

+++ albi +++ Capri-Sun +++ Dittmeyer's Valensina +++ Granini +++ Hohes C +++ innocent +++ Rabenhorst +++  
+++ Rauch +++ Rotbäckchen +++ Shot +++ und weitere 30 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++

Studiensteckbrief

# Werbemarktanalyse Fruchtsäfte 2020

Werbeausgaben für 40 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2020

kom-  
pakt

powered by:



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief  
Werbemarktanalyse Fruchtsäfte 2020

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungstreibenden Anbieter von Fruchtsäften und Smoothies innerhalb eines Jahres über 29 Millionen Euro ausgegeben.
- Der Werbemarkt erholt sich damit nach dem Einbruch in den Vorjahren leicht.
- Im Durchschnitt werben zwölf Marken pro Monat für ihre Produkte. Im Vergleich zum Vorjahr hat sich die Anzahl werbender Marken leicht erhöht.
- Der Jahresverlauf ist durch zwei Werbe-Peaks gekennzeichnet.
- TV ist das Top-Werbemedium. Die meisten Top-Marken setzen auf ein Leitmedium.
- Sechs Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro, drei davon haben ihre Werbeaktivitäten im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Werbevolumen Fruchtsäfte

2018/2019:  
**25** Mio €

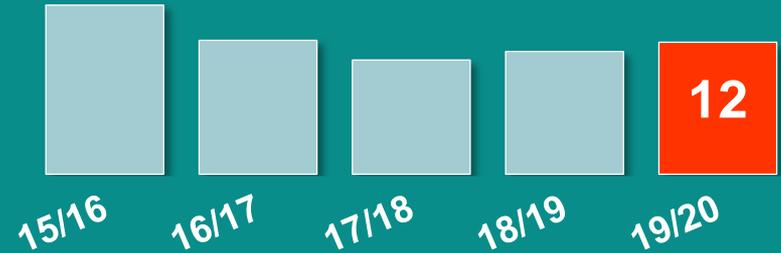
2019/2020:  
**29** Mio €

### Mediensplit



Zeitschriften-Werber Nr. 1:  
**Rabenhorst**

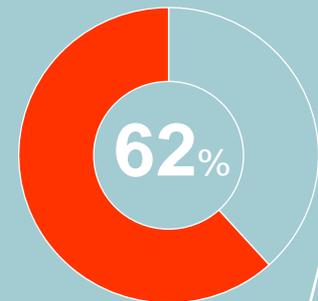
### Werbungtreibende pro Monat im Ø



### Werbekonzentration



**Capri-Sun**  
**Hohes C**  
**innocent**



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

**40 Anbieter von Fruchtsäften** mit den höchsten Spendings

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

**Mediensplit** für fünf Gattungen:  
Internetbanner, Radio, TV, Zeitschriften, Zeitungen

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**  
auf 47 PowerPoint-Seiten

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

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

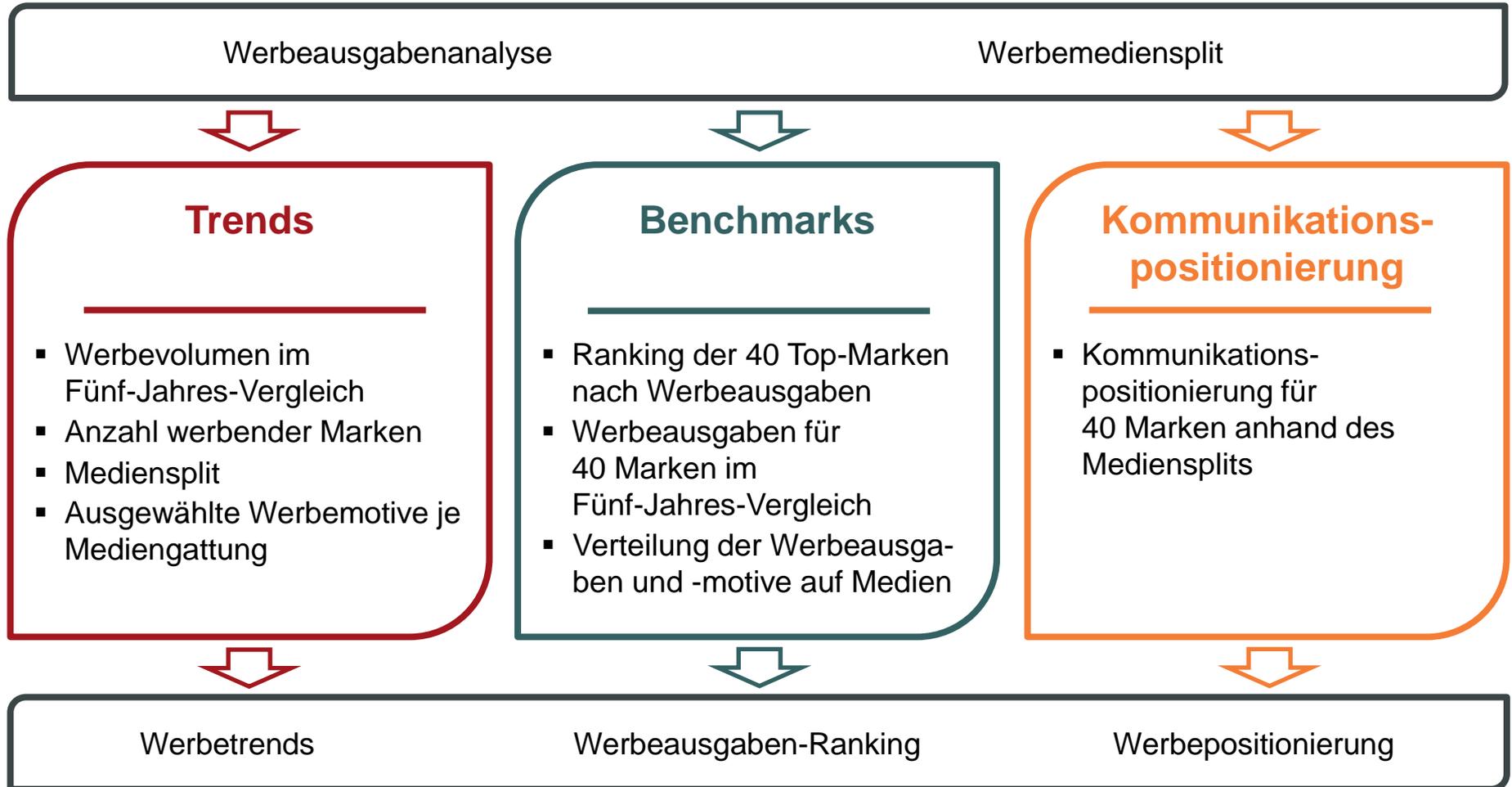
**Nutzen:** Analyse von Trends und Benchmarks ermöglichen  
einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

## Im Detail analysierte Marken:

- albi
- Capri-Sun
- Dittmeyer´s  
Valensina
- Granini
- Hohes C
- innocent
- Rabenhorst
- Rauch
- Rotbäckchen
- Shot
- + Spendings für  
30 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 40 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Positionierungsanalyse auf Basis Mediensplit für 40 Marken

## 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 48 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	18
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	22
▪ Werbeausgaben-Rankings	25
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 40-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10-Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken	34
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	40
Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤ Kommunikationspositionierung	42
Kommunikationspositionierung von 40 Marken auf Basis Mediensplit	
➤ Kontakt	46



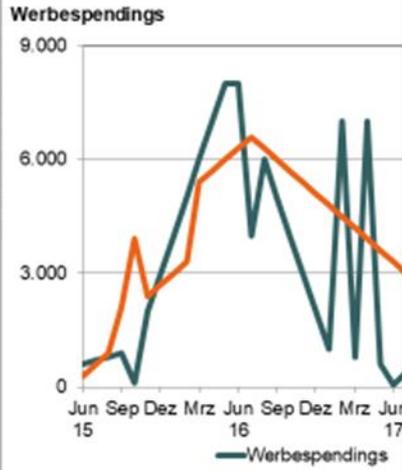
# Analysebeispiele (1)

## 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

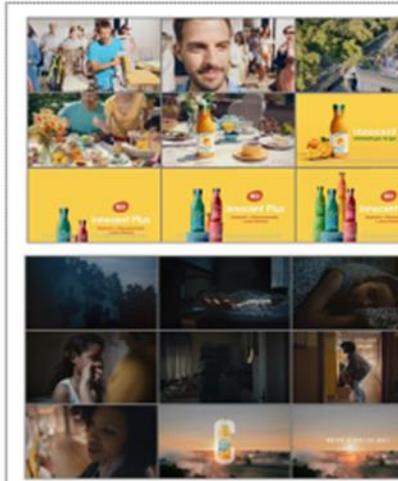


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Trends Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2019/2020



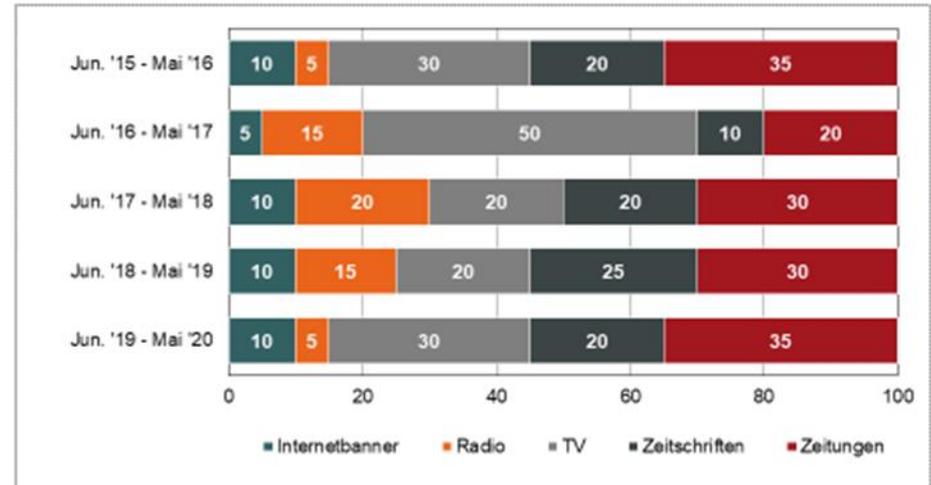
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Mediensplit 2019/2020 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse  
Fruchtsäfte 2020

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

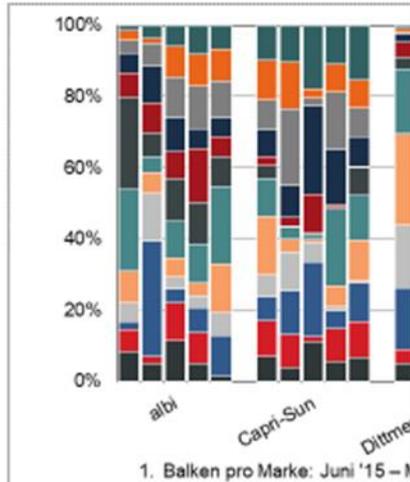
# Analysebeispiele (2)

## 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 40 Marken nach Werbevolumen (letzter 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Werbevolumen	
		Jun. '15 – Mai '16	Jun. '16 – Mai '17
11	dm Bio	1.000.000	900.000
12	EDEKA	900.000	800.000
13	enerBIO	800.000	700.000
14	Frank Juice	700.000	600.000
15	Klindworth	600.000	500.000
16	Meisterland	500.000	400.000
17	Punica	400.000	300.000
18	Rawlution	300.000	200.000
19	true fruits	200.000	100.000
20	Voelkel	100.000	50.000

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

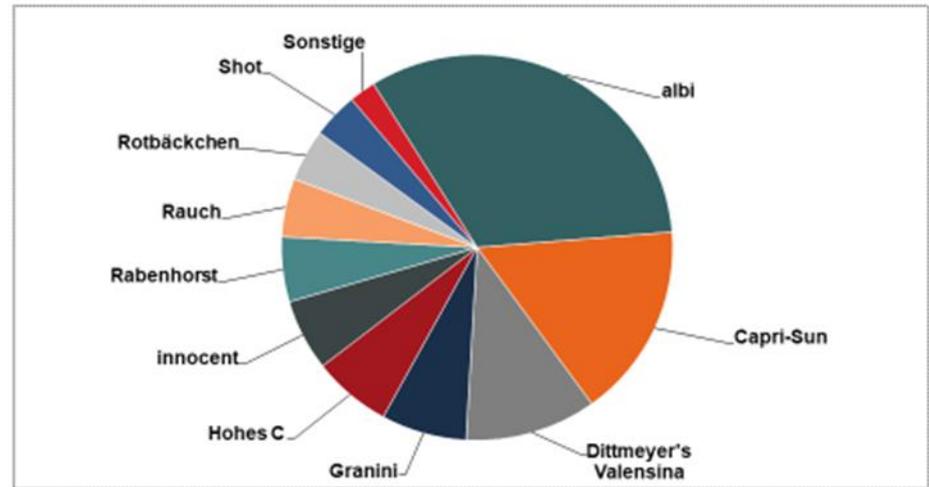


Welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken?

### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10 Marken von Juni 2019 bis Mai 2020



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

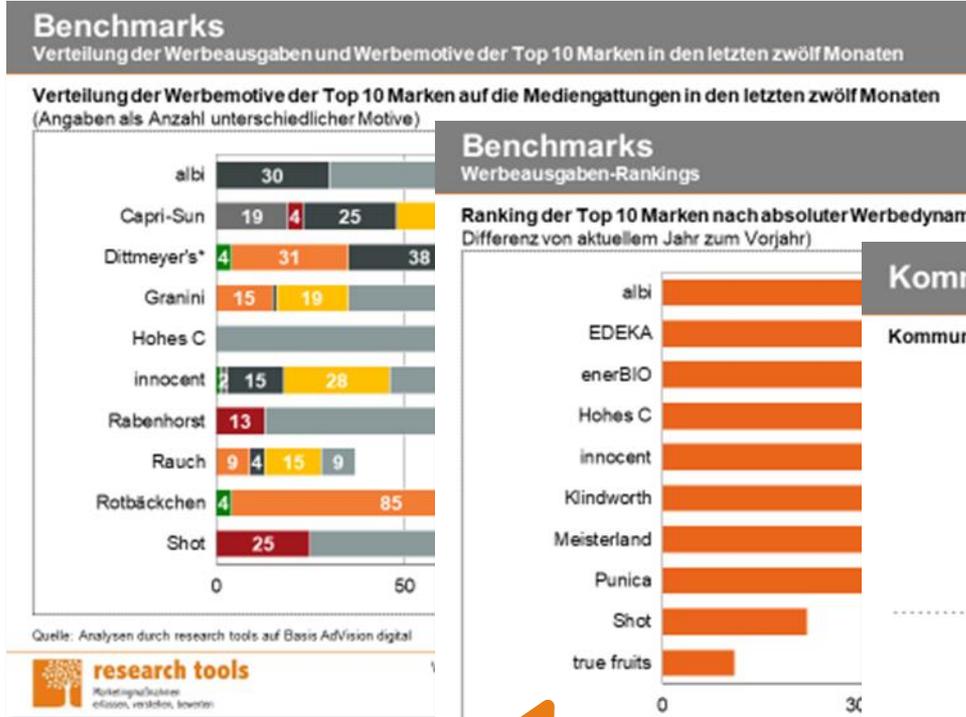


Werbemarktanalyse  
Fruchtsäfte 2020

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

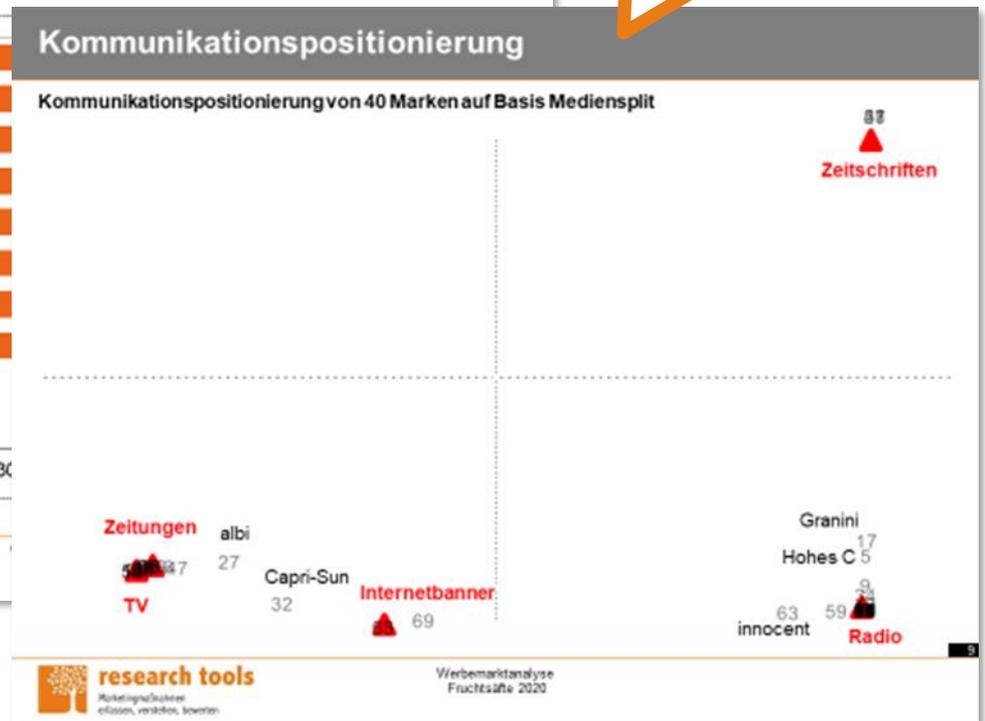
# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



**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](mailto: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 Fruchtsäfte 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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

research tools  
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar  
[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt erschienene Studien zur Branche :

- Studie eVisibility Weinhandel 2020
- Werbemarktanalyse Mineralwasser 2019
- Studie eVisibility Fruchtsäfte 2019
- Studie eVisibility Bier 2018
- Studie eVisibility Weinhandel 2018
- Werbemarktanalyse Spirituosen 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. Zur Getränkebranche wurden bisher über 20 Marketingstudien veröffentlicht.

