



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Süßwarenwerbung: viele Anbieter, dennoch starke Konzentration



Annähernd neun von zehn Werbeeuro entfallen auf die zehn führenden Süßwarenhersteller. Diese hohe Werbekonzentration überrascht angesichts der Vielzahl von Firmen und Marken. Allein im Jahr 2016 warben 184 Unternehmen für 244 Marken. Das Werbevolumen für Süßwaren steigt im Vergleich zum Vorjahr um 16 Prozent. Elf der 13 Teilmärkte weisen Ausgabensteigerungen auf.

Esslingen am Neckar, 30. März 2017 – Das Werbevolumen der Süßwarenbranche zieht nach einem Zwischentief im Vorjahr wieder an und liegt nach 16 Prozent Steigerung nun knapp vor der 900 Millionen Euro-Marke. Die monatlichen Werbeausgaben schwanken sehr stark, Süßwarenwerbung ist saisonabhängig. Die Ausgabenpeaks liegen jeweils in den Monaten vor Weihnachten und Ostern. Die Anzahl der Werber betrug im Jahr 2016 zwischen 75 und 103 Marken pro Monat. 96 Prozent der Werbeausgaben fließen in TV-Werbung.

Für Pralinen und Riegel wird seit Jahren am meisten geworben. Die Werbevolumina liegen in diesen Teilmärkten bei 156 beziehungsweise 171 Millionen Euro. Die größte Dynamik zeigt der Produktmarkt Fruchtgummi & Lakritz mit einer absoluten Zunahme von mehr als 25 Millionen Euro. Innerhalb von fünf Jahren haben sich hier die Werbeausgaben gar verdoppelt. Das seit Jahren stabilste Ausgabenniveau hält der Produktmarkt Bonbons & Kaubonbons mit jährlichen Spendings um 65 Millionen Euro. Als Topwerber einzelner Produktbereiche präsentieren sich Leibniz für Kekse, Milka für Tafelschokolade und funny-frisch für Chips & Salzgebäck.

184 Firmen bewarben im Jahr 2016 244 Süßwarenmarken, davon 30 Marken mit einem Volumen von mehr als zehn Millionen Euro. Trotz der großen Anzahl Werbungtreibender ist die Werbekonzentration in der Branche beträchtlich: die Top 10-Firmen repräsentieren 87 Prozent des gesamten Werbevolumens. Einziger Newcomer in den Top 10 des Werbevolumenrankings ist die Joghurt-Schnitte von Ferrero. Auf Rang 43 platziert sich mit ValParaiso ein weiteres neues Ferrero-Produkt.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Süßwaren 2017“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Süßwaren in Deutschland. Sie gibt auf 207 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in 13 Teilmärkten, darunter sieben Produktmärkte im Detail: Bonbons, Chips & Salzgebäck, Fruchtgummi & Lakritz, Kekse, Pralinen, Riegel, Tafelschokolade. Für die 200 werbestärksten Süßwarenmarken werden die Ausgaben der medialen Kommunikation im Fünf-Jahres-Verlauf gezeigt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive. Die vorliegende Werbemarktanalyse basiert auf Daten und Motiven von AdVision digital.

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner
research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 - 55090381
Fax +49 (0)711 - 55090384
uwe.matzner@research-tools.net