



Pressemitteilung

Werbung für süße Brotaufstriche erreicht Fünf-Jahres-Peak



Die Werbeaktivitäten der Marken für süßen Brotaufstrich haben im Vergleich zum Vorjahr um mehr als 40 Prozent zugenommen. Die noch junge Marke Glück mischt sich unter die Topwerber.

Esslingen am Neckar, 16. Oktober 2018 – Mit einem Volumen von 62 Millionen Euro erreicht der Werbemarkt für süße Brotaufstriche

einen Peak innerhalb von fünf Jahren. Alle vier untersuchten Teilmärkte haben mit steigenden Volumina dazu beigetragen. Der Produktmarkt Nuss-Nugat-Creme bildet mit dem Werbeschwergewicht Nutella den traditionell volumenstärksten Teilmarkt. Dynamik zeigen die werbenden Unternehmen für fruchtige Brotaufstriche. Mit einem Volumen von 24 Millionen Euro haben sich hier die Werbeaktivitäten im Vorjahresvergleich fast verdoppelt. Im Produktmarkt Honig ist das Werbevolumen stark durch die Werbeausgaben des Topwerbers Langnese geprägt. Im Gesamtmarkt stemmen konventionelle Hersteller den Löwenanteil der Werbung mit einem hohen TV-Anteil. Bioerzeuger oder Imkereien werben mit kleinerem Budget bevorzugt in Printmedien. Pro Monat werben im Durchschnitt zwölf Marken für süße Brotaufstriche.

Es herrscht eine hohe Werbekonzentration. Die drei Topwerber repräsentieren zusammen einen Anteil von 79 Prozent am gesamten Werbemarkt. Neben den beiden Traditionsmarken Nutella und Schwartau gesellt sich die noch junge Fruchtaufstrichmarke Glück zu den werbestärksten Marken. Insgesamt werben acht Marken mit einem Volumen von über einer Million Euro für süße Brotaufstriche, sieben davon mit steigenden Ausgaben.

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Süße Brotaufstriche 2018“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für süße Brotaufstriche in Deutschland. Sie gibt auf 136 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in vier Teilmärkten, darunter Honig, Marmelade/Konfitüre, Nuss-Nugat-Cremes. Neben der Entwicklung von Werbespendings für 40 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-suesse-brotaufstriche-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

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

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