

+++ Café Royal +++ Dallmayr +++ Eduscho Gala +++ IDEE Kaffee +++ JACOBS +++ LAVAZZA +++ Melitta +++  
NESPRESSO +++ SENSEO +++ Tchibo +++ Café Royal +++ Dallmayr +++ Eduscho Gala +++ IDEE Kaffee +++

Studiensteckbrief

# Werbemarktanalyse Kaffee 2016

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Dezember 2016

powered by:



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief  
Werbemarktanalyse Kaffee 2016

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Ergebnisse:

- Für mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Kaffeemarken innerhalb eines Jahres insgesamt über 186 Millionen Euro ausgegeben. Zuletzt haben pro Monat durchschnittlich 20 Anbieter geworben.
- Der Werbemarkt für gemahlene Kaffeebohnen und Bohnenkaffee ist der volumenstärkste Teilmarkt. Die Werbevolumina der beiden Produktmärkte Kapseln und Pads wuchsen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.
- Der Anteil an TV-Werbung liegt bei über 85 Prozent des gesamten Werbevolumens. Radio und Zeitung werden von der Branche als Werbemedium nur in geringem Umfang genutzt.
- Die zehn Topwerber erreichen einen Werbemarktanteil von über 92 Prozent des Branchenvolumens. Neun der zehn Topwerber erhöhen ihr Werbevolumen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.
- Bei der Bewerbung von Kaffee steht das Markenimage stark im Vordergrund. Drei der Top 10 werbungtreibenden Kaffeemarken setzen in ihren Kampagnen Testimonials aus der Unterhaltungsbranche ein.

# Informationen zur Studie

## Wichtigste USPs:

Werbetrends für die 50 Kaffeemarken mit den höchsten Werbeausgaben

detaillierte **qualitative und quantitative Analyse**  
für 10 Top-Marken

In **sieben Produktmärkten**, darunter Kaffee gemahlen/  
Bohnenkaffee, Kapseln, Pads, löslicher Kaffee

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**  
auf 130 PowerPoint-Seiten

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

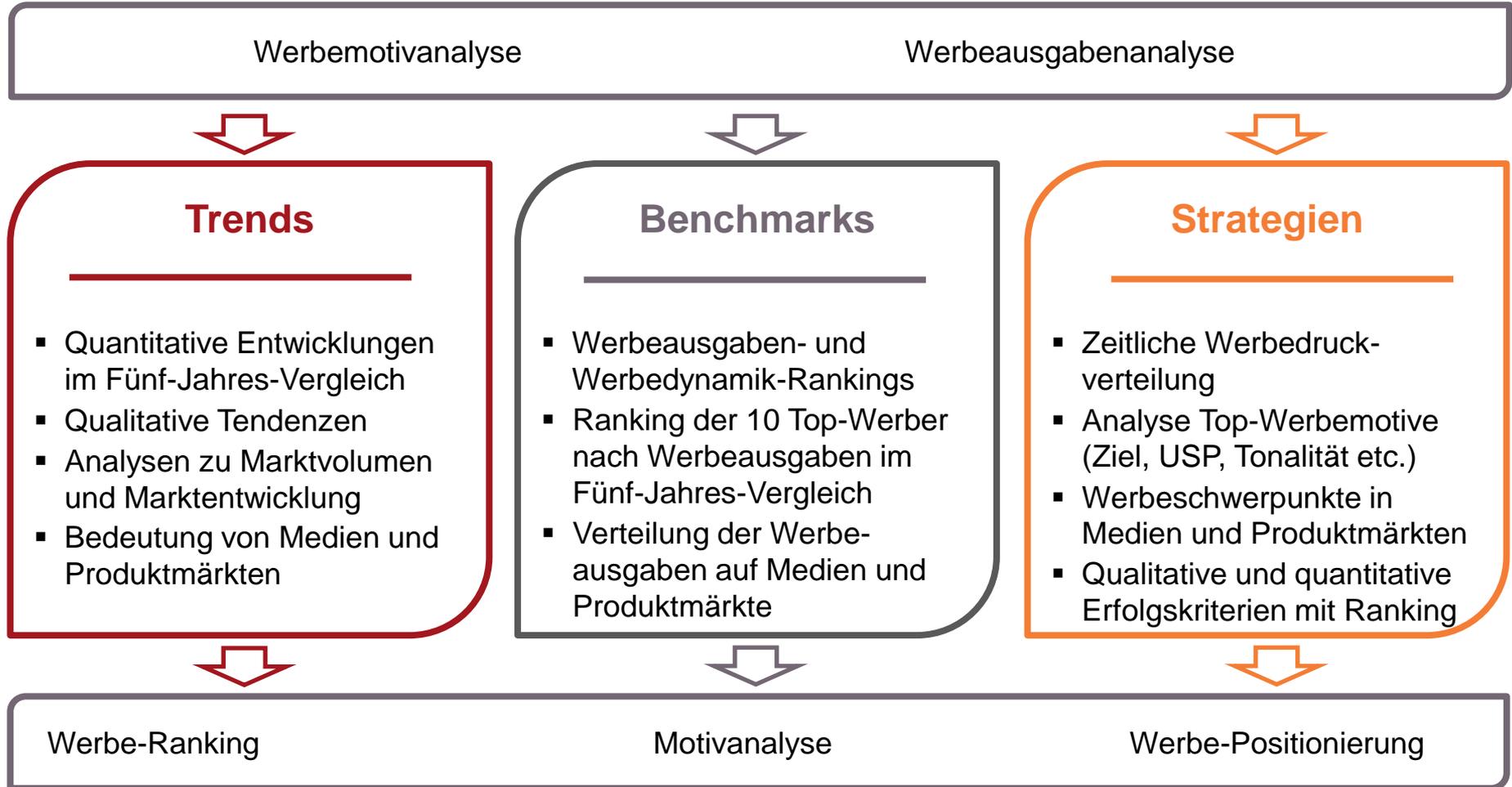
Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

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

## Im Detail analyisierte Kaffeemarken:

- Café Royal
- Dallmayr
- Eduscho Gala
- IDEE Kaffee
- JACOBS
- LAVAZZA
- Melitta
- NESPRESSO
- SENSEO
- Tchibo
- + Spendings von 40 weiteren Marken

# Informationen zur Studie



# Informationen zur Studie

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten?
- welches sind die werbeintensivsten und /- dynamischsten Anbieter?
- mit welchen Motiven werben die Unternehmen?
- welche Entwicklungen sind in verschiedenen Produktmärkten zu erkennen?
- welche Werbestrategien wenden die zehn detailliert analysierten Unternehmen an?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10 Anbieter?
- mit welchen Slogans und/oder Motiven wird in der Werbung argumentiert?
- welche Zielsetzung, USPs, Tonalität, Zielgruppenansprache liegt den Topmotiven zugrunde?
- welche Stärken und Schwächen der Top 10 Anbieter zeigt die qualitative Motivanalyse auf?
- wie positionieren sich die Top-Anbieter im Werbemarkt?

**Die Studie in Zahlen:**

- Werbevolumen der Top 50 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings der 7 Produktmärkte
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Qualitative Strategien & Motivanalyse der Top 10 Unternehmen
- Positionierungs-analyse der Werbestrategie für zehn Top-Marken

## **Forschungsdesign:**

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Internet (Bannerwerbung), Print, Radio und TV sowie der Werbemotive für diese Mediengattungen plus Kino und Outdoor. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank von **AdVision digital**.

**Preis der Studie:** Die 130 Seiten umfassende Studie kostet **2.400 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	8
➤ Trends	13
▪ Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich	16
Entwicklung der Anzahl Werbungtreibender, Werbeausgabenentwicklung insgesamt, Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkten und Medien	
▪ Qualitative Tendenzen	21
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2015/2016, aktuelle Trends 2015/2016	
➤ Benchmarks	23
▪ Werbeausgaben-Rankings	26
Share of Advertising der Top 10 Anbieter, Ranking der Top 50 Anbieter nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Anbieter nach absoluter Werbedynamik, Top-Werbungtreibende 2011-2015, die nicht unter den Top 50 2015/2016 waren	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im 5-Jahres-Vergleich	35
Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im Fünf-Jahresvergleich, Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter auf die Monate im Fünf-Jahresvergleich	
▪ Verteilung der Werbeausgaben in den letzten zwölf Monaten	41
Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter auf die Produktmärkte in den letzten zwölf Monaten	



# Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	43
Die folgenden Analysen werden für jede der Top-Marken durchgeführt: Werbeausgaben nach Produktmärkten und Mediengattungen, Zeitliche Werbedruckverteilung nach Produktmärkten in den letzten 24 Monaten, Analyse der Top-Werbemotive, Quantitative und qualitative Erfolgskriterien	
▪ Café Royal	50
▪ Dallmayr	59
▪ Eduscho Gala	67
▪ IDEE Kaffee	73
▪ JACOBS	79
▪ LAVAZZA	82
▪ Melitta	89
▪ NESPRESSO	96
▪ SENSEO	101
▪ Tchibo	105
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	115
▪ Motiv-Highlights	117
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	121
➤ Kontakt	129



# Beispielseiten (1)

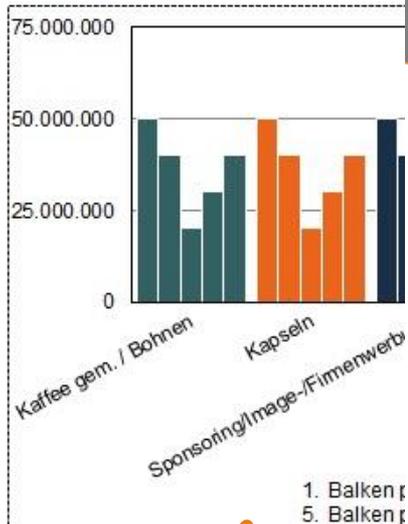
## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

**Auf welchen Mediensplit setzen die Kaffeemarken?**

### Trends

Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich

Werbespendings aller werbenden Unternehmen nach Produktmarkt im 5-Jahres-Vergleich (in €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Trends

Qualitative Tendenzen

Aktuelle Trends 2015/2016 für alle Top 10 Werbungtreibenden der Branche

Kategorie	Top 1
Medienkanäle mit den höchsten Werbeausgaben*	TV
Werbemedium (Sender, Titel etc.) mit den höchsten Werbeausgaben*	Sat1
Medienkanäle mit den meisten Motiven*	TV
Häufigste Designelemente	Kaffeeverpackung
Kreativagenturen	Agentur XY

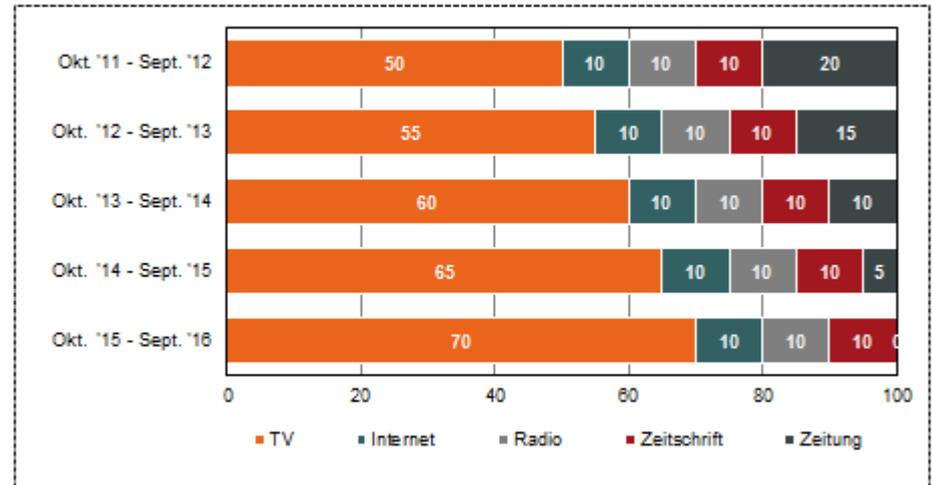
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Trends

Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich

Entwicklung des Mediensplits aller Unternehmen im 5-Jahres-Vergleich (in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital. Lesbeispiel: „91% aller Werbeausgaben der Branche im Zeitraum Oktober 2011 bis September 2012 wurden für die Ausstrahlung von Werbung im TV ausgegeben.“



Werbemarktanalyse Kaffee 2016

**Welche Dynamik ist in den Teilmärkten erkennbar?**

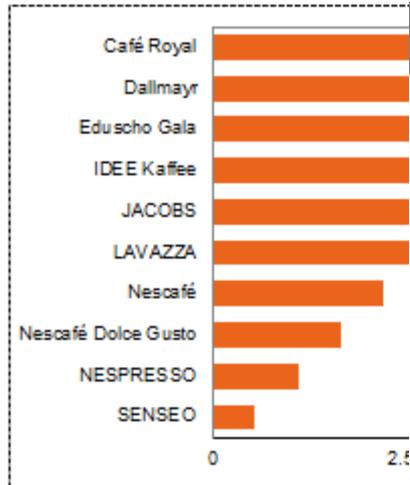
# Beispielseiten (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10 Anbieter nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

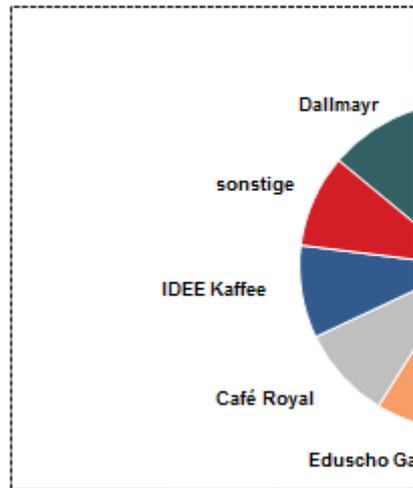


**Welche Kaffeemarken zeigen die größte Dynamik?**

### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10 Werber von Oktober 2015 bis September 2016



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

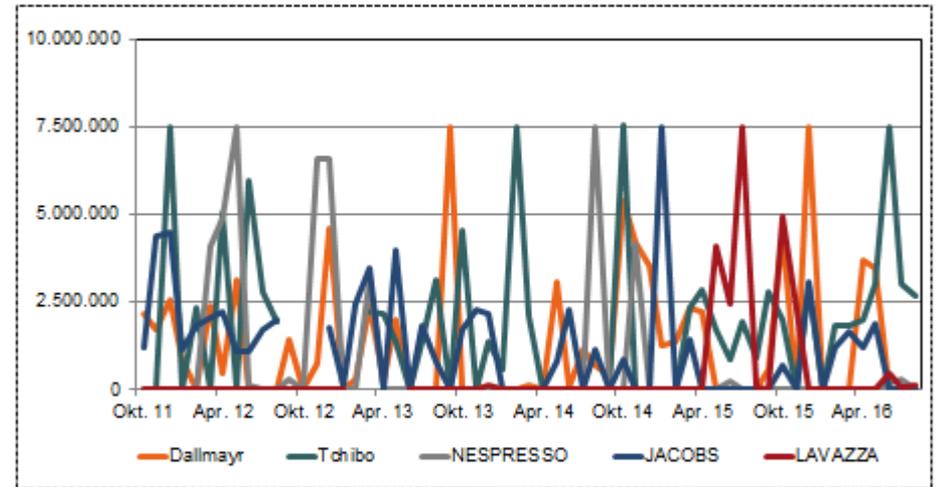


**Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?**

### Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im Verlauf der letzten 60 Monate (Top 1 - 5) (in €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Kaffee 2016

# Beispielseiten (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Marke A | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

	Qua
Werbeausgaben absolut in '15/'16	X.XX5.235 € (+XX.270,9 % zu 14/'15) Rang x
	Qu:
Alleinstellung	Kampagne als XXXX-Story in Anlehnung an XXXX; XXX als Testimonial
Aufmerksamkeitsstärke	sehr hoch bei TV-Spots mit Testimonial XX, spannende Inszenierung des Produktes
Design – Konsistenz	sehr hoch durch gleiches Layout (schwarzer Hintergrund, bunte Kapseln) in allen Medien

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

### Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Kaffee Marke B | Analyse Top-Werbemotive



MED	VOX	€	XXX.320 €
ZG	Kaffeetrinker	SCH	43
TON	glamourös	UF	Boulevard, Seri
AG	Agentur XY	ZR	02.XX.2016 – XX.XX.2016
	Image	USP	Nazan Eckes trinkt Gala

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

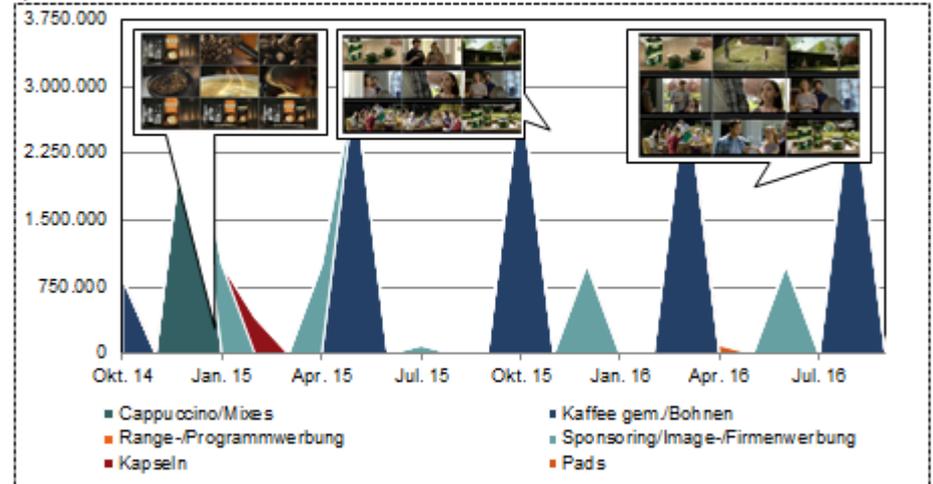
Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

### Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Kaffee Marke C | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 24 Monaten nach Produktkategorien (in €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse Kaffee 2016

# Beispielseiten (4)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

Marken	Werbedruck		Awareness	
	Spending	SoA*	Alleinstellung	
Café Royal	○○●	○○●	○○●	
Dallmayr	●○○	●○○	●○○	
Eduscho Gala	○●○	○●○	○●○	
IDEE Kaffee	○○●	○○●	○○●	
JACOBS	●○○	●○○	●○○	
LAVAZZA	○●○	○●○	○●○	
Melitta	○○●	○○●	○○●	
NESPRESSO	●○○	●○○	●○○	
SENSEO	○●○	○●○	○●○	
Tchibo	○○●	○○●	○○●	

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital 1

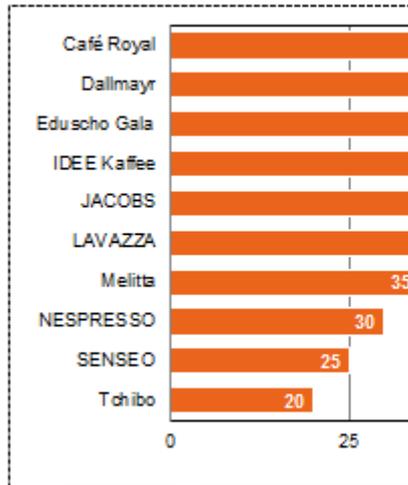


Wo liegen im Wettbewerbsvergleich Stärken und Schwächen?

### Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Anbieterranking (Angaben in % der maximal erreichbaren Punkte)



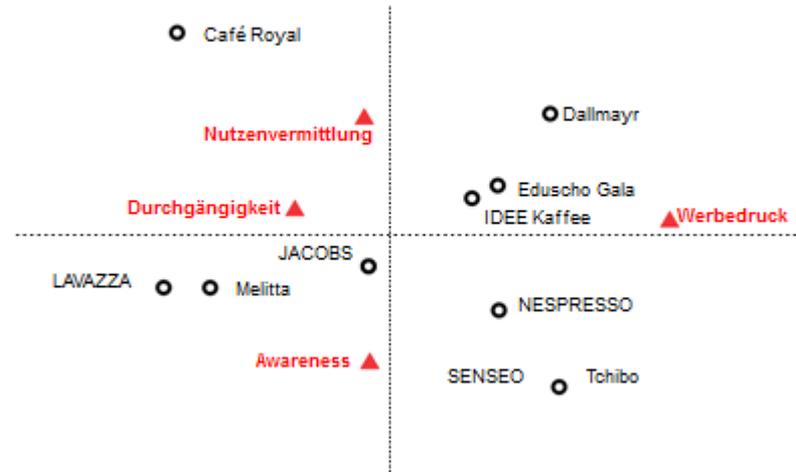
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Welche Positionierung nehmen die werbungstreibenden Kaffeemarken im Wettbewerbsumfeld ein?

### Kommunikationspositionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Werbemarktanalyse Kaffee 2016

# 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 2.400 EUR zzgl. MwSt. die  
**Werbemarktanalyse Kaffee 2016.**

**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

### Jüngste Studien aus der Getränkebranche:

- Studie eVisibility Bier
- Studie eVisibility Tee 2016
- Studie eVisibility Spirituosen 2016
- Studie eVisibility Kaffee 2016
- Werbemarktanalyse Sekt und Wein 2016
- Studie eVisibility Weinhandel 2016

Seit 2005 arbeitete research tools für zahlreiche Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen wie Banken, Versicherungen, Telekommunikation. In der Studienreihe Werbemarktanalysen sind seit 2012 22 Marktstudien erschienen.

