



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Werbevolumen für Fette und Öle rutscht auf ein Fünf-Jahres-Tief



**Das Volumen der Werbeschaltungen in der Branche Fette und Öle hat den abnehmenden Trend der Vorjahre fortgesetzt. Im Durchschnitt werben pro Monat 16 Marken. Butter ist aktuell der volumenstärkste Produktmarkt.**

*Esslingen am Neckar, 18. April 2018* – Die werbungstreibenden Marken für Butter-, Margarine- und Ölprodukte haben für mediale Kommunikation innerhalb von zwölf Monaten über 37 Millionen Euro ausgegeben. Innerhalb der vergangenen drei Jahre hat sich das Werbevolumen um unglaubliche 81 Millionen Euro verringert. Fast alle Teilmärkte sind von dem Rückgang betroffen, Margarinewerbung erfährt dabei die höchste Verringerung um 50 Millionen Euro. Einzig die Imagewerbung verzeichnet auf niedrigem Niveau eine geringfügige Zunahme. Aktuell stellt Butter den volumenstärksten Produktmarkt mit einem Anteil von 57 Prozent des Gesamtvolumens.

Zahlreiche Marken tragen innerhalb der vergangenen drei Jahre mit zurückgehenden Kommunikationsvolumina zur großen Dynamik bei. Mit Becel und Sanella senken im jüngsten zwölf-Monats-Zeitraum zwei Margarinemarken ihre Werbeausgaben absolut am stärksten. Im Vorjahresvergleich stocken Arla, Kerrygold und Weihenstephan die Werbevolumina jeweils um mehrere Millionen auf. Im aktuellen Status Quo repräsentieren die Top 3-Marken Arla, Rama und Weihenstephan 60 Prozent des Gesamtwerbevolumens.

Mit einem Anteil von 75 Prozent zeigt das Hauptmedium TV über die Jahre Stabilität im Mediensplit. Die übrigen Mediengattungen Internet, Print und Radio weisen in den letzten Jahren zunehmende Anteile auf und halten im jüngsten Zwölf-Monats-Zeitraum zusammen 22 Prozent.

**Über die Studie:**

Die „Werbemarktanalyse Fette und Öle 2018“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben von Marken für Butter-, Margarine- und Ölprodukte in Deutschland. Sie gibt auf 127 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in fünf Teilmärkten. Neben der Entwicklung von Werbespendings für 40 Werber werden Fünf-Jahres-Trends erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive.

Weitere Informationen zur Studie:

<http://research-tools.net/werbemarktanalyse-fette-und-oele-2018/>

**Die Studienherausgeber:**

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](http://www.research-tools.net)

Werbespendingdaten und Werbemotive der Studie beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**, Hamburg, [www.advision-digital.de](http://www.advision-digital.de)

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