:
Wohnmob.-/wagenhandel

geringste Werbekonzentration:
Caravans/Reisemobile

Werbekonzentration



**Camping-Kaufhaus
Der Wohnmobilpark
Volkswagen**

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

150 Anbieter von Reisemobilen und Caravans
mit den höchsten Spendings

Werbeausgaben für fünf Jahre in der **quantitativen Analyse**

in **fünf Teilmärkten**, darunter Caravans/Wohn-
& Reisemobile, Wohnmobil-/Wohnwagenhandel, Zubehör

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 85 PowerPoint-Seiten

als PDF und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

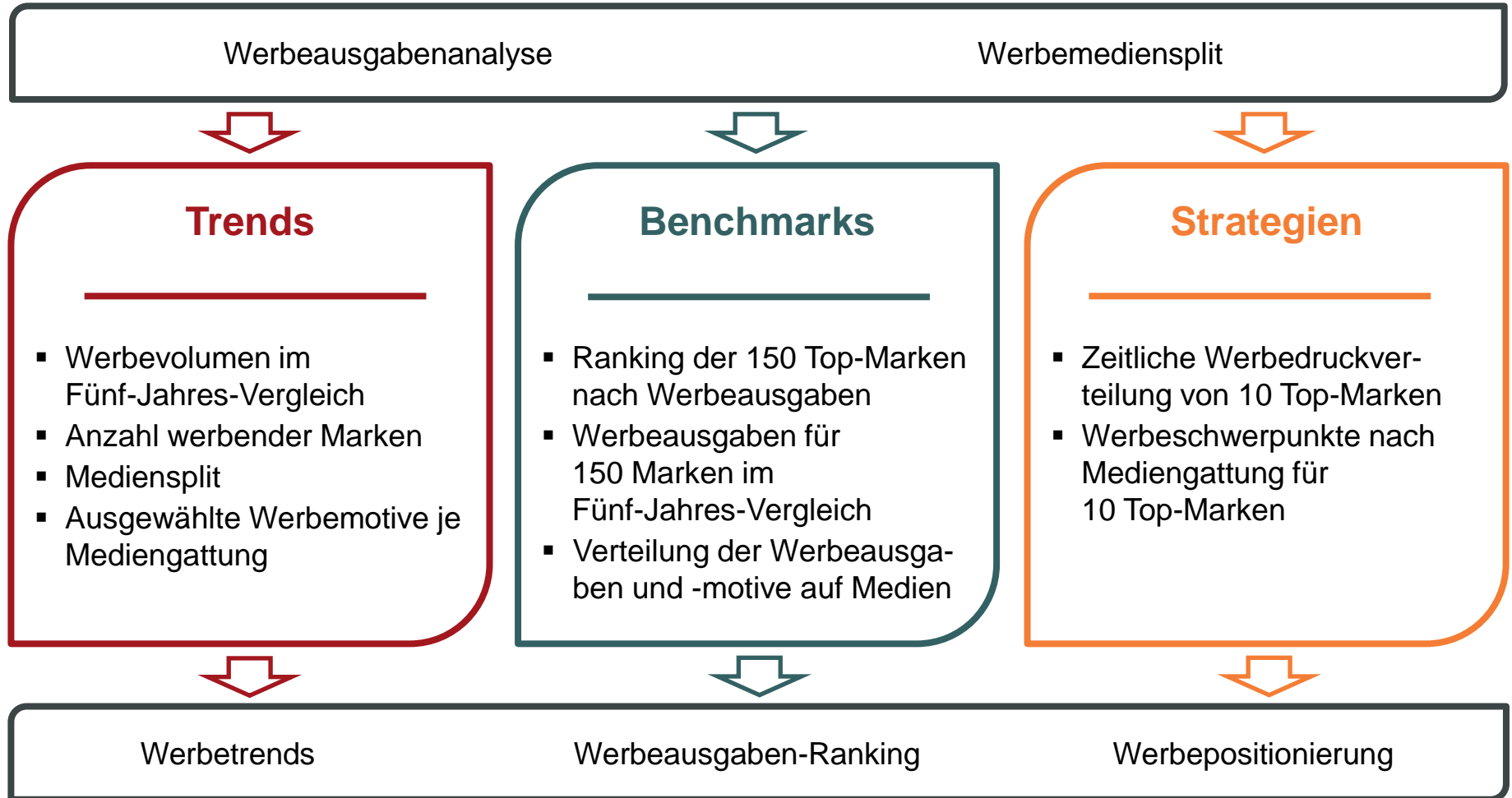
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- Bürstner
- Camping-Kaufhaus
- Carado
- Der Wohnmobilpark
- Hymer
- Mercedes-Benz
- Sunlight
- Volkswagen
- Wohnmobil Verkauf.
- Wohnmobilcenter
Am Wasserturm
- + Spendings für
140 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?
- welche Entwicklungen sind in den Produktmärkten zu erkennen?
- über welche Medien kommuniziert die Branche?
- welches Werbemedium hat im Vorjahresvergleich an Bedeutung gewonnen?
- wie verteilen die Top-Marken ihre Spendings innerh. von 60 Monaten?
- welchen Werbedruck entfalten die Top-Marken?
- welche sind die werbeintensivsten und -dynamischsten Marken?
- in welchen Mediengattungen werben die Top-Marken?
- wie positionieren sich die Marken im Mediensplit?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 150 Marken
- Werbespendings in 5 Produktmärkten
- Werbespendings für 5 Mediengattungen
- zeitliche Werbedruckverteilung für 10 Marken
- Kommunikationpositionierung für 10 Marken anhand Mediensplit & Jahreszeiten

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet-Bannerwerbung, Radio, 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 85 Seiten umfassende Studie kostet **1.600 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	14
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	17
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich	21
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2020/2021	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	29
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	



Inhaltsverzeichnis

➤	Benchmarks	34
	▪ Werbeausgaben-Rankings	37
	Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Top 150-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
	▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	57
	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	
	▪ Verteilung der Werbeausgaben/-Motive in den letzten zwölf Monaten	64
	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	67
	Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10-Marken durchgeführt: zeitliche Werbedruckverteilung nach Mediengattungen in den letzten 12 Monaten.	
➤	Kommunikationspositionierung	80
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	Kontakt	84



Analysebeispiele (1)

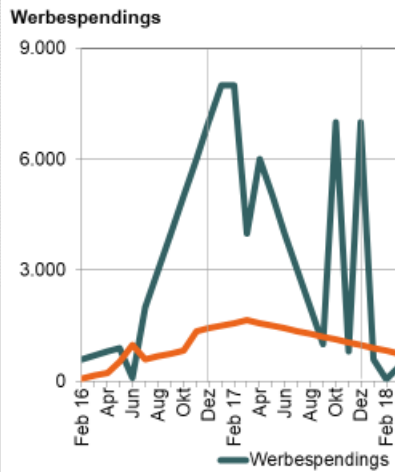
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische Zeitungen Beispiele und Nutzenargumente 2020/2021



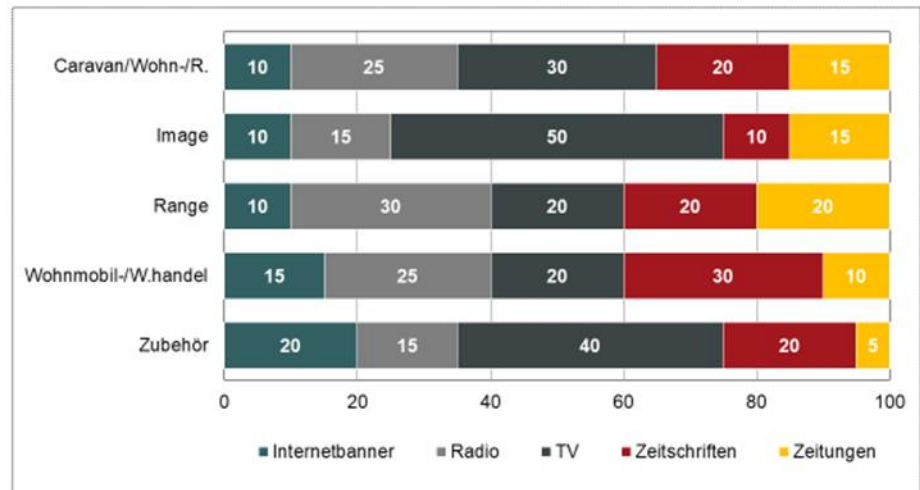
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2020/2021 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Reisemobile und Caravans 2021

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 150-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Feb. '16 – Jan. '17	Feb. Jan.
11	Adria	1.000.000	91
12	Ahorn Camp	900.000	81
13	Carthago	800.000	71
14	Dethleffs	700.000	61
15	Eriba	600.000	51
16	Hobby	500.000	41
17	Knaus	400.000	31
18	La Strada	300.000	21
19	Movera	200.000	11
20	Reimo	100.000	91

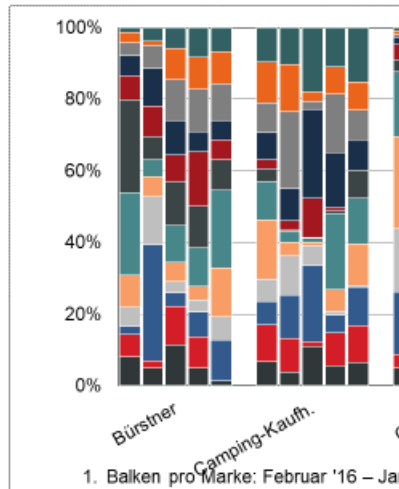
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im Fünf-Jahres-Vergleich



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

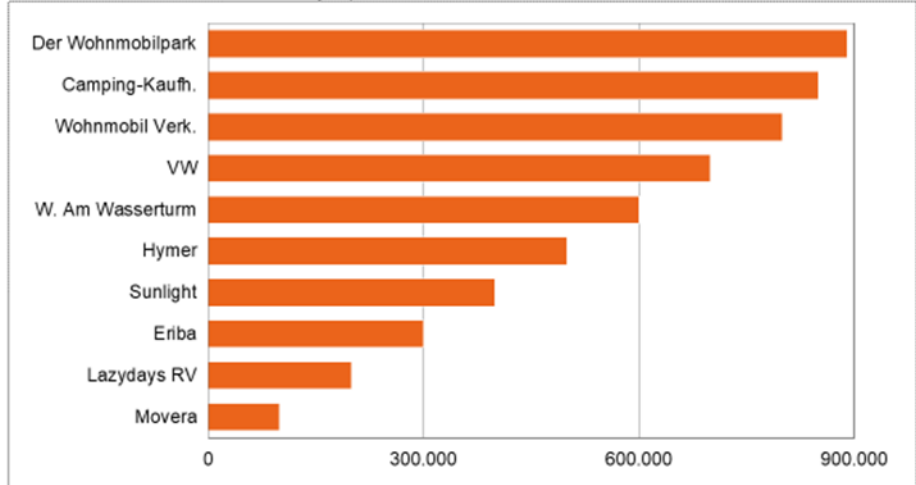


Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10-Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€ als Differenz von aktuellem Jahr zum Vorjahr)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarkanalyse
Reisemobile und Caravans 2021

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

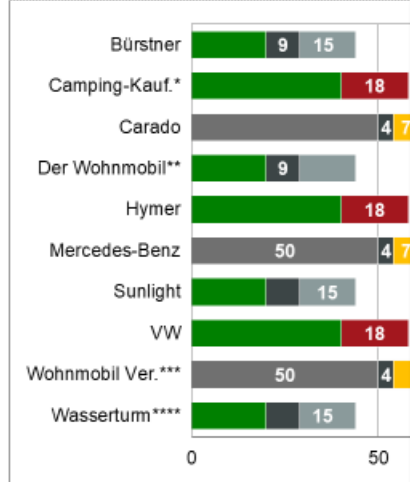
Analysebeispiele (3)

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)

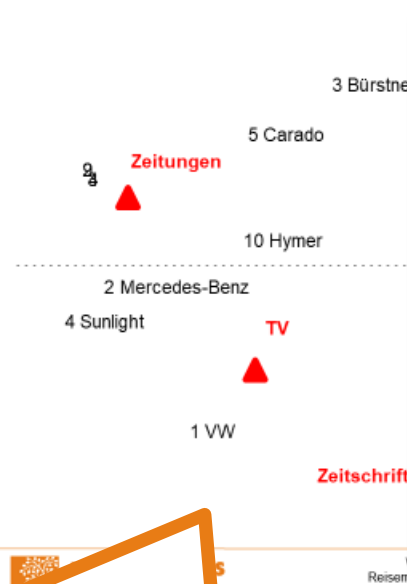


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; *lo



Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung von den 10-Marken auf Basis Mediensplit im 5-Jahres-Durchschnitt



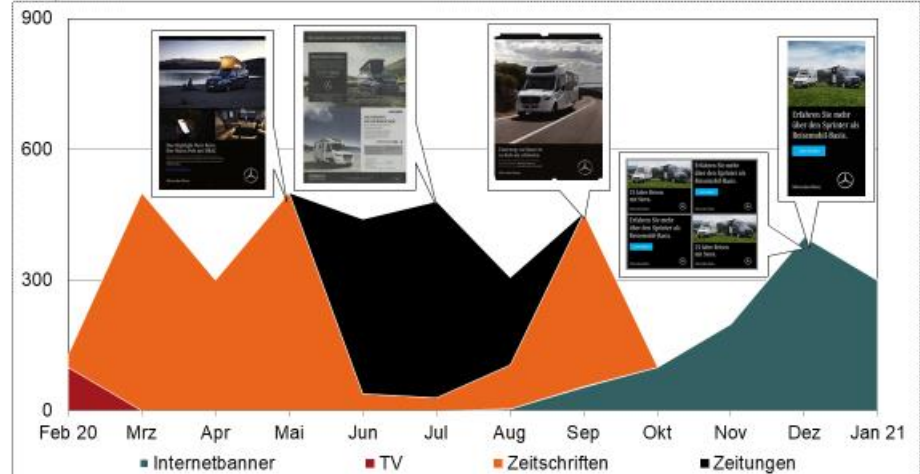
Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

Strategien

Marke A

Marke A | Zeitliche Werbepressungsverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarkanalyse
Reisemobile und Caravans 2021

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 1.600 EUR zzgl. MwSt. die

Werbemarktanalyse Reisemobile und Caravans 2021.

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 relevante Studien zur Branche Automotive/Reisemobile:

- Reputation Analysis Premium Cars 2018
- Werbemarktanalyse Nutzfahrzeuge 2016
- E-Shop-Analyse PKW-Hersteller 2015
- Marketing-Mix-Analyse Reisemobile teilintegriert 2015
- Marketing-Mix-Analyse SUV-Mietwagen 2015
- Werbemarktanalyse Automotive-Umfeld 2014

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

