

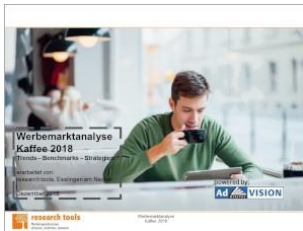


# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Werbemarkt Kaffee: Zunahme bei Kapseln, Rückgang bei Pads



**Das mediale Kommunikationsvolumen für Kaffee hat im Vergleich zum Vorjahr um 13 Prozent zugelegt. Kapselwerbung und die produktunabhängige Imagewerbung sind die Aufsteiger.**

*Esslingen am Neckar, 18. Dezember 2018* – Das Werbevolumen für Kaffee beträgt im aktuellen Zwölf-Monats-Zeitraum rund 150 Millionen Euro. Aufsteigermarkt der medialen Kommunikation für Kaffee ist ganz klar die Kapselwerbung. Betrug deren Anteil vier Jahre zuvor lediglich 13 Prozent am Gesamtvolumen, so hat sie sich aktuell mit einem Anteil von rund einem Drittel zur werbestärksten Produktgruppe entwickelt. Damit rückt die Werbung für das klassische Produkt, Kaffee gemahlen oder als ganze Bohne, nach einem starken Rückgang auf Platz zwei des Volumenrankings. Der dritte bedeutende Teilmarkt ist die Imagewerbung, die ebenfalls einen starken Zuwachs verbucht. In der Branche wird sie von den großen Marken bevorzugt parallel zur Produktwerbung eingesetzt. Auffallend ist der starke Rückgang der Padwerbung. Lag deren Volumen vor vier Jahren sogar noch etwas über der Kapselwerbung, so zeigt sie inzwischen mit rund acht Millionen Euro nur noch einen Bruchteil der einstigen medialen Präsenz.

Aus starken Marken wachsen Werbeschergewichte. Dallmayr, Jacobs, Lavazza, Nespresso, Tchibo – alle fünf Kaffeemarken haben ihre mediale Kommunikation im Vergleich zum Vorjahr gesteigert, in der Summe um mehr als 30 Millionen Euro. Damit repräsentieren diese Big Five 80 Prozent des gesamten Werbevolumens für Kaffee.

#### Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Kaffee 2018“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Kaffee in Deutschland. Sie gibt auf 173 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in sieben Teilmärkten, darunter Kaffee gemahlen/ganze Bohne, Kapseln, Pads. Neben der Entwicklung von Werbespendings für 50 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:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-kaffee-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)