



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Werbevolumen Fette & Öle: Ausgaben pro werbender Marke steigen



**Die Ausgaben der werbungstreibenden Marken für Fette und Öle haben im Vergleich zum Vorjahr zugenommen. Unter den Topwerbern finden sich viele Handelsmarken.**

*Esslingen am Neckar, 07. Mai 2020* – Das Werbevolumen für Fette und Öle liegt aktuell bei rund 73 Millionen Euro innerhalb von zwölf Monaten. Dies entspricht einem Plus von sechs Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Nach einem starken Einbruch der Werbespendings im Analysejahr 2016/2017 hat die mediale Kommunikation nun wieder angezogen – inzwischen das dritte Jahr in Folge. Die durchschnittliche Anzahl Werbungstreibender liegt aktuell bei 26 pro Monat und ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum leicht gesunken. Dies bedeutet in der Konsequenz, dass die Ausgaben pro werbender Marke gestiegen sind, konkret um 17 Prozent. Der Werbepeak der Branche fällt auf den Herbst.

Im Mediensplit zeigt sich TV als das präferierte Werbemedium der Branche, aktuell mit einem Anteil von 70 Prozent. Radiowerbung spielt ebenfalls eine bedeutende Rolle, auf Printmedien entfallen gut zehn Prozent. Internetbannerwerbung findet nur wenig Anwendung.

Über alle mehr als 70 analysierten werbungstreibenden Marken für Fette und Öle stellen Kerrygold, Meggle und Rama das Topwerber-Trio mit einem Share of Advertising von 43 Prozent. Zwei dieser werbestarken Marken stocken ihre mediale Kommunikation im Vergleich zum Vorjahr kräftig auf. Zusammen mit Pirea und Weihenstephan, die ebenfalls ihre Spendings deutlich ausweiten, tragen diese Herstellermarken zur Steigerung des Werbevolumens bei. Unter den medial kommunikationsstarken Marken für Fette und Öle finden sich auffallend viele Handelsmarken: vier der zehn Topwerber sind große Lebensmittelfilialisten. Aktueller Newcomer in den Top 20 ist die Marke Paudar.

#### Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Fette und Öle 2020“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Fette und Öle in Deutschland. Sie gibt auf 50 Seiten Einblick in Trends und Benchmarks und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 70 Marken auf. Eine Analyse des Mediensplits zeigt die Werbeausgabenentwicklung differenziert nach Medien.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-fette-und-oele-2020>

#### 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 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)