



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Spirituosenwerbung: Likör-Werbedruck nimmt zu



Bei der Spirituosenwerbung zeigt die Kurve deutlich nach oben. Das Werbevolumen legt um 28 Prozent zu und beendet damit den Abwärtstrend der Vorjahre. Hauptsächlich ist dies der zunehmenden Likörwerbung geschuldet.

Esslingen am Neckar, 05. Oktober 2017 – Das gesamte Werbevolumen für Spirituosen beträgt innerhalb eines Jahres knapp 89 Millionen Euro. Das Top-Produkt der Spirituosenwerbung sind Liköre. 45 Prozent der hochprozentigen Werbung fließen in diesen Produktmarkt. Ein Fünftel geht in die Whiskeywerbung, Wodka wird mit elf Millionen Euro umworben. Imagewerbung hat innerhalb der vergangenen fünf Jahre deutlich zugenommen. Im untersuchten zwölf-Monats-Zeitraum fließt jeder zwölfte Werbeeuro in die produktunabhängige Werbung. Pro Monat werben im Durchschnitt 31 Marken. Der Werbepeak fällt regelmäßig in den Monat Dezember.

Kontinuierlich werbestark mit Werbevolumina im zweistelligen Millionenbereich zeigt sich seit Jahren die Marke Jägermeister. Wodka Gorbatschow steigerte in den vergangenen drei Jahren seine Ausgaben stetig und schiebt sich damit unter die Top 3-Werber. Averna komplettiert das Trio durch beachtliche Budgetaufstockungen seit vergangenen Sommer. Neu unter den Top 10 platziert sich die Aperitifmarke Lillet mit einem Werbevolumenzuwachs in Millionenhöhe. Die zehn werbestarken Spirituosenmarken repräsentieren zusammen 70 Prozent des gesamten Werbevolumens für Spirituosen. Darunter finden sich vier Likörmarken, drei Rum- und zwei Whiskeymarken. Insgesamt machen 21 Marken mit Werbeaufwendungen von mehr als einer Million Euro auf sich aufmerksam, zwei Drittel davon haben im Vergleich zum Vorjahr ihre Ausgaben aufgestockt.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Spirituosen 2017“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Spirituosen in Deutschland. Sie gibt auf 115 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in elf Teilmärkten, darunter Likör, Rum, Whiskey, Wodka. Neben der Entwicklung von Werbespendings der Top 50-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

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