



## Pressemitteilung

### 170 Milchprodukte-Marken bewerben Käse, Quark & Co.



**Der Werbemarkt für Milchprodukte präsentiert sich über die Jahre stabil mit nur geringen Abweichungen. Von 22 untersuchten Teilmärkten weisen zwölf Produktmärkte Volumensteigerungen auf. Aufsteigermärkte sind Naturjoghurt und Schnittkäse.**

*Esslingen am Neckar, 26. September 2017* – Das Werbevolumen für Milchprodukte zeigt sich innerhalb der vergangenen fünf Jahre stabil. Die Werbeausgaben bewegen sich um die 330 Millionen Euro mit geringen jährlichen Abweichungen. Knapp die Hälfte des gesamten Werbevolumens für Milcherzeugnisse entfällt auf Käse, etwa ein Fünftel auf Joghurt und ein Siebtel auf Milch.

In einem Großteil der analysierten Produktmärkte dominiert die hochpreisige TV-Werbung. Sie verfügt im Gesamtmarkt damit über einen Anteil von 91 Prozent. Weitere sieben Prozent der Werbung werden in Zeitschriften platziert.

Auffallend ist in den einzelnen Produktmärkten die herrschende Heterogenität der Werbekonzentration. Während in den Produktmärkten Trinkjoghurt, Milchreis/Grießbreis und Crème fraîche das Volumen überwiegend auf nur eine Marke entfällt, liegt der Anteil der drei Topwerber im Produktmarkt Quark bei lediglich zehn Prozent.

Innerhalb eines Zwölf-Monats-Zeitraums bewerben 170 Marken ihre Produkte, sieben davon mit einem Volumen von mehr als zehn Millionen Euro. Die zehn Top-Marken repräsentieren 43 Prozent des gesamten Werbevolumens. Vier der zehn Marken haben im Vergleich zum Vorjahr ihre Ausgaben aufgestockt. Keine der Top 10-Marken verzeichnet im Fünf-Jahres-Verlauf einen stetig steigenden oder sinkenden Werbevolumentrend. Aufsteiger in die Top 10 ist Kiri. Auch Leerdammer und Grünländer machen mit hohen Volumensteigerungen auf sich aufmerksam. Einziges Neuprodukt innerhalb der Top 50 ist die Marke Qjo von Ehrmann.



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## **Über die Studie:**

Die „Werbemarktanalyse Milchprodukte 2017“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Milchprodukte in Deutschland. Sie gibt auf 226 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in 22 Produktmärkten, darunter Frischkäse/Brottaufstrich, Naturjoghurt, probiotischer Joghurt, Schnittkäse, Weichkäse. Neun Produktmärkte werden im Detail analysiert. Neben der Entwicklung von Werbespendings der Top 250-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](http://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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)