

+++ Bonne Maman +++ Darbo +++ Glück +++ LieBee +++ Milka +++ Mövenpick +++ Nutella +++
Ovomaltine +++ Schwartzau +++ Zentis +++ und weitere 20 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Süße Brotaufstriche 2020

Werbeausgaben für 30 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 Süße Brotaufstriche 2020

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die Anbieter von süßen Brotaufstrichen wie beispielsweise Marmelade, Honig, Nuss-Nougat-Creme innerhalb eines Jahres rund 46 Millionen Euro ausgegeben.
- Das Werbevolumen hat sich innerhalb von zwölf Monaten um 37% verringert.
- Im volumenstärksten Teilmarkt Nuss-Nougat-Cremes sind die Werbeausgaben im Vorjahresvergleich um mehr als 40 Prozent gesunken.
- Im Durchschnitt werben 13 Marken pro Monat für ihre Produkte. Innerhalb der vergangenen fünf Jahre hat die Anzahl der Werbungtreibenden leicht geschwankt.
- TV ist das Top-Werbemedium. Zeitschriften-Werber Nummer eins ist Zentis.
- Sieben Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro innerhalb der letzten zwölf Monate.
- Die Werbekonzentration fällt mit 79% Anteil der Top 3-Marken in der Branche sehr hoch aus.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Süße Brotaufstriche

2018/2019:
73 Mio €

2019/2020:
46 Mio €

Mediensplit



Zeitschriften-Werber Nr. 1:
Zentis

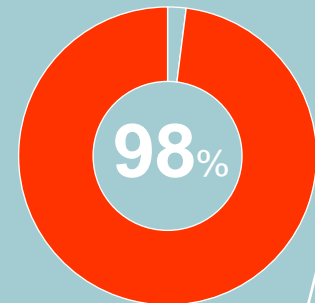
4 Produktmärkte



Top-Volumenmarkt:
Nuss-Nougat-Cremes

Top-Aufsteigermarkt:
Honig

Werbekonzentration



zehn Topwerber

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

30 Anbieter von süßen Brotaufstrichen
mit den höchsten Spendings

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

in **4 Teilmärkten**, darunter
Honig, Marmelade, Nuss-Nougat-Cremes

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 59 PowerPoint-Seiten

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

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

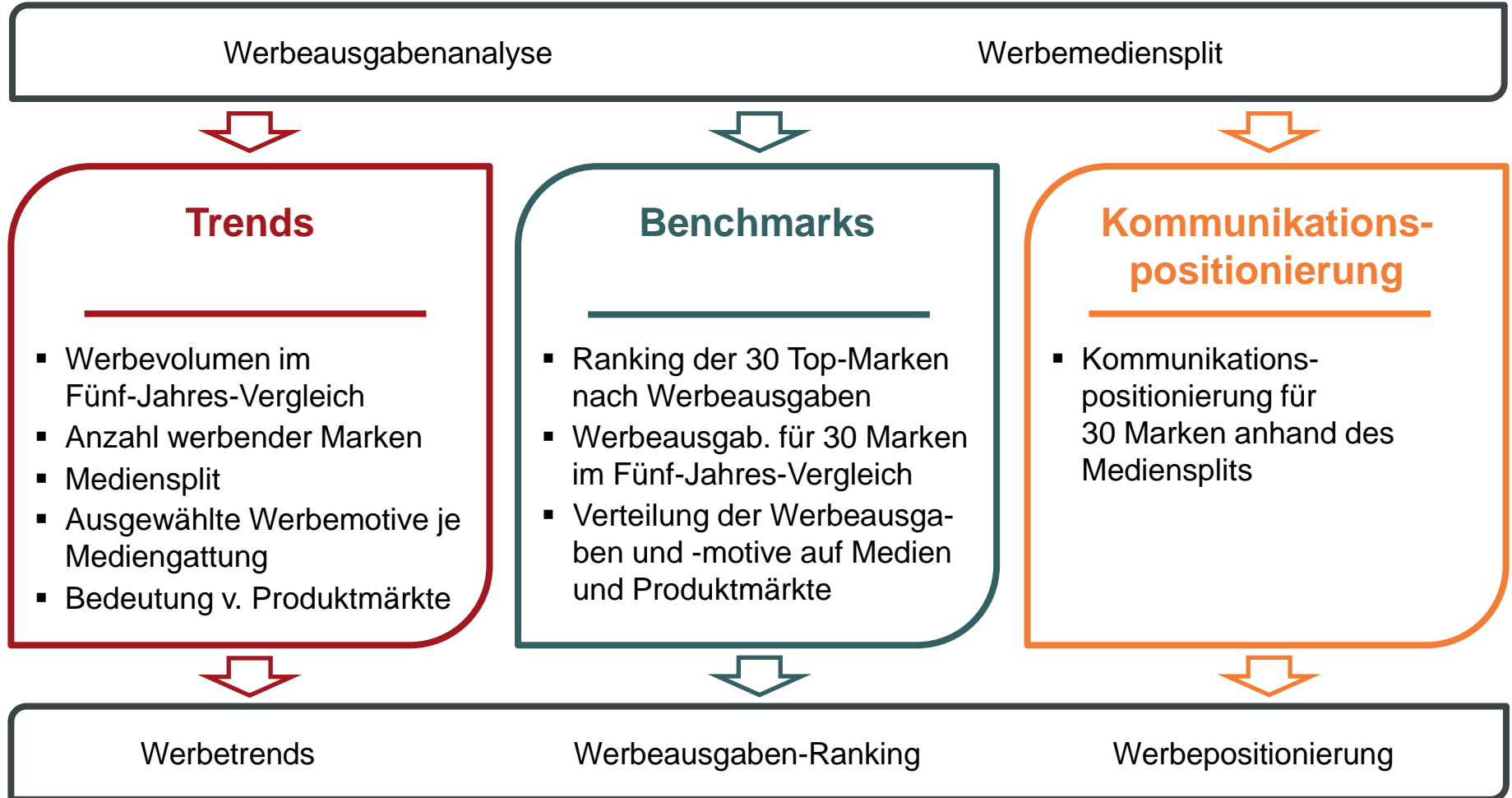
Nutzen: Analyse von Trends und Benchmarks ermöglichen
einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- Bonne Maman
- Darbo
- Glück
- LieBee
- Milka
- Mövenpick
- Nutella
- Ovomaltine
- Schwartz
- Zentis
- + Spendings für 20 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 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 30 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in 4 Produktmärkten
- Werbespendings für 6 Mediengattungen
- Positionierungsanalyse auf Basis Mediensplit für 30 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 59 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	22
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2019/2020	
▪ 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 30-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪	Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	45
	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	51
	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	
➤	Kommunikationspositionierung	54
	Kommunikationspositionierung von 30 Marken auf Basis Mediensplit	
➤	Kontakt	58



Analysebeispiele (1)

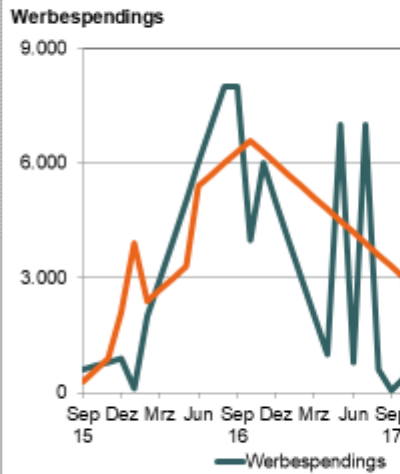
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

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 TV Beispiele und Nutzenargumente 2019/2020



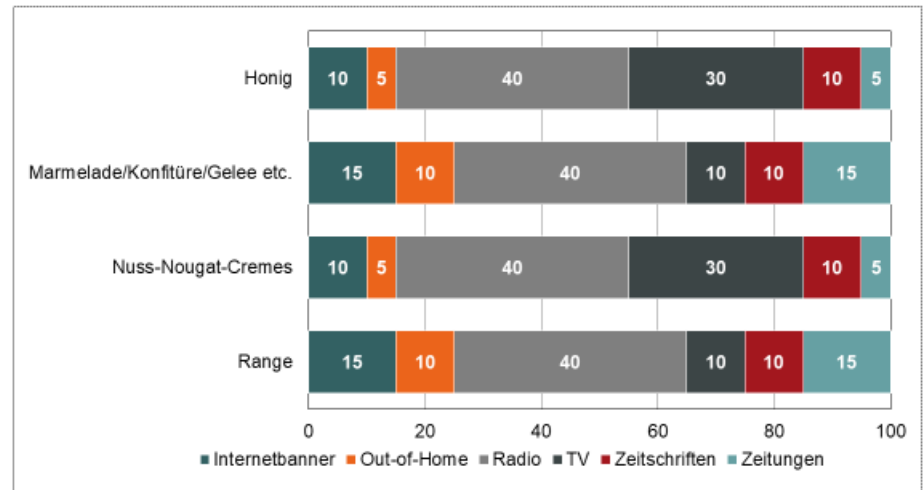
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2019/2020 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Süße Brotaufstriche 2020

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

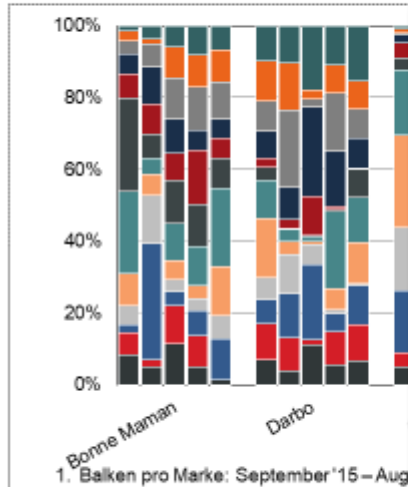
Analysebeispiele (2)

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 30-Marken nach Werbevolumen (letzter 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Sep. '15 – Aug. '16	Sep. '16 – Aug. '17
11	Deutsch. Imkerbund	1.000.000	€
12	Develey	900.000	€
13	foodspring	800.000	7
14	Honig Reinmuth	700.000	€
15	Landliebe	600.000	€
16	Maintal	500.000	4
17	natreen	400.000	3
18	reformhaus.de	300.000	2
19	Rigoni di Asiago	200.000	1
20	Simmler	100.000	€

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

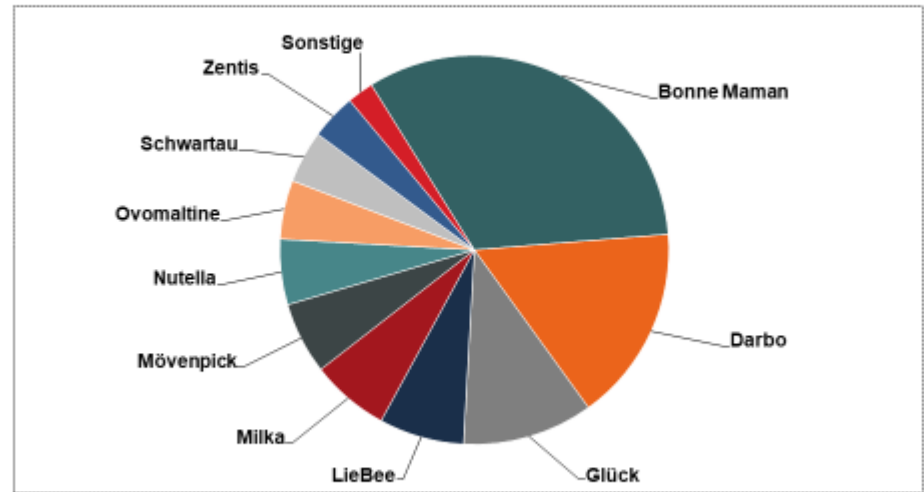


Welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

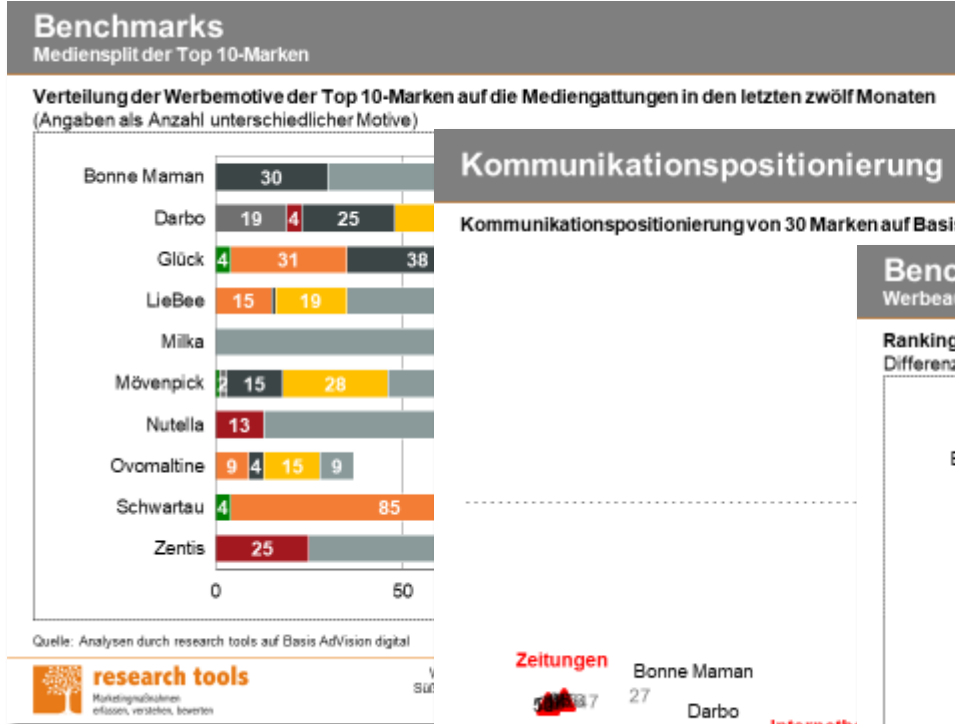


Werbemarktanalyse
Süße Brotaufstriche 2020

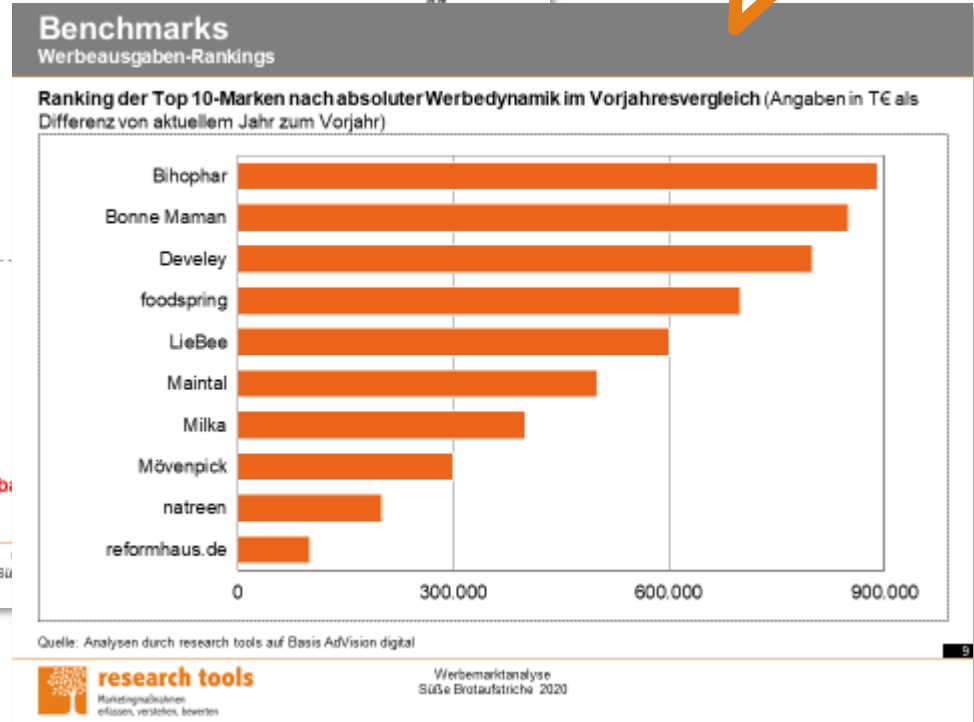
Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

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

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 Süße Brotaufstriche 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 Fleischwaren 2020
- Werbemarktanalyse Fette und Öle 2020
- Werbemarktanalyse Lieferservice Lebensmittel 2020
- Studie eVisibility Back- und Konditoreiwaren 2019
- Werbemarktanalyse Milchprodukte 2019
- Studie eVisibility Gewürze und Kräuter 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.

