



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Pilswerbung mit enormem Plus von 41 Millionen Euro



Monatlich konkurrieren 44 Biermarken in den klassischen Medien um die Awareness des Kunden. Der Großteil des Werbevolumens entfällt auf den Produktmarkt Pils.

Esslingen am Neckar, 26. Juli 2017 – Der Werbemarkt für Bier zeigt eine deutliche Fokussierung auf Pils mit einer enormen Zunahme der Pilswerbung und einem gleichzeitigen Rückgang in anderen

Produktmärkten. Lag der Anteil der Pilswerbung im vergangenen Jahr noch bei 50 Prozent, so sind es aktuell 63 Prozent des insgesamt 258 Millionen Euro umfassenden Werbevolumens für Bier. Weitere Produktmärkte wie alkoholfreies Bier, Biermixgetränke oder Weißbier verzeichnen mit insgesamt 15 Millionen Euro deutliche Volumenrückgänge. Ebenso hat sich die Imagewerbung etwas reduziert. Aktuell fließt etwa jeder zwölfte Werbeeuro in die produktunabhängige Werbung.

Die Werbekonzentration im Biermarkt ist beträchtlich. Auf die drei Topwerber Bitburger, Krombacher und Radeberger entfallen 44 Prozent des Gesamtwerbevolumens. Acht Marken werben mit einem Volumen von über zehn Millionen Euro, sechs davon haben im Vergleich zum Vorjahr ihre Werbeaktivitäten ausgeweitet. Dennoch zeigt sich im Markt kein einheitlicher Aufwärtstrend. Jede zweite Marke unter den Top 20 senkte ihre Werbeausgaben. Aufsteiger in die Top 10 der werbestarken Marken ist Holsten. Newcomer in die Top 50 sind Apolda, Captain Morgan's und Th. König.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Bier 2017“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Bier in Deutschland. Sie gibt auf 255 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in zwölf Produktmärkten, darunter alkoholfreies Bier, Biermixgetränke, dunkles Bier/Starkbier, Helles, Pils, Weißbier. Neben der Entwicklung von Werbespendings der Top 225-Werber werden Fünf-Jahres-Trends erstellt. 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