



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Mineralwasser: 18 Marken mit über einer Million Euro an Werbevolumen



Das mediale Kommunikationsvolumen im Mineralwassermarkt beläuft sich innerhalb eines Jahres auf rund 116 Millionen Euro. Die saisonbedingten Volumenschwankungen sind enorm. Out-of-Home ist neben TV beliebtes Kommunikationsmedium.

Esslingen am Neckar, 05. Oktober 2021 – Die werbungstreibenden Mineralwassermarken haben innerhalb von zwölf Monaten mehr als 116 Millionen Euro in ihre mediale Kommunikation investiert. Über das ganze Jahr verteilt werben über 100 Marken für ihre Produkte. Auf 18 werbestarke Marken, allesamt mit Jahreswerbeausgaben von jeweils über einer Million Euro, entfallen dabei stolze 91 Prozent des Gesamtvolumens. Dynamik entsteht unter anderem durch Newcomer. Innerhalb der Top 50 des Werbevolumenrankings finden sich sechs Marken, die im letzten der fünf betrachteten Jahreszeiträume erstmals geworben haben, darunter das Start-up Wasserhelden.

Die saisonbedingten Schwankungen sind im Werbemarkt für Mineralwasser enorm. Der Januar manifestiert sich üblicherweise als werbeschwächster Monat. In den analysierten fünf Jahreszeiträumen liegt hier das monatliche Werbevolumen stets unter drei Millionen Euro. Parallel mit den steigenden Temperaturen nehmen die Werbeaktivitäten zu, die im April oder Mai in einen Volumenpeak münden. Lediglich im Jahr 2020 gab es eine Ausnahme dieses prägnanten Kurvenverlaufs. Die Werbung drehte deutlich verzögert erst im Oktober voll auf und kompensierte damit das etwas verhaltene Frühjahr. Neben den Volumina schwankt ebenfalls die Anzahl Werbungtreibender im Jahresverlauf stark. Sie oszilliert zwischen 18 und 66 Werbungtreibenden pro Monat.

Das Medium TV ist hinsichtlich des Volumenanteils der bedeutsamste Kommunikationskanal mit aktuell über 60 Prozent. Daneben ist vor allem die Out-of-Home-Werbung in der Branche beliebt. Neun der zehn Topwerber bedienen sich der Werbung im öffentlichen Raum. Der Ausgabenanteil dieses Mediums beträgt rund ein Viertel des Gesamtwerbevolumens.

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Mineralwasser 2021“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Mineralwasser in Deutschland. Sie gibt auf 68 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 100 Marken auf. Eine Analyse des Mediensplits zeigt die Werbeausgabenentwicklung differenziert nach Medien.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-mineralwasser-2021>

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

Werbependingdaten 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