

## **Buswerbung im bundesweiten Vergleich: Hier ist rollende Reklame am teuersten**

- **Analyx, führender Anbieter zur Optimierung von Marketing-Budgets, hat die Kosten von Werbung auf Verkehrsmitteln in den 20 größten deutschen Städten untersucht.**
- **In Hamburg und Berlin sind die Werbeflächen auf Bussen am teuersten.**
- **Deutschlandweit zahlen Werbetreibende pro Jahr im Durchschnitt 22.378 Euro für die mobile Form der Außenwerbung.**

**Berlin, 26. Juli 2022** – Außenwerbung auf Bussen ist in Hamburg am teuersten. Wer mit seinen Botschaften die Blicke der Verkehrsteilnehmer:innen auf sich ziehen will, muss im hohen Norden 33.996 Euro für ein Jahr Buswerbung einplanen. Das zeigt ein deutschlandweiter Vergleich von [Analyx](#), dem führenden Anbieter zur Optimierung von Marketing-Budgets. Untersucht wurden die durchschnittlichen Kosten der Werbeflächen auf Normalbussen mit teilweiser Nutzung der Fenster für einen Zeitraum von zwölf Monaten, inklusive Produktion, Montage und Demontage der Werbung und exklusive Rabatten.

### **Berlin und Leipzig fast so teuer wie Hamburg**

Den zweiten Platz im Ranking belegt Berlin mit geringem Abstand zur Hansestadt. Im größten Busnetz im deutschsprachigen Raum müssen Werbetreibende jährlich 33.516 Euro zahlen, um auf den 300.000 Berliner Kilometern im Linienverkehr präsent zu sein. Mit 30.132 Euro für ein Jahr bewegte Außenwerbung landet Leipzig auf dem dritten Platz des Rankings – dieser Preis gilt allerdings für Gelenkbusse. Damit ist die bevölkerungsreichste Stadt Sachsens das einzige ostdeutsche Zentrum in den TOP 10 der teuersten Städte.

### **Ruhrpott-Vergleich: Essen deutlich teurer als Dortmund und Bochum**

Ein Jahr Buswerbung ist im Ruhrpott in Essen mit gut 26.000 Euro am teuersten, gefolgt von Duisburg mit rund 24.000 Euro. In Dortmund und Bochum ist das mit gut 17.600 Euro deutlich günstiger möglich. Durchschnittlich kostet Busreklame im Ruhrgebiet 21.336 Euro im Jahr.

### **Hohe Wirksamkeit der Buswerbung mit lokaler und regionaler Bedeutung**

„Busse transportieren Werbung in das gesamte Stadtbild und sind damit ein reichweitenstarkes und auffälliges Werbemedium. In Hamburg und Berlin ist sie besonders teuer, weil die Reichweite in den Großstädten besonders hoch ist“, kommentiert Sascha Stürze, Gründer und CPO von Analyx. „Diese Form der Werbung eignet sich besonders für den Einzelhandel- und Dienstleistungsbereich mit lokalem und regionalem Bezug. Buswerbung entfaltet seine Wirkung primär in Wartesituationen an Haltestellen oder Ampeln und wird von Verkehrsteilnehmern als abwechslungsreich und unterhaltend wahrgenommen. Die grundsätzliche Akzeptanz dieser Werbeform führt dazu, dass viele Personen sich an Produkt- und Firmennamen erinnern. Trotz der Streuverluste erreicht man mit Buswerbung effektiv eine Zielgruppe mit überdurchschnittlicher Mobilität. Außenwerbung auf Verkehrsmitteln kann daher im Marketing-Mix ein lohnendes Medium sein. Unsere Software-Lösung [Spendworx](#) liefert für unsere Kunden individuelle Antworten, ob sich die Budgetallokation lohnt.“

### **Durchschnittlich 22.378 Euro für ein Jahr Buswerbung**

Wer als Unternehmen von der hohen Kontaktintensität der Werbeform profitieren will, zahlt deutschlandweit im Schnitt 22.378 Euro für 12 Monate Werbung auf Normalbussen. Am günstigsten sind die Werbeflächen für 15.600 Euro in Hannover, Wuppertal und Bonn sowie nur 12.760 Euro in Bielefeld.

Die komplette Untersuchung finden Sie hier:

<https://analyx.com/buswerbung-in-deutschland-hamburg-und-berlin-am-teuersten/>

### **Über Analyx®**

Analyx® ([www.analyx.com](http://www.analyx.com)) bietet Marketingentscheider:innen mit der eigens entwickelten Software Spendworx® und professioneller Beratung die Möglichkeit, Budgets über Marken, Produktgruppen, Kanäle und Geographien hinweg aktiv zu optimieren. Mit dem Ziel, Data Science zum alltäglichen Handwerkszeug in europäischen Vorstandsetagen zu machen, wurde Analyx® 2006 von Sascha Stürze gegründet. Seit 2017 fokussiert sich das Unternehmen mit seiner Vision „*Marketing Empowered*“ und der Lösung Spendworx® darauf, Marketingentscheider:innen unabhängige, unbestechliche Handlungsempfehlungen für das Marketing zu bieten und so den Beitrag des Marketings zum Unternehmenserfolg zu belegen und zu steigern. Dafür hat Analyx® seine Geschäftsführung um die Konsumgüter-Experten Claudio Righetti, CEO, und Markus Hoyer, COO, erweitert. Aktuell sind rund 50 Mitarbeiter:innen an den Standorten Düsseldorf und Posen beschäftigt.

### **Pressekontakt**

Simon Behnisch

E: [simon.behnisch@tonka-pr.com](mailto:simon.behnisch@tonka-pr.com)

M: +49 173 9942767

Klaas Geller

E: [klaas.geller@tonka-pr.com](mailto:klaas.geller@tonka-pr.com)

M. +49.17674717519