

+++ albi +++ Granini +++ Hohes C +++ innocent +++ LiveFresh +++ Rabenhorst +++ Rapp's +++ Rauch +++ Rotbäckchen +++ Voelkel +++ und weitere 57 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ albi +++ Granini +++ Hohes C +++ innocent +++ LiveFresh +++ Rabenhorst +++ Rap

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Fruchtsäfte 2026

Werbeausgaben für 67 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2026

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Fruchtsäfte 2026

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



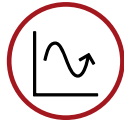
Welche der **67 Marken** sind die werbeintensivsten und -dynamischsten?



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



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



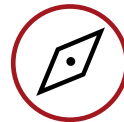
Wie **verteilen** die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?



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?



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Fruchtsäfte 2026

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Fruchtsäfte

Juli 25-Juni 26

22 Mio. €



davon
85%

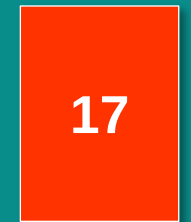
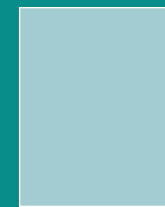
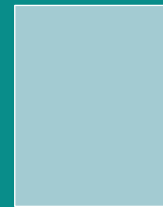
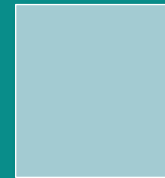
in der Anbietergruppe
Fruchtsafthersteller

Mediensplit



Zeitschriften-Werber Nr. 1:
Rabenhorst

Werbungtreibende pro Monat im Ø

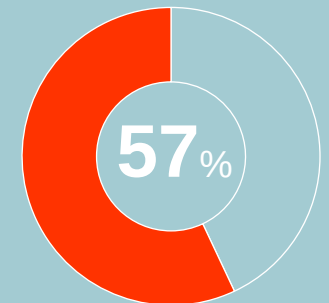


17

Werbekonzentration



albi
Granini
Rotbäckchen



57%



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Fruchtsäfte 2026

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

67 Fruchtsaft-Marken mit den höchsten Spendings

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

in 4 **Anbietergruppen**,
darunter Fruchtsafthersteller, Handel

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 73 PowerPoint-Seiten

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

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

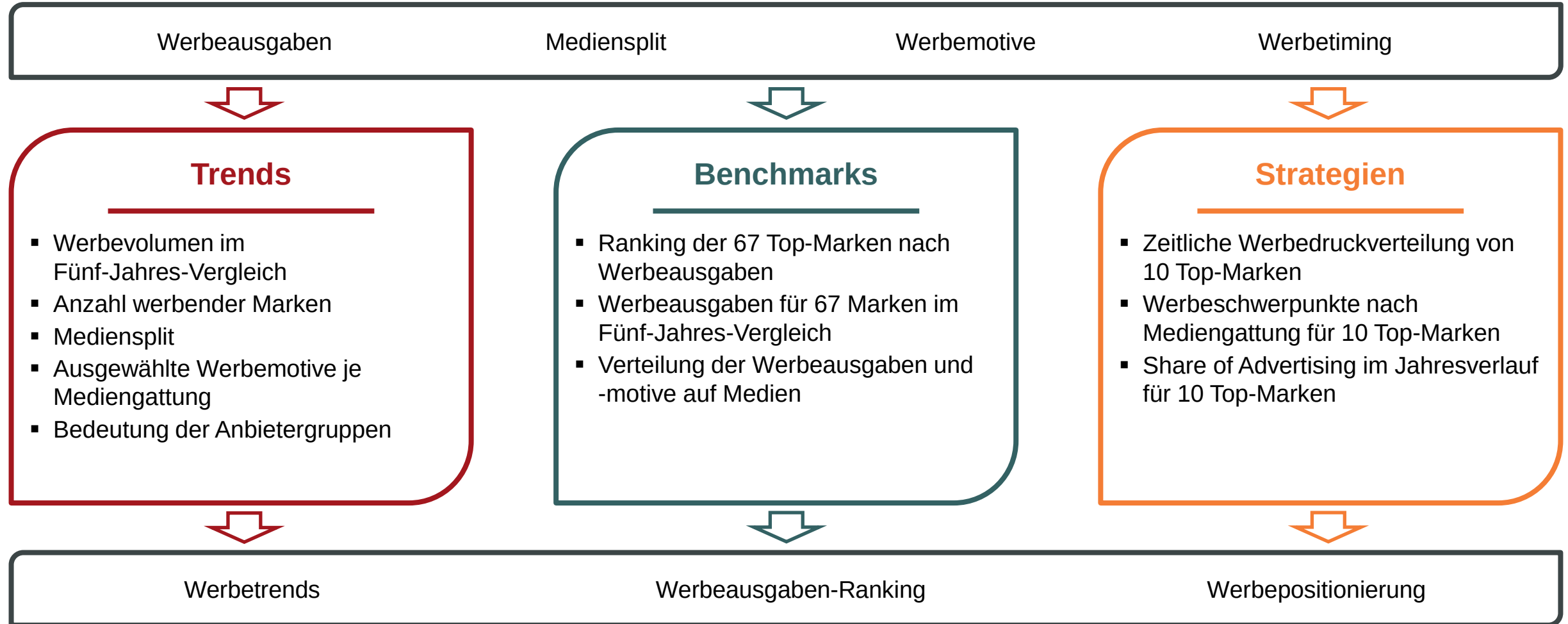
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- albi
- Granini
- Hohes C
- Innocent
- LiveFresh
- Rabenhorst
- Rapp's
- Rauch
- Rotbäckchen
- Voelkel
- + Spendings für 57 weitere Marken



Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

67

Fruchtsaft-Marken

4

Anbietergruppen

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 73 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 Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	19
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2025/2026	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	26
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	32
▪ Werbeausgaben-Rankings	33
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 67-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	45
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	53
	Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Anbietergruppen und Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤	Strategien	56
	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	68
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	Kontakt	72



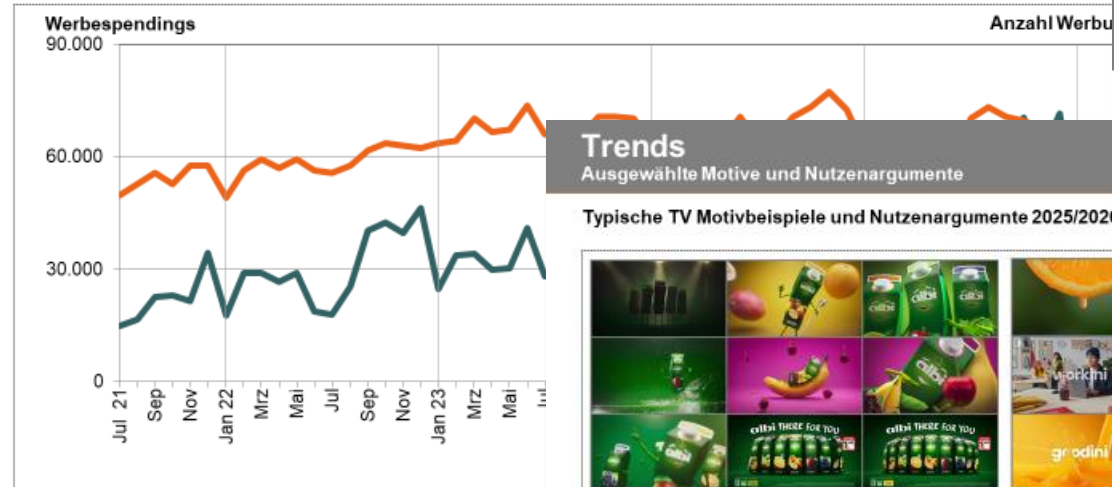
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

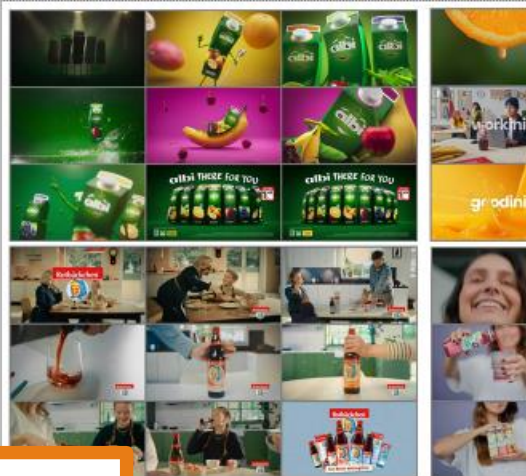
Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (Angaben in T€) und Anzahl der Werbungtreibenden



Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

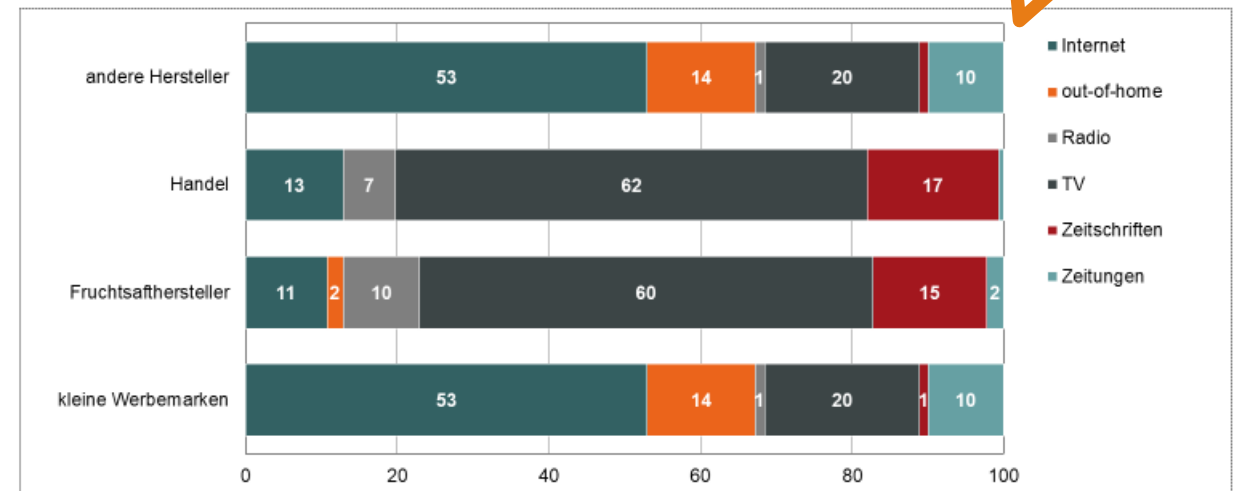
Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2025/2026



Trends

Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich

Anbietergruppen 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

Werbemarkanalyse
Fruchtsäfte 2026

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarkanalyse
Fruchtsäfte 2026

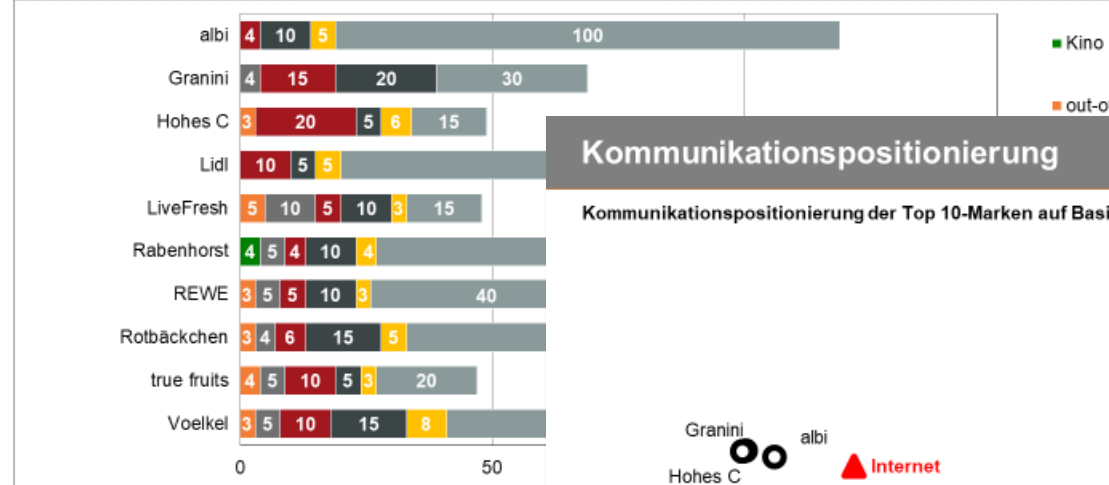
Analysebeispiele (3)

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

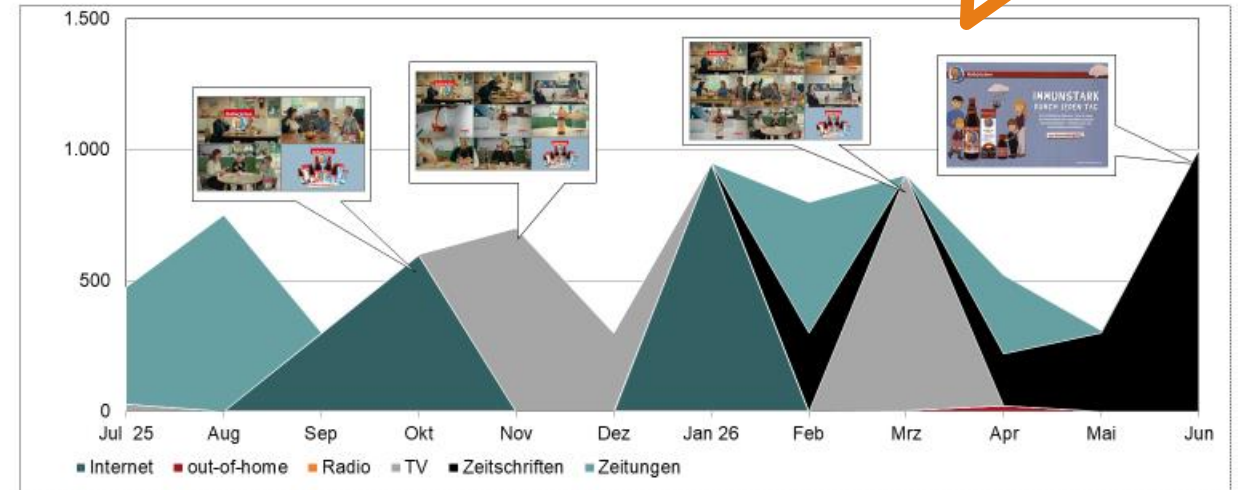
Kommunikationspositionierung der Top 10-Marken auf Basis



Strategien

Marke A

Marke A | Zeitliche Werbedruckverteilung 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?

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 Fruchtsäfte 2026**.

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

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:

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

Branche FMCG: Seit 2023 mehr als 30 Studien veröffentlicht.

