

+++ Ammerländer +++ Arla +++ Becel +++ Byodo +++ Kerrygold +++ Meggle +++ Rama +++ Rapso +++ Teutoburger Ölmühle +++ Weihenstephan
+++ und weitere 40 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ Ammerländer +++ Arla +++ Becel +++ Byodo +++ Kerrygold +++ Meggle

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Fette und Öle 2026

Werbeausgaben für 50 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juni 2026



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Fette und Öle 2026

powered by:



©www.kaboompics.com/pexels.com

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



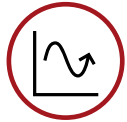
Welche der **50 Marken** sind die werbeintensivsten und -dynamischsten?



Welche **Werbetrends** sind in der Branche zu beobachten?



Über welche **Medien** kommuniziert die Branche, welches Werbemedium hat im Zeitvergleich an Bedeutung gewonnen?



Wie **verteilen** die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?



Welchen **Werbedruck** entfalten die Top-Marken, in welchen Mediengattungen werben sie?



Welche **Werbemotive** sind in den Mediengattungen wichtig, wie viele verschiedene Motive setzen die Top-Marken ein?



Wie **positionieren** sich die Top-Marken saisonal und im Mediensplit?



Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Fette und Öle

Mai 25-April 26

44 Mio. €



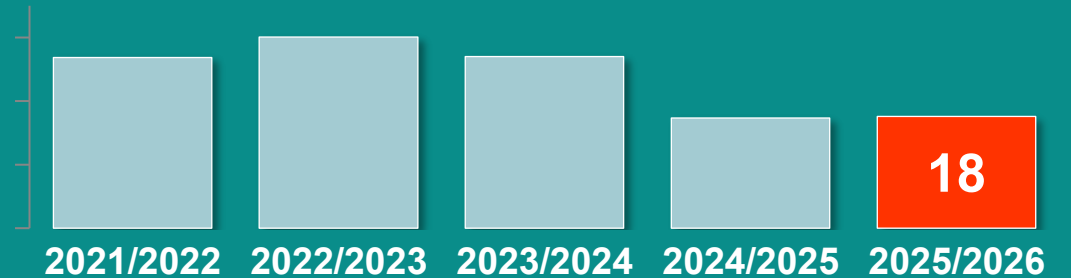
davon
56%
im Produktmarkt
Butter

Mediensplit



Internet-Werber Nr. 1:
Ammerländer

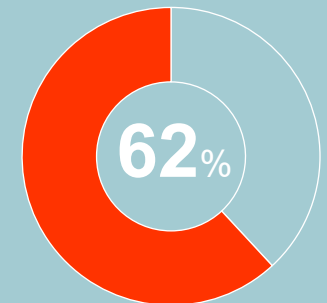
Werbungtreibende pro Monat im Ø



Werbekonzentration



Ammerländer
Arla
Kerrygold



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

50 Fette- und Öle-Marken mit den höchsten Spendings

Werbeausgaben für fünf Jahre in der **quantitativen Analyse**

in **6 Produktmärkten**, darunter Butter, Margarine, Pflanzen-/Speiseöle

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 82 PowerPoint-Seiten

als PDF und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

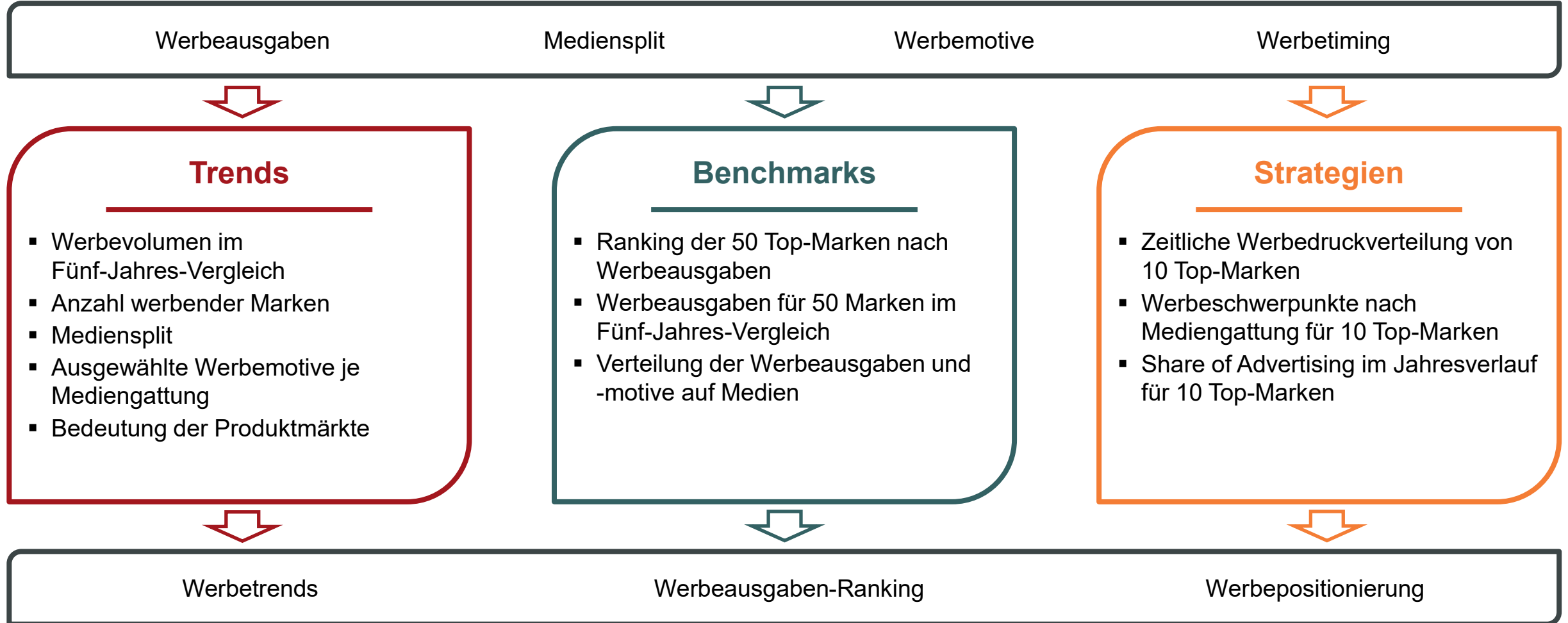
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- Ammerländer
- Arla
- Becel
- Byodo
- Kerrygold
- Meggle
- Rama
- Rapso
- Teutoburger Ölmühle
- Weihenstephan
- + Spendings für
40 weitere Marken

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

50

Fette- und Öle-Marken

6

Produktmärkte

6

Mediengattungen

10

Top-Marken in einer Kommunikationspositionierung auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet (Internetbanner und YouTube-Werbevideos), Radio, Out-of-Home, Zeitschriften und Zeitungen. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**.

Preis der Studie: Die 82 Seiten umfassende Studie kostet **2.200 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	14
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	15
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich	20
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2025/2026	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	27
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	32
▪ Werbeausgaben-Rankings	33
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 50-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	44
Entwicklung der jährlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich, Entwicklung der monatlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im 5-Jahres-Vergleich	



Inhaltsverzeichnis

▪	Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten	52
	Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Produktmärkte und Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤	Strategien	55
	Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen für die Top 10-Marken mit den höchsten Werbeausgaben, Share of Advertising der Top 10-Marken im Jahresverlauf	
➤	Kommunikationspositionierung	77
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	Kontakt	81



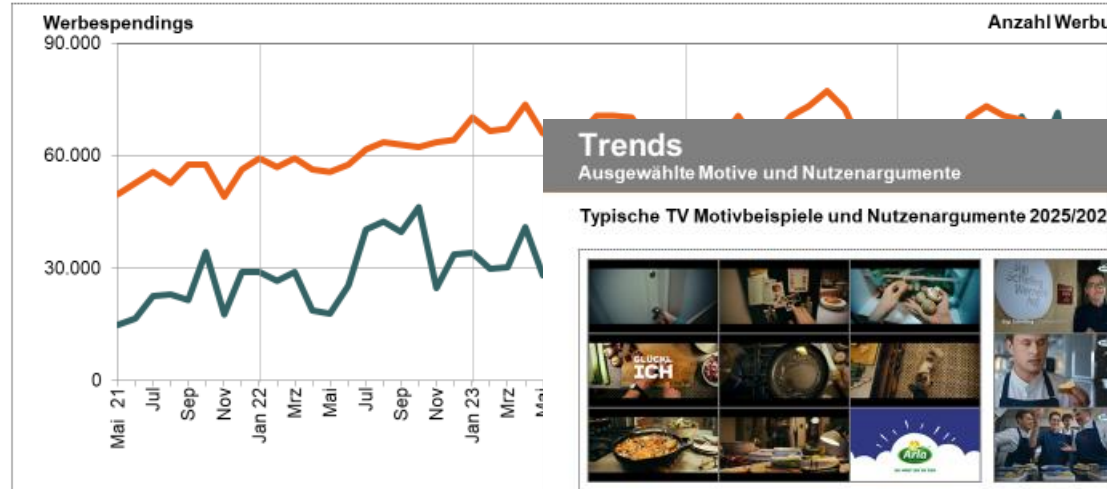
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (Angaben in T€) und Anzahl der Werbungtreibenden

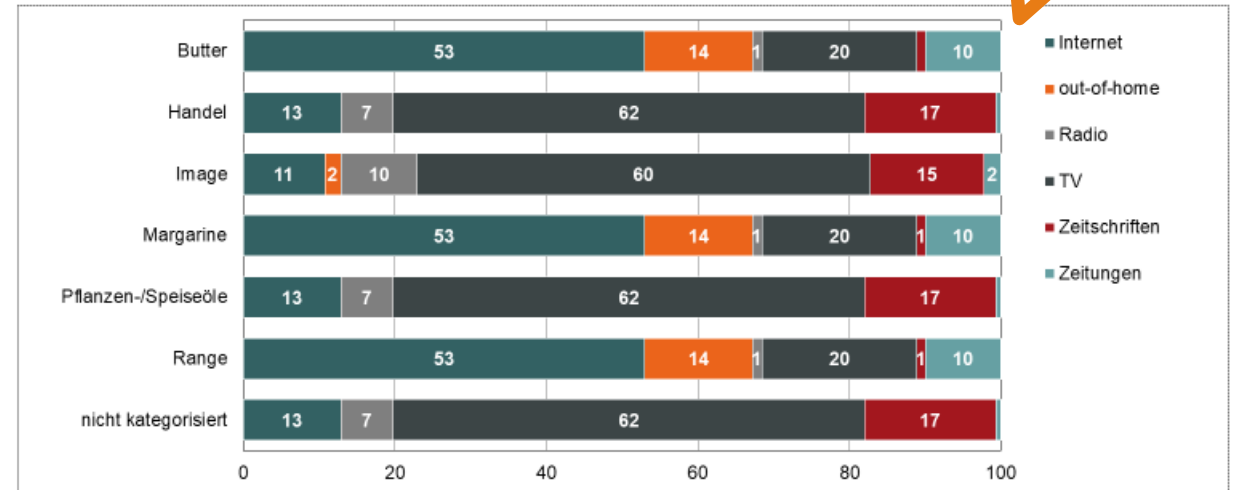


Auf welchen Mediensplit setzen die Marken?

Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2025/2026 (Angaben in %)



research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Fette und Öle 2026

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 50-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €				
		Mai '21 – Apr. '22	Mai '22 – Apr. '23	Mai '23 – Apr. '24	Mai '24 – Apr. '25	Mai '25 – Apr. '26
11	Aldi Nord	5.000.000	7.000.000	0	1.634.000	15.136.077
12	Aldi Süd	2.400.800				
13	Becel	6.000.000				
14	Berchtesgadener Land	15.300.500				
15	Byodo	9.000.000	1			
16	Eat Club	3.260.800				
17	Lidl	3.900.600				
18	Rama	5.000.000				
19	Rapso	2.400.800				
20	Teutoburger Ölmühle	3.260.800				

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10-Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€ als Differenz von diesem Jahr zum Vorjahr)

Brand	Change (T€)
Aldi Nord/Süd	17.000
Aldi Süd	15.000
Ammerländer	14.000
Arla	13.000
Becel	12.000
EDEKA	10.000
Kerrygold	8.000
Meggle	7.000
Netto	5.000
Penny	4.000

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von Mai 2025 bis April 2026

Brand	Share (%)
Aldi Nord/Süd	12,4%
Ammerländer	7,8%
Arla	7,5%
EDEKA	7,3%
Kaufland	5,8%

Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

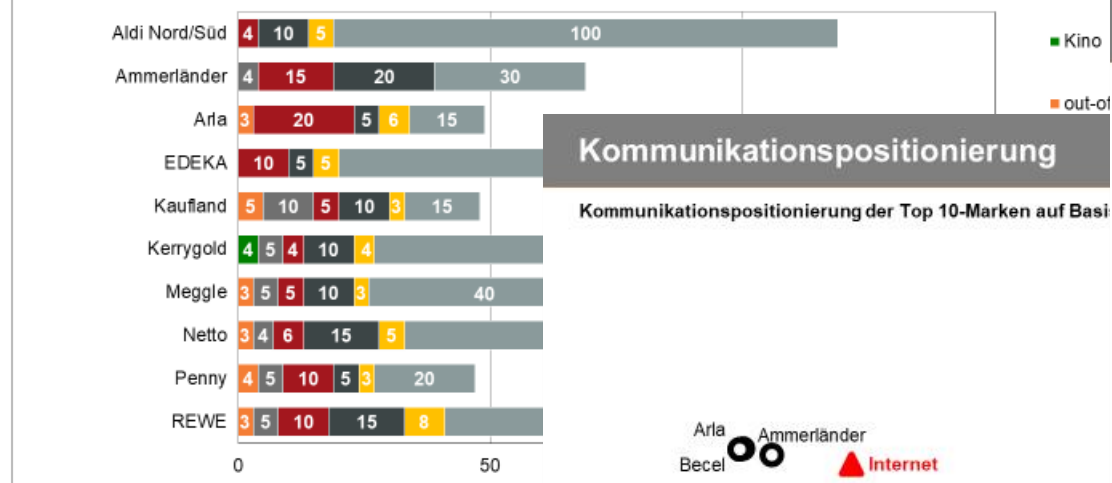
Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

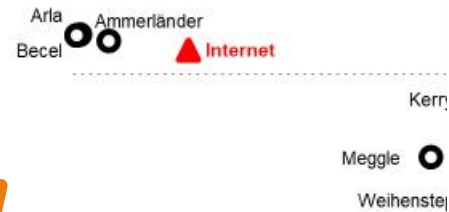
Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten

Verteilung der Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten (Angaben als Anzahl unterschiedlicher Motive)



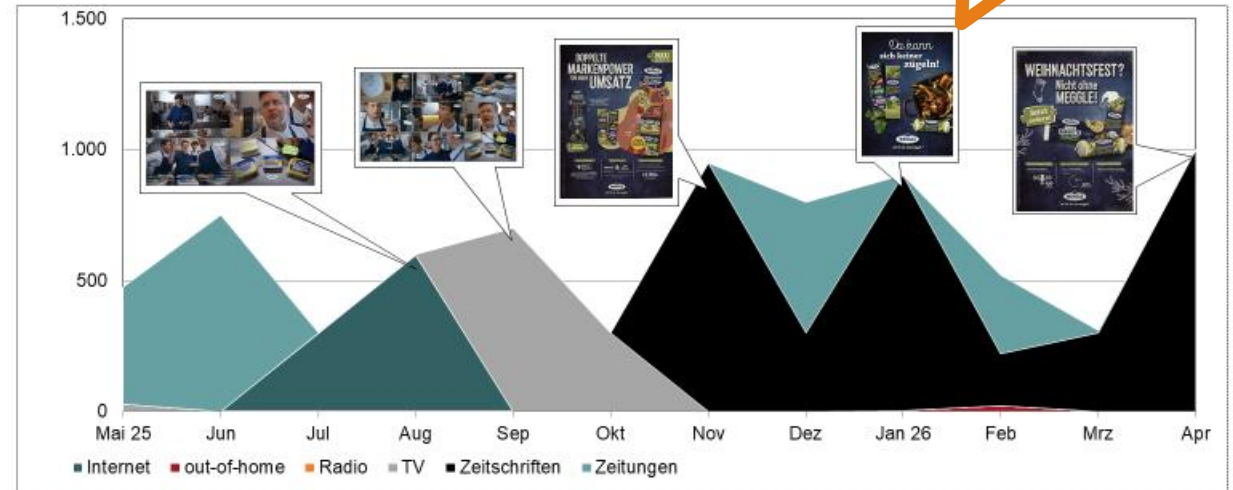
Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung der Top 10-Marken auf Basis



Strategien

Marke A | Zeitliche Werbepressungsverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Fette und Öle 2026

Werbemarktanalyse
Fette und Öle 2026

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 2.200 EUR zzgl. MwSt. die **Werbemarktanalyse Fette und Öle 2026**.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM
Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384
E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools, Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien Spezialist mit dem Schwerpunkt Eigenstudien.

In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind allein seit 2022 über 90 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur FMCG-Branche:

- Studie Tiernahrungs-Zielgruppe Hundefutter 2026
- Studie KI-Performance Kaffee und Kaffeemaschinen 2026
- Studie Social Media-Performance Mineralwasser 2026
- Werbemarktanalyse Sekt 2026
- Werbemarktanalyse Spirituosen 2025
- Werbemarktanalyse Milch- und Milchersatzprodukte 2025

Branche FMCG: Seit 2023 mehr als 30 Studien veröffentlicht.

