



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Werbemarkt Spirituosen: im Dezember viel Werbung für Hochprozentiges



In der Spirituosenbranche sind die Spendings erneut auf hohem Niveau. Von den 19 analysierten Teilmärkten verzeichnen die beiden Produktmärkte Sherry/Aperitiv und Whisky ein klares Volumenplus.

Esslingen am Neckar, 05. Dezember 2023 – Das Werbevolumen für Spirituosen ist erneut auf hohem Niveau. Nach einer starken Zunahme in der Periode 2020/2021 betrugen die Werbeausgaben im letzten Jahr 192 Millionen Euro, aktuell liegen sie bei 178 Millionen Euro. Parallel zum Volumen hat die Anzahl Werbungtreibender zugenommen, derzeit sind dies durchschnittlich 60 werbende Marken pro Monat. Üblicherweise schwankt im Jahresverlauf das Werbeaufkommen in der Spirituosenbranche stark. Vor Weihnachten und Silvester türmen sich die Spendings zu einem absoluten Volumenpeak auf, bevor sie zu Jahresbeginn nach einem steilen Rückgang den Tiefpunkt erreichen.

Unter den insgesamt 19 analysierten Teilmärkten steht die Produktwerbung für Whisky an erster Stelle mit einem Anteil von 25 Prozent am Gesamtvolumen. Weitere volumenstarke Produktmärkte wie Gin, Likör und Sherry/Aperitiv folgen mit etwas Abstand. Das größte absolute Volumenplus zeigt sich im Vergleich zum Vorjahr bei Sherry/Aperitiv und Whisky. Die erstgenannte Produktgruppe liegt nach der Zunahme bei rund 31 Millionen Euro und verzeichnet damit den höchsten Wert innerhalb der analysierten fünf Jahre.

Unter den Werbemedien liegt klar die TV-Werbung vorn mit einem Anteil von 73 Prozent am Gesamtvolumen. Darauf folgt die Gattung Out-of-Home mit 14 Prozent Anteil noch vor der Internetwerbung mit 8 Prozent. Der Detailblick offenbart die medialen Präferenzen der einzelnen Produktmärkte: Anisschnaps, Rum und Weinbrand werden verstärkt über Werbeflächen im öffentlichen Raum beworben. Gin, Kräuterlikör, Likör, Sherry/Aperitiv, Whisky und Wodka verzeichnen hohe Anteile an TV-Werbung.

Über das ganze Jahr verteilt werben in der Branche rund 250 Spirituosenmarken, davon 29 Marken mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro. Diese zwölf Prozent der werbenden Marken repräsentieren beeindruckende 91 Prozent des gesamten Werbevolumens im Spirituosenmarkt. Die Marken Aperol, Baileys, Wodka Gorbatschow bilden das Topwerber-Trio. Ramazzotti und Tullamore D.E.W. platzieren sich als Aufsteiger neu in den Top 10, Newcomer innerhalb der Top 20 des Werberankings ist die Marke Herzrasen.

Über die Studie:

Die ‚Werbemarktanalyse Spirituosen 2023‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Spirituosen in Deutschland. Sie gibt auf 102 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 200 Marken auf. Für zehn Top-Marken visualisiert neben einer zeitlichen Werbedruckverteilung nach Mediengattungen eine statistische Kommunikationspositionierung auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit die Allokation der Budgets.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-spirituosen-2023>

Der Studienherausgeber:

Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.

www.research-tools.net

www.linkedin.com/company/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

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