



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Werbung für Osterhasen, Nikoläuse & Co auf neuem Höchststand



**In der Süßwarenbranche steckt fast jeder zweite Werbeeuro in der Produktwerbung für Riegel/Waffelriegel und Pralinen. Saisonale Süßwarenwerbung verzeichnet einen Peak. Die Branche setzt stark auf das Medium TV.**

*Esslingen am Neckar, 26. Mai 2021* – Die werbungstreibenden Marken der Süßwarenbranche haben innerhalb eines Jahres rund

798 Millionen Euro in ihre mediale Kommunikation investiert. Die Produktmärkte Riegel/Waffelriegel sowie Pralinen zählen zu den volumenstärksten mit Anteilen von 25 beziehungsweise 21 Prozent am Gesamtvolumen. Anteilig verzeichnet der Produktmarkt der saisonalen Süßwaren wie Osterhasen, Adventskalender, Nikoläuse & Weihnachtsmänner mit 59 Millionen Euro den höchsten Wert innerhalb der letzten fünf Jahre.

Üblicherweise schwankt das Werbeaufkommen in der Süßwarenbranche stark, je nach Saison oder Festtagen. So startet das Werbejahr im Januar mit einem Werbetief. Eine zweite werbeschwache Phase fällt üblicherweise auf den Juni/Juli. Steil wächst die Volumenkurve danach an bis zum Monat Oktober, auf den regelmäßig der Werbepeak fällt. Im Monatsdurchschnitt werben 74 Marken und damit 25 Prozent mehr als im Vorjahr. Die Süßwarenmarken setzen in der medialen Kommunikation stark auf das Medium TV. Die Mediengattungen Internet, Out-of-Home, Radio und Zeitschriften halten Anteile im unteren einstelligen Bereich.

Über das ganze Jahr verteilt werben in der Branche mehr als 220 Süßwarenmarken, davon 30 Marken mit einem Volumen von mehr als zehn Millionen Euro. Newcomer in den Top 60 des Werbevolumenrankings ist Jokolade, die Fairtrade-zertifizierte Schokolade von Joko Winterscheidt.

#### **Über die Studie:**

Die „Werbemarktanalyse Süßwaren 2021“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Süßwaren in Deutschland. Sie gibt auf 89 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks & Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 200 Marken auf. Eine Analyse des Mediensplits zeigt die Werbeausgabenentwicklung differenziert nach Medien.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-suesswaren-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](http://www.research-tools.net)

Werbespendingdaten 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)