

+++ Arla +++ Kaufland +++ Kerrygold +++ Meggle +++ Lidl +++ Penny Markt +++ Pura +++ Rama +++ REWE
+++ Weihenstephan +++ und weitere 60 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ Arla +++ Kaufland

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Fette und Öle 2020

kom-
pakt

Werbeausgaben für 70 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

April 2020

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Fette und Öle 2020

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Anbieter von Fette und Öle innerhalb eines Jahres über 72 Millionen Euro ausgegeben.
- Im Durchschnitt werben 26 Marken pro Monat für ihre Produkte. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Anzahl werbender Marken leicht zurückgegangen.
- TV ist das Top-Werbemedium mit einem Anteil von 70 Prozent.
- 13 Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro, acht davon haben ihre Werbeaktivitäten im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Fette und Öle

2018/2019:
68 Mio €

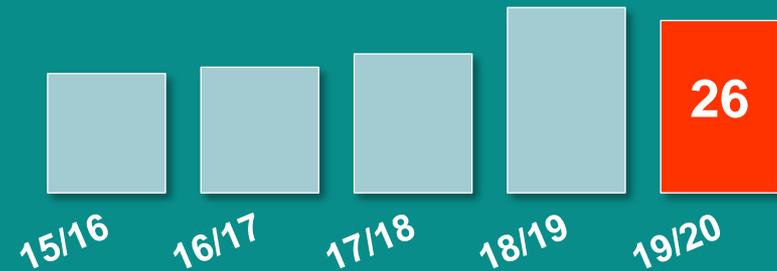
2019/2020:
73 Mio €

Mediensplit



Radio-Werber Nr. 1:
Kaufland

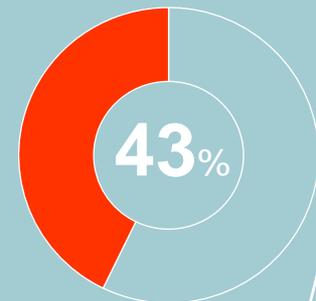
Werbungtreibende pro Monat im Ø



Werbekonzentration



Kerrygold
Meggle
Rama



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

70 Marken der Branche Fette und Öle
mit den höchsten Spendings

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

Mediensplit für fünf Gattungen:
Internetbanner, Radio, TV, Zeitschriften, Zeitungen

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 50 PowerPoint-Seiten

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

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

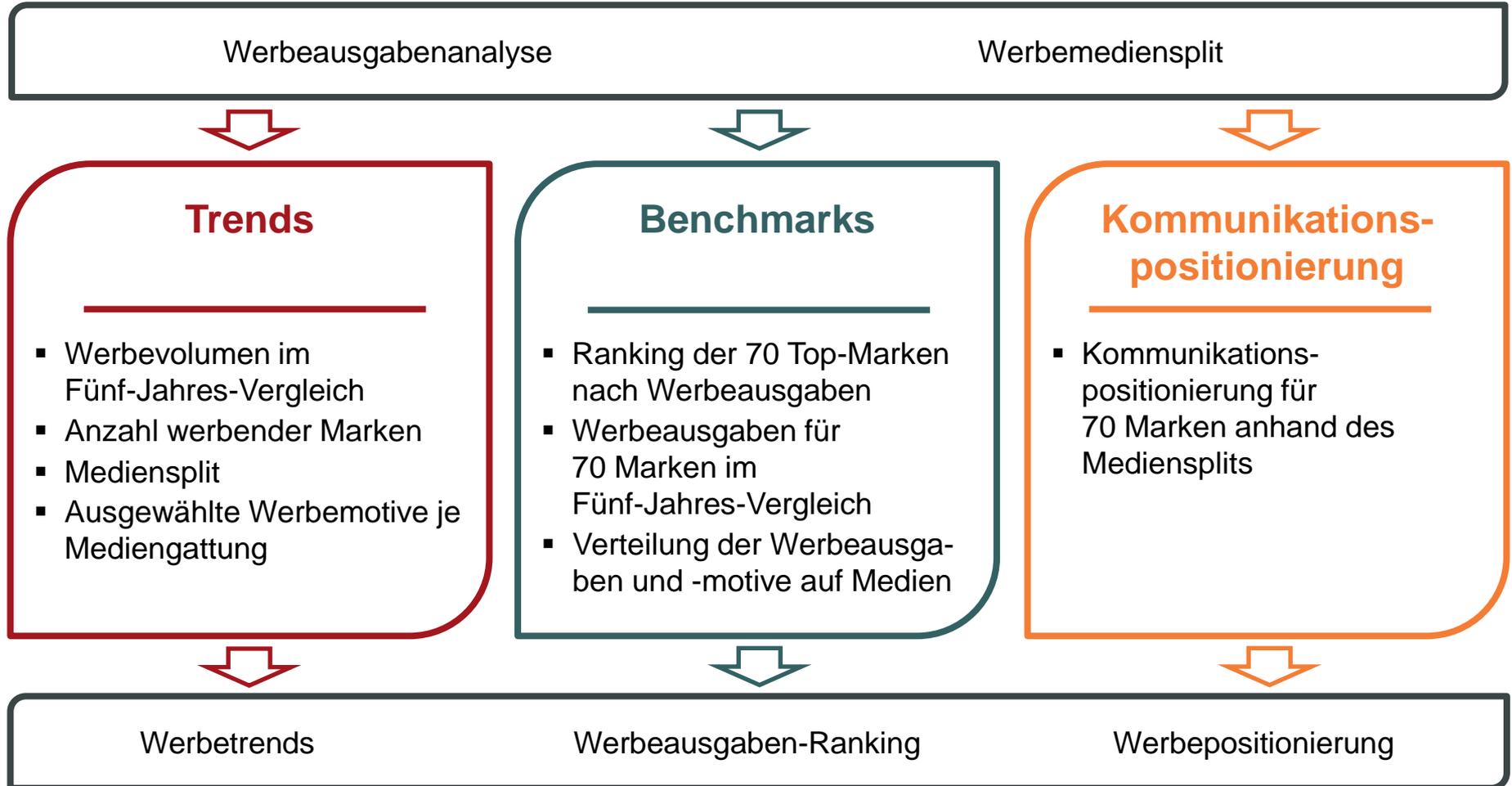
Nutzen: Analyse von Trends und Benchmarks ermöglichen
einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- Arla
- Kaufland
- Kerrygold
- Lidl
- Meggle
- Penny Markt
- Pura
- Rama
- REWE
- Weihenstephan
- + Spendings für
60 weitere Marken

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten?
- wie viele Marken werben im Fünf-Jahres-Vergleich?
- über welche Medien kommuniziert die Branche?
- welches Werbemedium hat im Vorjahresvergleich an Bedeutung gewonnen?
- wie verteilen die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?
- welchen Werbedruck entfalten die Top-Marken?
- welches sind die werbeintensivsten und -dynamischsten Marken?
- in welchen Mediengattungen werben die Top-Marken?
- wie positionieren sich die Marken im Mediensplit?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 70 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Positionierungsanalyse auf Basis Mediensplit für 70 Marken

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet-Bannerwerbung, Radio, 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 50 Seiten umfassende Studie kostet **1.600 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Trends	12
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	14
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	18
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	21
▪ Werbeausgaben-Rankings	25
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 70-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10-Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken	37
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	
▪ Mediensplit der Top 10-Marken	43
Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤ Kommunikationspositionierung	45
➤ Kontakt	49



Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

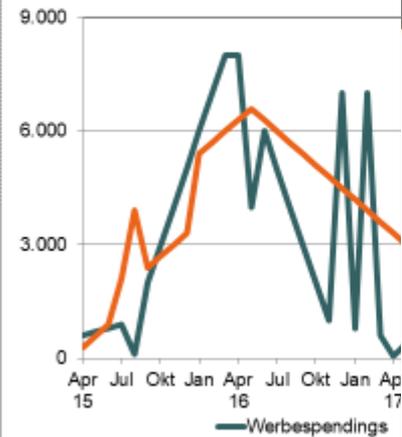
Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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

Werbespendings



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2019/2020



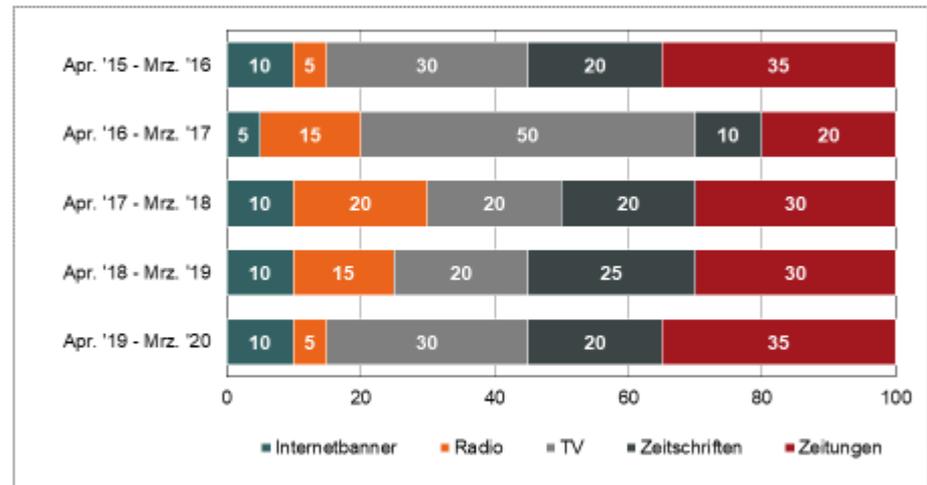
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Mediensplit 2019/2020 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Fette und Öle 2020

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

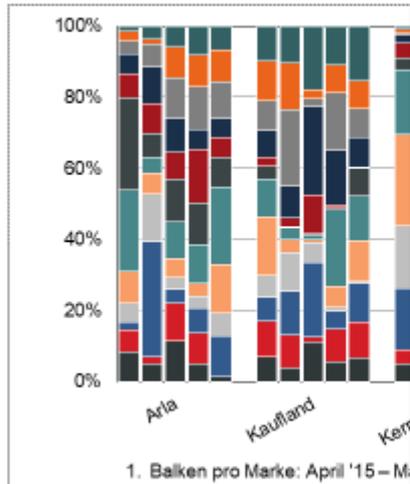
Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im Fünf-Jahres-Vergleich



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 70 Marken nach Werbevolumen (letzter 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Apr. '15 – Mrz. '16	Apr. '16 – Mrz. '17
11	Aldi Nord	1.000.000	9
12	Butaris	900.000	8
13	EDEKA	800.000	7
14	Mazola	700.000	6
15	Netto Marken-Disc.¹	600.000	5
16	Palmin	500.000	4
17	Paudar	400.000	3
18	Rapso	300.000	2
19	real,-	200.000	1
20	Seitenbacher	100.000	9

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

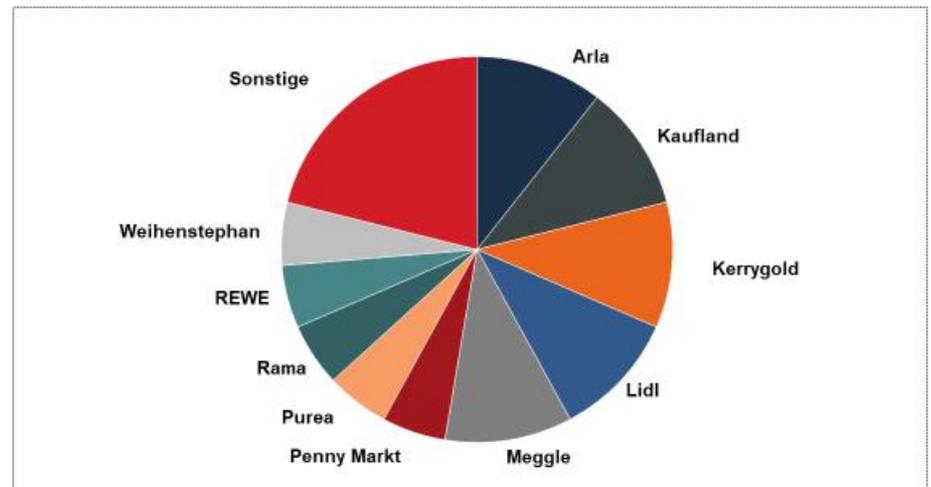


Welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von April 2019 bis März 2020



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Fette und Öle 2020

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

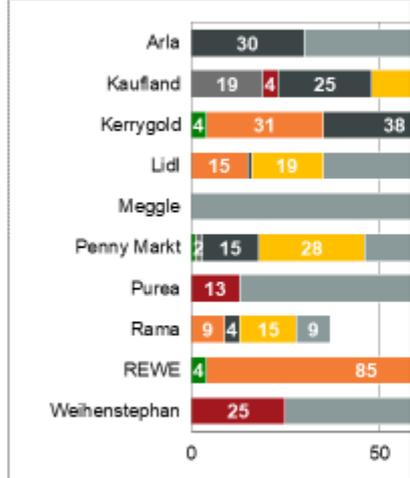
Analysebeispiele (3)

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)

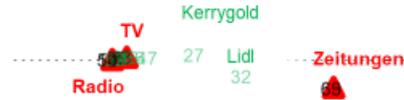


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung von 70 Marken auf Basis Mediensplit

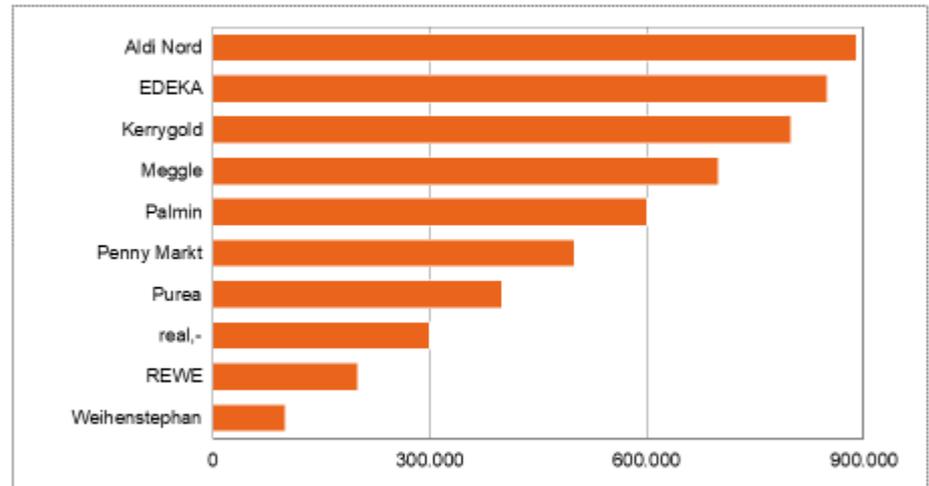


Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10 Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Fette und Öle 2020

Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

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 1.600 EUR zzgl. MwSt. die
Werbemarktanalyse Fette und Öle 2020.

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Datum, Ort, Unterschrift:

Kontakt / Branchenerfahrung

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

Zuletzt erschienene Studien zur Lebensmittelbranche:

- Werbemarktanalyse Lieferservice Lebensmittel 2020
- Studie eVisibility Back- und Konditoreiwaren 2019
- Studie eVisibility Lieferservice Lebensmittel 2019
- Studie eVisibility Gewürze und Kräuter 2019
- Studie eVisibility Schokolade 2019
- Studie eVisibility Feinkost 2019

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2016 über 80 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

