

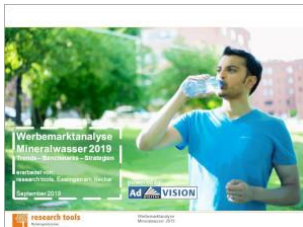


# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Mineralwassermarkt: viel Werbung für wenig Kohlensäure



**Neuer Top-Volumenmarkt der Mineralwasserwerbung ist Mineralwasser mit wenig Kohlensäure. Mit den noch jungen Marken Aquarius und Glacéau Smartwater verstärkt Hersteller Coca-Cola den medialen Werbedruck.**

*Esslingen am Neckar, 01. Oktober 2019* – Das Werbevolumen für Mineralwasser hat im Vergleich zum Vorjahr deutlich

zugenommen. Die jährlichen Werbeausgaben liegen bei rund 77 Millionen Euro nach einer Steigerung um über 20 Prozent. Neuer Top-Volumenmarkt ist Mineralwasser mit wenig Kohlensäure. Eine Intensivierung der medialen Kommunikation erfährt zudem die Variante mit Fruchtgeschmack.

In den vergangenen fünf Jahren fiel der mediale Kommunikationspeak stets auf den Frühsommer mit den Spitzenmonaten April oder Mai. Schwächste Monate waren regelmäßig Dezember oder Januar, wo sowohl die Werbeausgaben, als auch die Anzahl der Werbungtreibenden, ihren Jahrestiefpunkt erreichten. Während in den Hochzeiten mehr als 30 Marken pro Monat werben, geht im Winter die Anzahl werbungtreibender Marken auf zehn zurück. In der Summe haben innerhalb des zuletzt betrachteten Zwölf-Monats-Zeitraums 69 unterschiedliche Marken geworben. Ein Großteil der Kommunikation entfällt auf das Medium TV.

Auffallend ist eine hohe Konzentration im Werbemarkt für Mineralwasser. Die zehn Topwerber repräsentieren über 95 Prozent der gesamten Werbeausgaben. Neue werbestarke Marken sind Aquarius und Glacéau Smartwater. Damit hat Coca-Cola innerhalb kurzer Zeit gleich zwei Wassermarken auf dem deutschen Markt gelauncht und verstärkt damit den Werbedruck. Daneben haben vor allem Gerolsteiner und Adelholzener Alpenquelle ihre Werbeaktivitäten deutlich intensiviert.

#### **Über die Studie:**

Die „Werbemarktanalyse Mineralwasser 2019“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Mineralwasser in Deutschland. Sie gibt auf 145 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in sechs Teilmärkten, darunter Mineralwasser mit Fruchtgeschmack, Mineralwasser mit wenig Kohlensäure, Rangewerbung. Neben der Entwicklung von Werbespendings für 50 Marken 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-mineralwasser-2019>

#### **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)

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](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)