

+++ Café Royal +++ Dallmayr +++ Eduscho Gala +++ Jacobs +++ Lavazza +++ Melitta +++ Nescafé ++
+ Nespresso +++ Senseo +++ Tchibo +++ und weitere 40 Marken mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends ++

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Kaffee 2018

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

Dezember 2018

powered by:



Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Kaffeemarken innerhalb eines Jahres rund 150 Millionen Euro ausgegeben. Im Vergleich zum Vorjahr hat das Werbevolumen um 13 Prozent zugenommen.
- Im volumenstärksten Teilmarkt Kapseln sind die Werbeausgaben im Vorjahresvergleich enorm gestiegen und erreichen damit einen Fünf-Jahres-Peak.
- Im Durchschnitt werben 22 Marken pro Monat für Kaffee.
- Die Werbekonzentration der drei Topwerber summiert sich auf 54 Prozent.
- TV ist das Top-Werbemedium mit einem Anteil von 94 Prozent.
- Zehn Anbieter werben mit einem Volumen von über einer Millionen Euro, fünf davon haben ihre Werbeaktivitäten im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet.
- Der Erfolgsfaktor ‚Awareness‘ ist in der Branche der aktuell größte Schwachpunkt der qualitativen Werbeerfolgsk Faktoren.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Kaffee

2016/2017:
132 Mio €

2017/2018:
150 Mio €



Mediensplit



Radiowerber Nr. 1:
Eduscho Gala

7 Produktmärkte



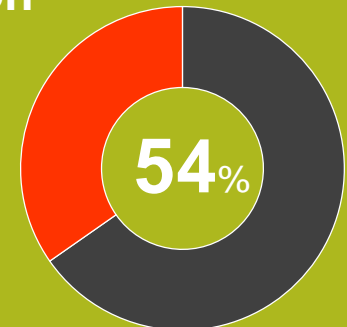
Top-Volumenmarkt:
Kapseln

größte Werbekonzentration
löslicher Kaffee

Werbekonzentration



Jacobs
Dallmayr
Nespresso



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Werbetrends für die **50 Kaffeemarken**
mit den höchsten Werbeausgaben

detaillierte **qualitative und quantitative Analyse** für 10 Top-Werber

in **sieben Produktmärkten**, darunter
Kapseln, Kaffee gemahlen/ganze Bohnen, Imagewerbung

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 173 PowerPoint-Seiten

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

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

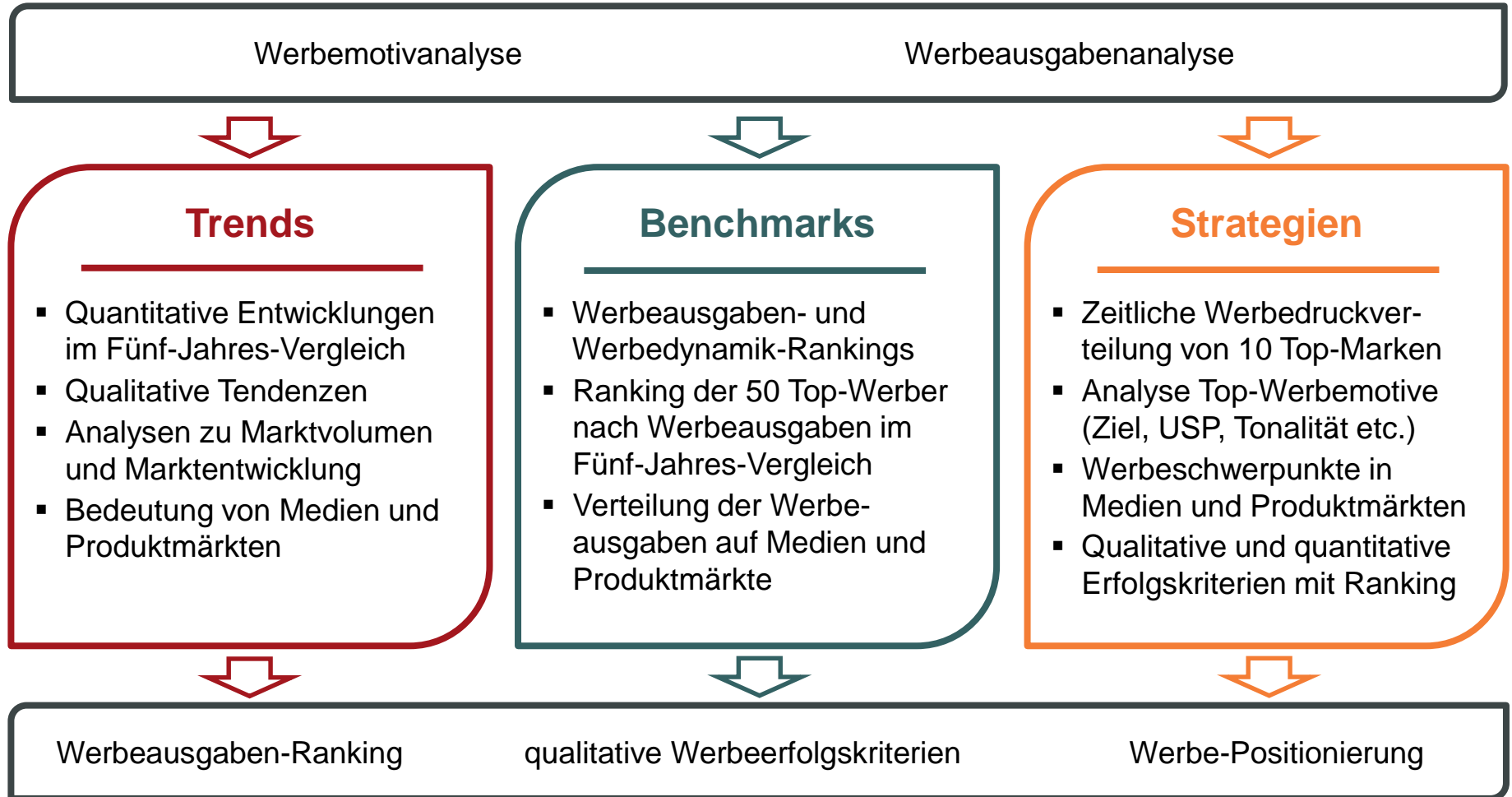
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- Café Royal
- Dallmayr
- Eduscho Gala
- Jacobs
- Lavazza
- Melitta
- Nescafé
- Nespresso
- Senseo
- Tchibo
- + Spendings
für 40 weitere
Marken

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

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

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten?
- welches sind die werbeintensivsten und /- dynamischsten Marken?
- mit welchen Motiven werben die Unternehmen?
- welche Entwicklungen sind in Produktmärkten zu erkennen?
- welche Werbestrategien nutzen zehn detailliert analysierte Marken?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10 Marken?
- mit welchen Slogans und/oder Motiven wird in der Werbung argumentiert?
- welche Zielsetzung, USPs, Tonalität etc. zeigen die Topmotive?
- welche Stärken / Schwächen zeigt die qualitative Motivanalyse auf?
- wie positionieren sich die Top-Marken im Werbemarkt?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 50 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in sieben Produktmärkten
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Qualitative Strategien & Motivanalyse von zehn Top-Marken
- Positionierungsanalyse Werbestrategie für zehn Top-Marken

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Internet (Bannerwerbung), Print, Radio und TV sowie der Werbemotive für diese Mediengattungen plus Kino und Outdoor. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**.

Preis der Studie: Die 173 Seiten umfassende Studie kostet **2.400 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	10
➤ Trends	16
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	20
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	24
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2017/2018	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	30
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbekonzentration 2017/2018	
▪ Qualitative Tendenzen	37
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2017/2018, aktuelle Trends 2017/2018, Top 3 in den Mediengattungen nach Werbeausgaben in 2017/2018	



Inhaltsverzeichnis

➤	Benchmarks	65
▪	Werbeausgaben-Rankings	74
	Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Top 60 Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪	Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im 5-Jahres-Vergleich	82
	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, Werbeverzicht in Monaten	
▪	Verteilung der Werbeausgaben/-Motive in den letzten zwölf Monaten	91
	Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Marken nach Produktgruppen in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10 Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	



Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	65
Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10 Marken durchgeführt: Werbeausgaben nach Produkten und Mediengattungen, zeitliche Werbedruckverteilung nach Produkten in den letzten 24 Monaten, Analyse Top-Werbemotive, Quantitative und qualitative Erfolgskriterien	
▪ Café Royal	74
▪ Dallmayr	82
▪ Eduscho Gala	91
▪ Jacobs	99
▪ Lavazza	107
▪ Melitta	115
▪ Nescafé	123
▪ Nespresso	131
▪ Senseo	139
▪ Tchibo	147
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	155
▪ Motiv-Highlights	161
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	165
➤ Kontakt	174

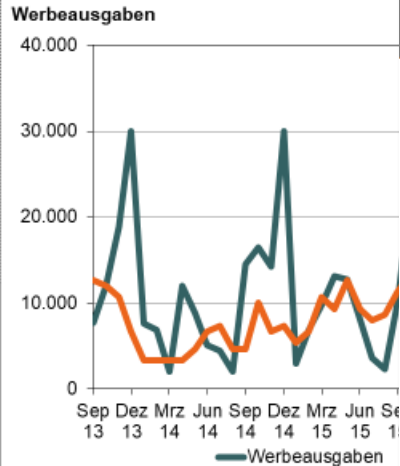
Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (Angaben in Tsd. €) und Anzahl der beworbenen Marken



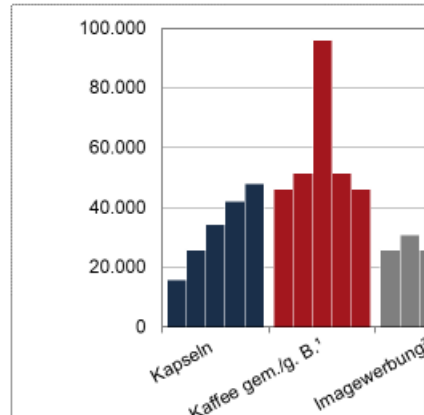
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Werbespendings aller Anbieter nach Produktmärkten im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Kai und Produktmarkt



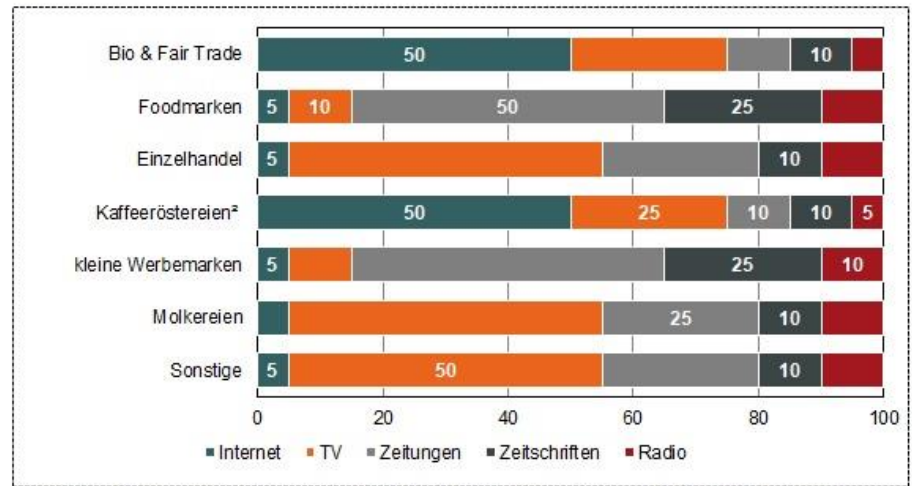
1. Balken pro Produkt
5. Balken pro Produkt

Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

Trends

Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich

Top Anbietergruppen im Mediensplit 2017/2018 (Angaben in % der Werbeausgaben)¹



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 fehlende Prozent aufgrund von Rundungen, 2 Kaffeeröstereien und -veredler



Werbemarktanalyse
Kaffee 2018

Welche Dynamik ist in den Produktmärkten erkennbar?

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 100 Marken nach Werbevolumen (letzter 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €				
		Sept. '13 – Aug. '14	Sept. '14 – Aug. '15	Sept. '15 – Aug. '16	Sept. '16 – Aug. '17	Sept. '17 – Aug. '18
11	Gourmesso	828.950	814.611	705.117	814.273	819.374
12	Lebensbaum	740.973	285.			
13	Mövenpick	639.159	509.			
14	Emmi	0	11.			
15	Rapunzel	15.000	21.			
16	Martermühle	126.960	103.			
17	Darboven	0	3.709.			
18	Kaffa	9.288	20.			
19	Krüger	190.098	416.			
20	Eilles	5.407	17.			

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

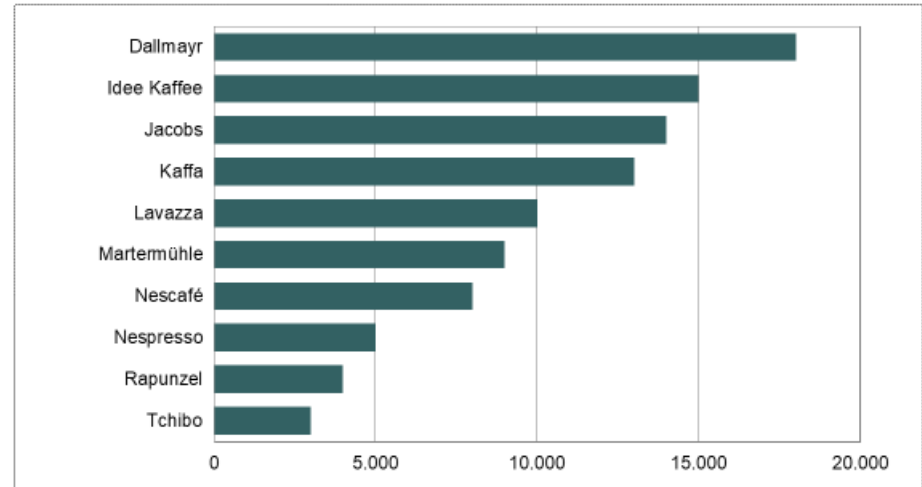


Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10 Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Ausgaben in Tsd. €)



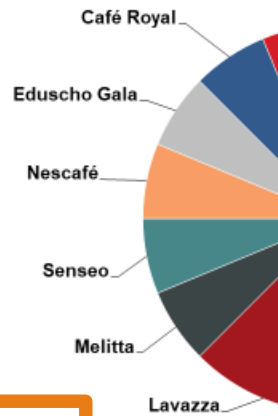
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Kaffee 2018

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

Share of Advertising der Top 10 Marken von:



Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Werbemarktanalyse Kaffee 2018

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Marke A | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

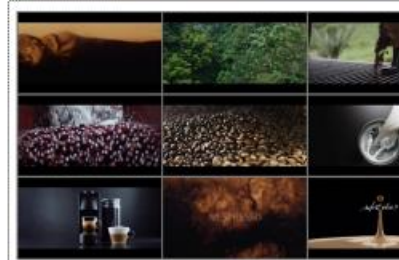
	Quantitativ
Werbeausgaben absolut in '17/'18	X.XXX.930 Mio. €, -XX,1% zu '16/'17, X,X% Anteil an d. ges. Branche (Rang 10)
Alleinstellung	Testimonial XXX, Kreationen für die ganze Familie; Gewinnspiel
Aufmerksamkeitsstärke	hoch durch XXXX; TV: dramatische Film-Musik & Pointe, Programm-sponsoring; Banner/FZ' eher mäßig
Design – Konsistenz	hoch durch corporate colour, packshots, Agentenfilm-Themen (Nebel, Smoking)

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital, 1 f



Strategien

Marke B | Analyse Top-Werbemotive



ZR	XX.- X1.201X	🕒	23:00h – 24:00h
AG	JWT Int.¹	UF	Spielfilm
MED	RTL	SCH	1.561
€	X.XXX.970 €	ZG	Nutzer von N
🎯	Image	TON	ästhetisch, r
USP	Entscheidungen für beste Qualität		

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital, 1 f

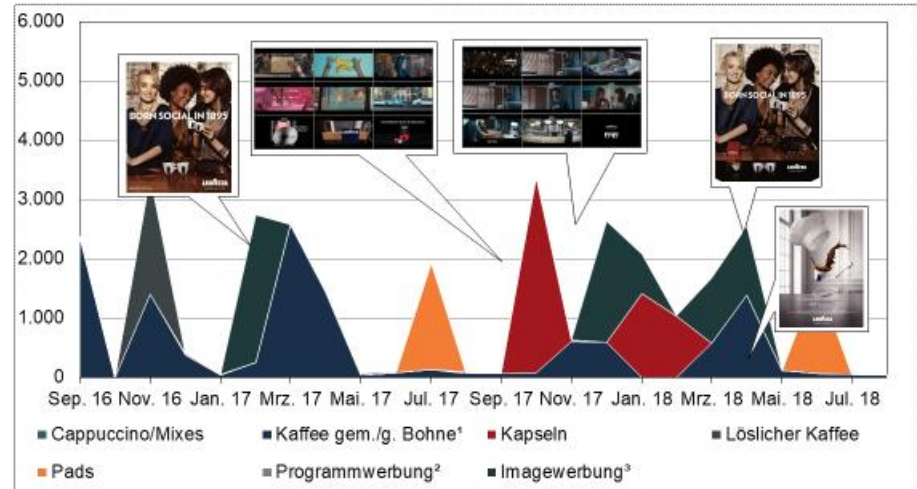


Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

Strategien

Marke C | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 24 Monaten nach Produktgruppen (in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital, 1 Kaffee gemahlen oder ganze Bohne, 2 Range- und Programmwerbung, 3 Sponsoring/ Image-/Firmenwerbung



Werbemarktanalyse Kaffee 2018

108

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien Markenranking

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

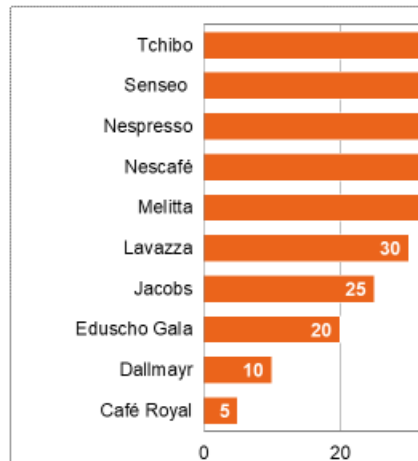
Marken	Awareness		Durchgängigkeit
	Alleinstellung	Aufmerksamkeit	
Café Royal	○○●	●○○○	●
Dallmayr	○○○	○○○○	●
Eduscho Gala	●○○○	○○●○	●
Jacobs	○○●	○○○○	●
Lavazza	○○○	●○○○	○
Melitta	●○○○	○○●○	●
Nescafé	○○●	○○○○	●
Nespresso	○○○	●○○○	○
Senseo	●○○○	○○●○	●
Tchibo	○○●	○○○○	●

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 D Werbeausgaben der Gesamtbranche im Analysezeitraum, 5 Share of



Strategien Markenranking

Markenranking (Angaben in %)



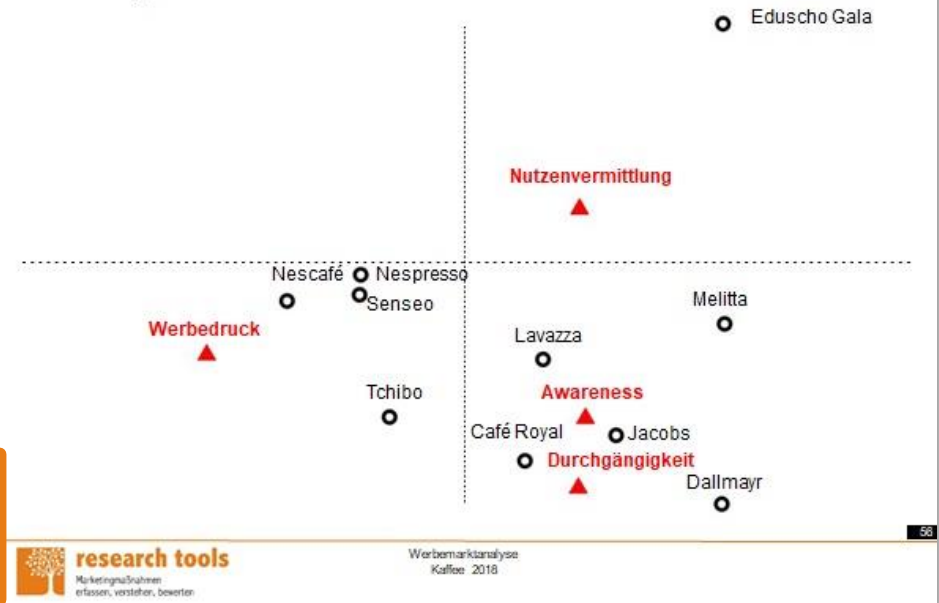
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 100%



Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

Kommunikationspositionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Marken



Werbemarktanalyse Kaffee 2018



Wo liegen im Wettbewerbsvergleich Stärken und Schwächen?

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 2.400 EUR zzgl. MwSt. die
Werbemarktanalyse Kaffee 2018.

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 zur Getränkebranche erschienen:

- Studie eVisibility Bier 2018
- Studie eVisibility Kaffee und Kaffeemaschinen 2018
- Studie eVisibility Weinhandel 2018
- Werbemarktanalyse Spirituosen 2017
- Werbemarktanalyse Milchprodukte 2017
- Werbemarktanalyse Kaffee 2016

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2016 über 50 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

