

+++ Bifi +++ Böklunder +++ Ferdi Fuchs +++ Garden Gourmet +++ Gutfried +++ Herta +++ Iglo +++ Meica +++
+++ Rügenwalder Mühle +++ Wiltmann +++ und weitere 140 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends ++

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Fleischwaren 2020

Werbeausgaben für 150 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Oktober 2020

kom-
pakt

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Fleischwaren 2020

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Anbieter von Fleischwaren wie beispielsweise Würstchen, Aufschnitt, veganer Fleischersatz innerhalb eines Jahres über 62 Millionen Euro ausgegeben.
- Das Werbevolumen rutschte innerhalb von zwölf Monaten um 22% ab.
- Im Durchschnitt werben 96 Marken pro Monat für ihre Produkte. Innerhalb der vergangenen fünf Jahre hat sich die Anzahl der Werbungtreibenden deutlich erhöht.
- TV ist das Top-Werbemedium. Zeitschriften-Werber Nummer eins ist Rügenwalder Mühle.
- Zehn Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro innerhalb der letzten zwölf Monate.
- Die Werbekonzentration fällt mit 58% Anteil der Top 3-Marken in der Branche hoch aus.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Fleischwaren

2018/2019:
80 Mio €

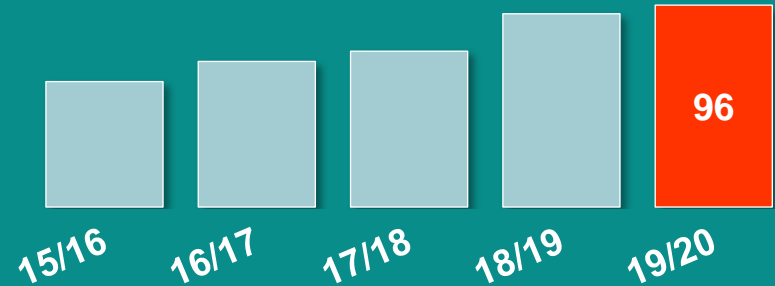
2019/2020:
62 Mio €

Mediensplit



Zeitschriften-Werber Nr. 1:
Rügenwalder Mühle

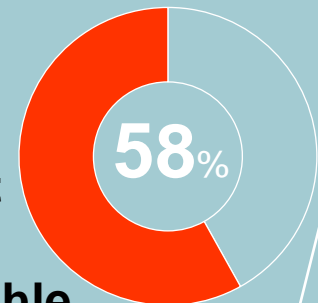
Werbungtreibende pro Monat im Ø



Werbekonzentration



**Garden-Gourmet
Gutfried
Rügenwalder Mühle**



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

150 Anbieter von Fleischwaren mit den höchsten Spendings

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

Mediensplit für sechs Gattungen:
Internetbanner, Out-of-Home, Radio, TV, Zeitschriften, Zeitungen

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 62 PowerPoint-Seiten

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

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

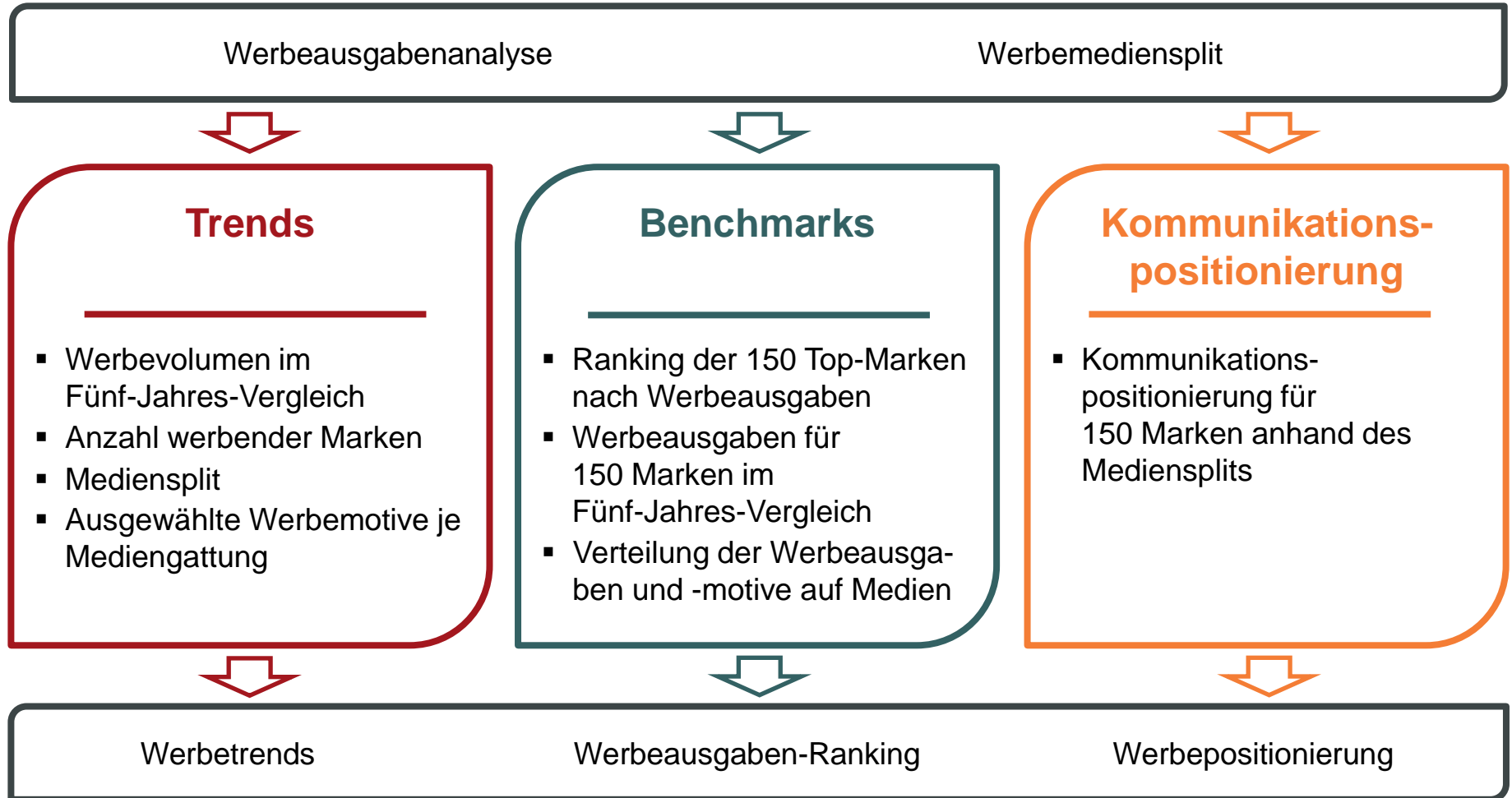
Nutzen: Analyse von Trends und Benchmarks ermöglichen
einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- Bifi
- Böklunder
- Ferdi Fuchs
- Garden Gourmet
- Gutfried
- Herta
- Iglo
- Meica
- Rügenwalder Mühle
- Wiltmann
- + 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?
- über welche Medien kommuniziert die Branche?
- welches Werbemedium hat im Vorjahresvergleich an Bedeutung gewonnen?
- wie verteilen die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?
- welchen Werbedruck entfalten die Top-Marken?
- welches 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 im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings für sechs Mediengattungen
- Positionierungsanalyse auf Basis Mediensplit für 150 Marken

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet-Bannerwerbung, Out-of-Home, 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 62 Seiten umfassende Studie kostet **1.600 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Trends	12
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	14
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	19
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	25
▪ Werbeausgaben-Rankings	28
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	48
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	
▪ Mediensplit der Top 10-Marken	54
Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤ Kommunikationspositionierung	56
Kommunikationspositionierung von 150 Marken auf Basis Mediensplit	
➤ Kontakt	61



Analysebeispiele (1)

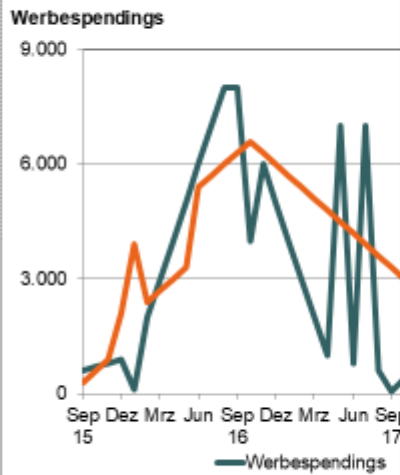
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

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



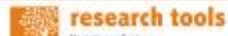
Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2019/2020



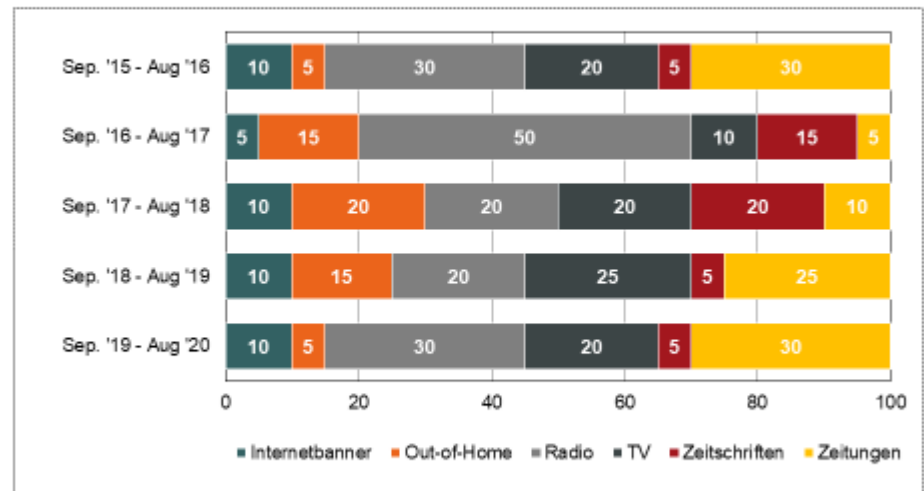
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt im 5-Jahres-Vergleich

Mediensplit 2019/2020 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Fleischwaren 2020

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

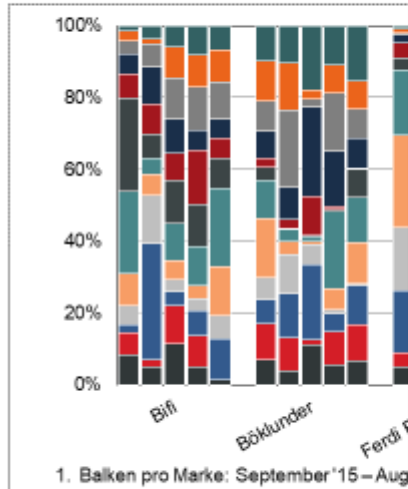
Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

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



Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 150-Marken nach Werbevolumen (letzter 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Sep. '15 – Aug. '16	
		1.000.000	9
11	Butcher's by Penny	1.000.000	9
12	Conower Snacks	900.000	8
13	Don Carne	800.000	7
14	Fleischerei Schmidt	700.000	6
15	Ludwigluster	600.000	5
16	Reinert	500.000	4
17	REWE Bio	400.000	3
18	Valess	300.000	2
19	Wiesenhof	200.000	1
20	Wurst-Basar	100.000	0

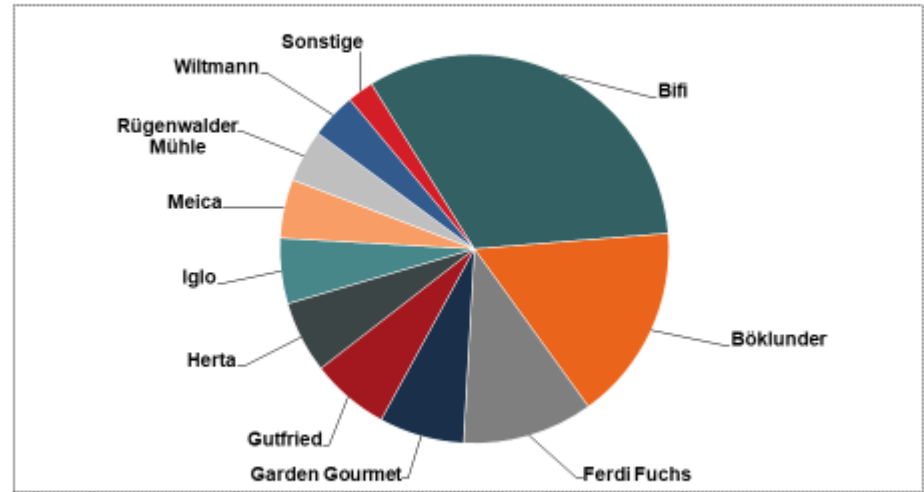
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von September 2019 bis August 2020



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



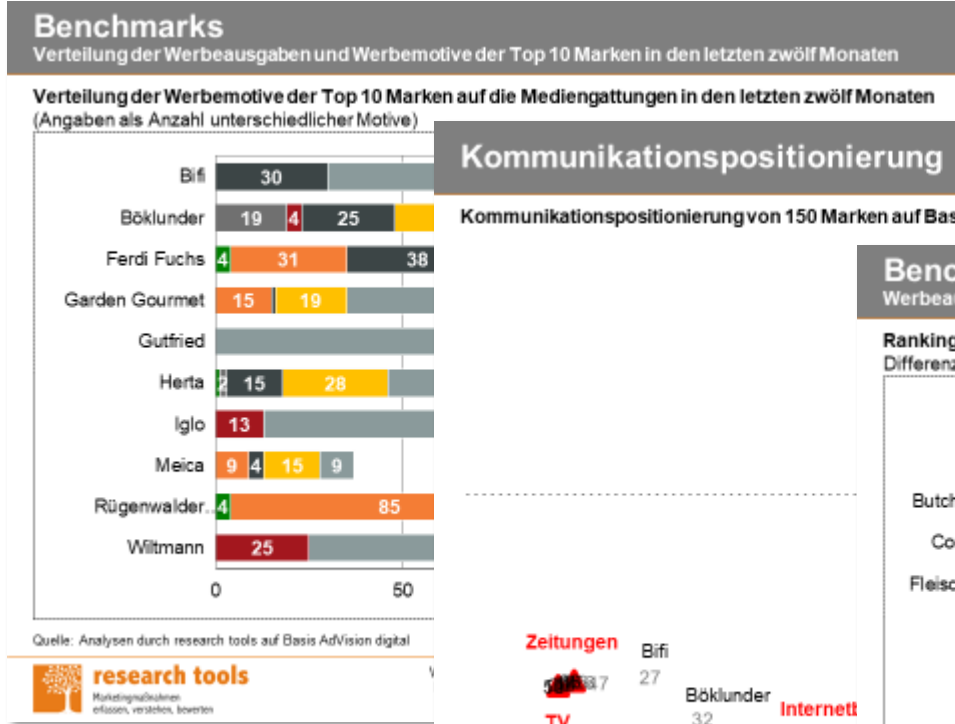
Werbemarktanalyse
Fleischwaren 2020

Welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken?

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

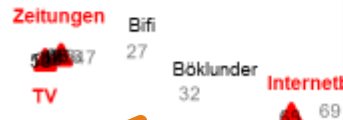
Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

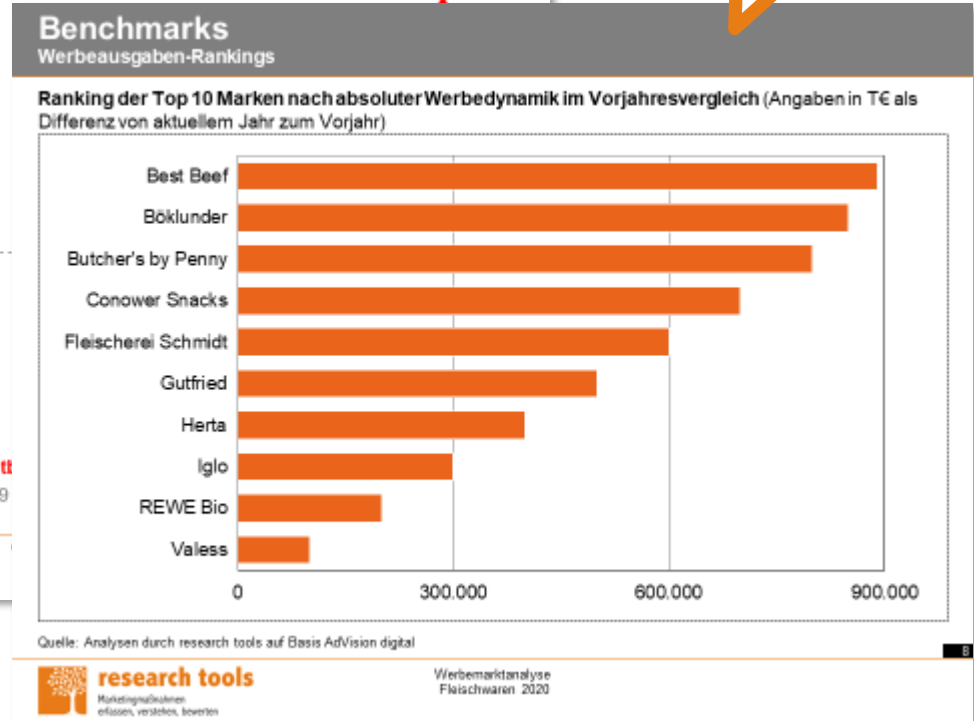


Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung von 150 Marken auf Basis Mediensplit



Welche Marken zeigen die größte Dynamik?



Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

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 Fleischwaren 2020.

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 Lebensmittelbranche erschienen:

- Werbemarktanalyse Fette und Öle 2020
- Studie eVisibility Back- und Konditoreiwaren 2019
- Werbemarktanalyse Milchprodukte 2019
- Studie eVisibility Gewürze und Kräuter 2019
- Studie eVisibility Schokolade 2019
- Werbemarktanalyse Süßwaren 2019

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. Zur Lebensmittelbranche wurden bisher über 20 Marketingstudien veröffentlicht.

