



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Im Werbemarkt für Fruchtsäfte sind über 60 Marken aktiv



Der Werbemarkt für Fruchtsäfte erreicht seinen Jahrespeak häufig erst im Spätsommer, wenn die Temperaturen wieder fallen. Die Top 3-Werber repräsentieren 65 Prozent der Werbeausgaben.

Esslingen am Neckar, 14. Juli 2022 – Im Werbemarkt für Fruchtsäfte sind über das Jahr verteilt mehr als 60 Marken aktiv.

Sie alle tragen zu einem Gesamtvolumen von über 54 Millionen Euro bei. Im Vergleich zum Vorjahr zeigt sich ein leichter Rückgang. Ein Großteil der medialen Aktivitäten entfällt auf die Anbietergruppe der Fruchtsafthersteller. Von den Saftschorlemarken der Mineralwasserhersteller stammt knapp jeder fünfte Werbeeuro. Der Handel ist nur mit einem geringen Anteil am Werbevolumen beteiligt. Innerhalb des fünfjährigen Analysezeitraums zeigt sich der jährliche Werbepeak häufig erst im Spätsommer oder frühen Herbst. In Spitzenzeiten werben mitunter mehr als 20 Marken gleichzeitig. Das Werbetief fällt meist auf den Winter, den manche Marke als Werbepause nutzt.

Die Ausgabenkonzentration im Werbemarkt für Fruchtsäfte ist beträchtlich. 65 Prozent der Werbeausgaben entfallen auf die drei medial aktivsten Marken Capri-Sun, Gerolsteiner und Innocent. Sechs der Top 10-Werber schalten TV-Spots. Gemessen am gesamten Volumen entfällt auf dieses Medium ein Anteil von über 70 Prozent. Neben TV-Werbung verbreiten die Anbieter die Werbebotschaft gerne im Internet oder mittels Out-of-Home-Werbebanner im öffentlichen Raum. Auf Publikumszeitschriften entfällt lediglich ein Anteil von fünf Prozent. Dieses Medium wird bevorzugt von kleineren Werbemarken gewählt.

Über die Studie:

Die ‚Werbemarktanalyse Fruchtsäfte 2022‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Fruchtsäfte in Deutschland. Sie gibt auf 72 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 50 Marken auf. Eine Analyse des Mediensplits zeigt die Werbeausgabenentwicklung differenziert nach Medien.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-fruchtsaefte-2022>

Der Studienherausgeber:

Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.

www.research-tools.net

www.linkedin.com/company/research-tools-net

Werbependingdaten und Werbemotive der Studie beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**, Hamburg.

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