

+++ Dallmayr +++ Jacobs +++ Lavazza +++ Mönepick +++ My-Caps +++ Nescafé +++ Nespresso +++ Senseo
+++ Starbucks +++ Tchibo +++ und weitere 50 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ Dallmayr +

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Kaffee 2020

Werbeausgaben für 60 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Dezember 2020



powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Kaffee 2020

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die Anbieter von Kaffee (z.B. Cappuccino/Espresso, Filterkaffee gemahlen u. ganze Bohne, Kapseln für Kaffeesysteme) innerhalb eines Jahres fast 100 Millionen Euro ausgegeben.
- Das Werbevolumen ging innerhalb von zwölf Monaten um 22% zurück.
- Im volumenstärksten Teilmarkt Filterkaffee gemahlen und ganze Bohne sind die Werbeausgaben im Vorjahresvergleich erheblich gesunken.
- Im Durchschnitt werben 20 Marken pro Monat für ihre Produkte. Im saisonalen Verlauf ist die Anzahl der Werbungtreibenden starken Schwankungen unterworfen.
- TV ist das Top-Werbemedium. Zeitschriften-Werber Nummer eins ist Dallmayr.
- Elf Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro innerhalb der letzten zwölf Monate.
- Die Werbekonzentration fällt mit 56% Anteil der Top 3-Marken in der Branche hoch aus.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Kaffee

2018/2019:
128 Mio €

2019/2020:
99 Mio €

Mediensplit



Zeitschriften-Werber Nr. 1:
Dallmayr

7 Produktmärkte



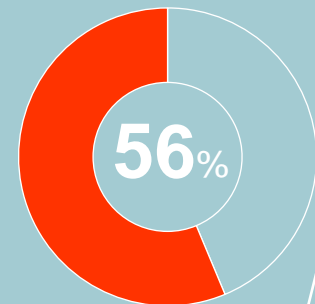
Top-Volumenmarkt:
Filterkaffee

Top-Aufsteigermarkt:
Kapseln f. Kaffeesys.

Werbekonzentration



Dallmayr
Lavazza
Tchibo



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

60 Kaffeemarken
mit den höchsten Spendings

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

in **7 Teilmärkten**, darunter Cappuccino/Espresso,
Filterkaffee gemahlen und ganze Bohne

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 65 PowerPoint-Seiten

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

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

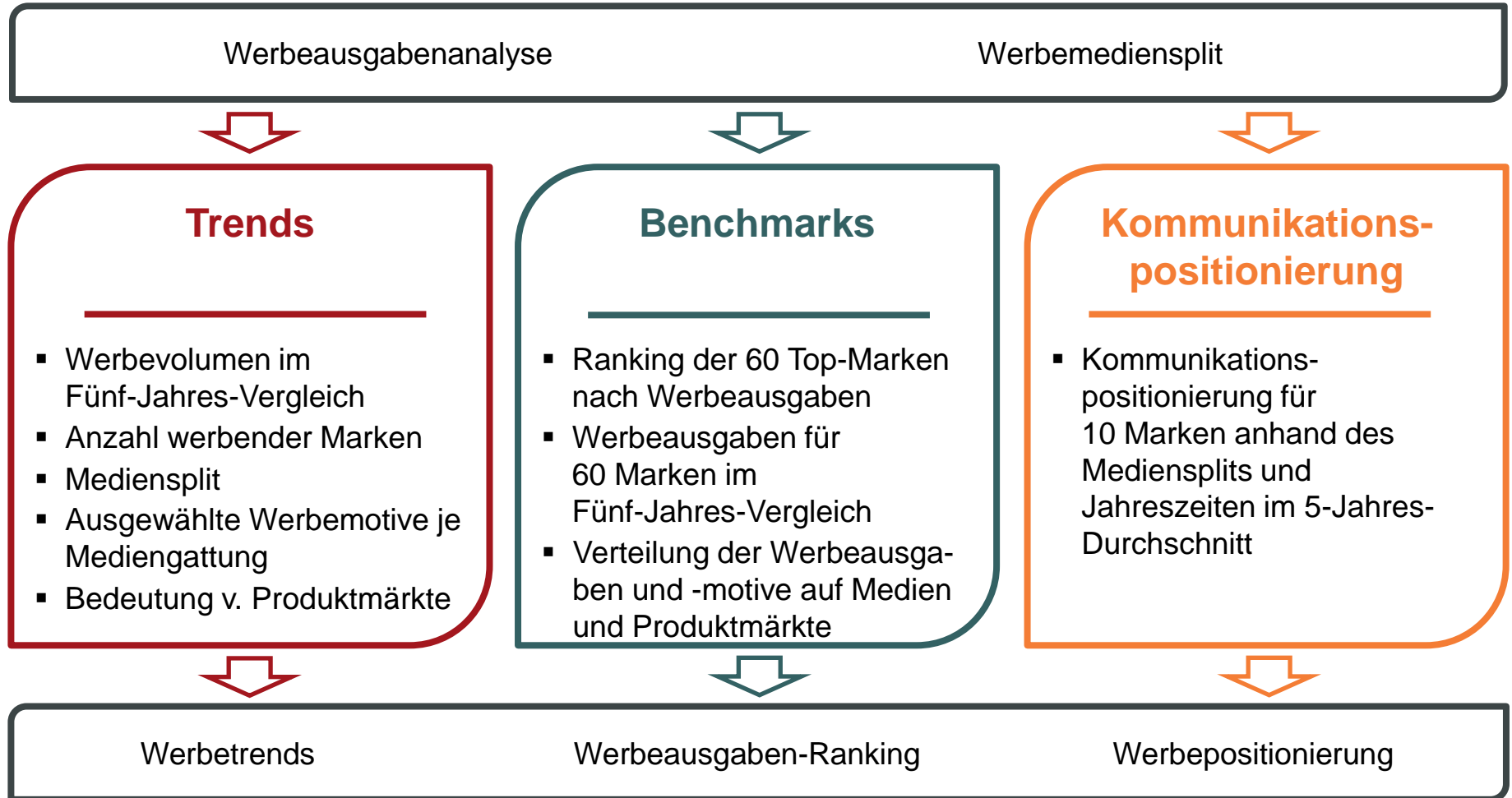
Nutzen: Analyse von Trends und Benchmarks ermöglichen
einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- Dallmayr
- Jacobs
- Lavazza
- Mövenpick
- My-Caps
- Nescafé
- Nespresso
- Senseo
- Starbucks
- Tchibo
- + Spendings für
50 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?
- welche Entwicklungen sind in den Produktmärkten zu erkennen?
- 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 60 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in 7 Produktmärkten
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Positionierungsanalyse auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten

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 65 Seiten umfassende Studie kostet **1.600 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	14
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	17
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	22
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2019/2020	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	29
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	

Inhaltsverzeichnis

➤	Benchmarks	36
	▪ Werbeausgaben-Rankings	39
	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	50
	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	
	▪ Verteilung der Werbeausgaben/-Motive in den letzten zwölf Monaten	57
	Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken nach Produktmärkten in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤	Kommunikationspositionierung	60
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	Kontakt	64



Analysebeispiele (1)

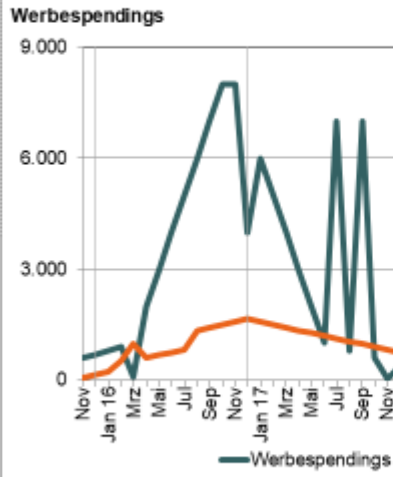
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische TV Beispiele und Nutzenargumente 2019/2020



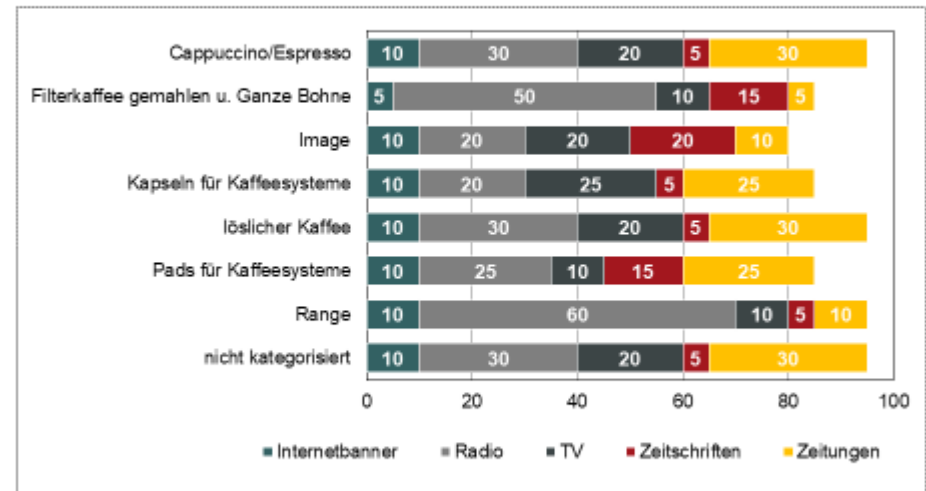
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2019/2020 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Kaffee D20

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

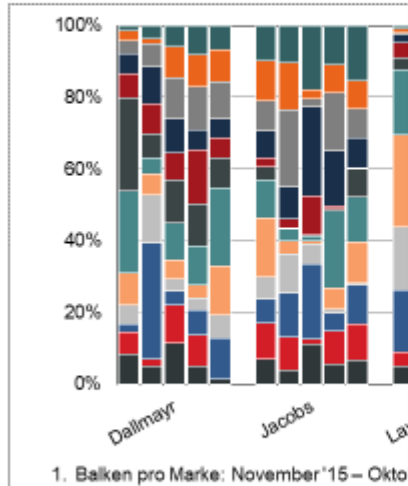
Analysebeispiele (2)

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 60-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Nov. '15 – Okt. '16	Nov. '16 – Okt. '17
11	Café Royal	1.000.000	1.000.000
12	Eduscho Gala	900.000	900.000
13	Eilles	800.000	800.000
14	Emmi	700.000	700.000
15	illy	600.000	600.000
16	Martermühle	500.000	500.000
17	Meister Kaffee	400.000	400.000
18	Melitta	300.000	300.000
19	Segafredo	200.000	200.000
20	Tassimo	100.000	100.000

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

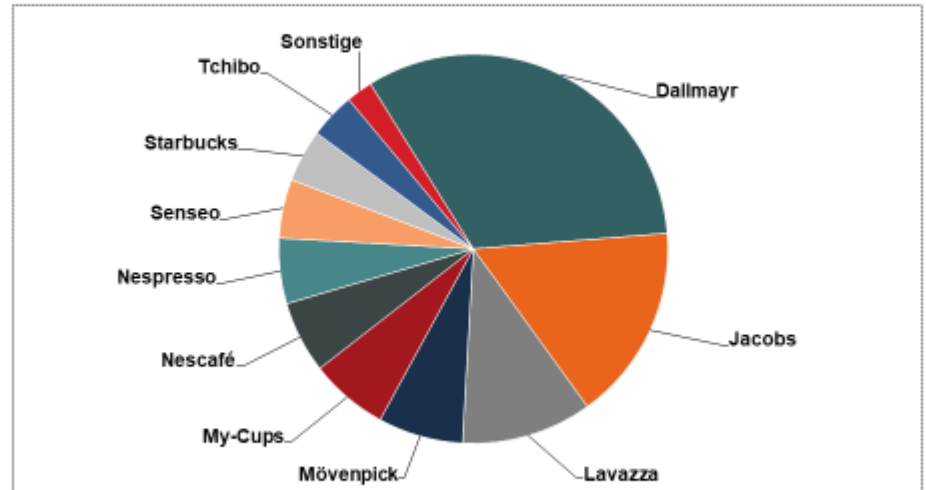


Welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von November 2019 bis Oktober 2020



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Kaffee 2020

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

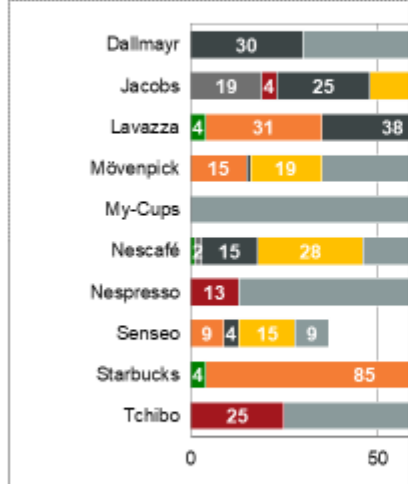
Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Mediensplit der Top 10-Marken

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 den 10-Marken auf Basis Mediensplit im 5-Jahres-Durchschnitt

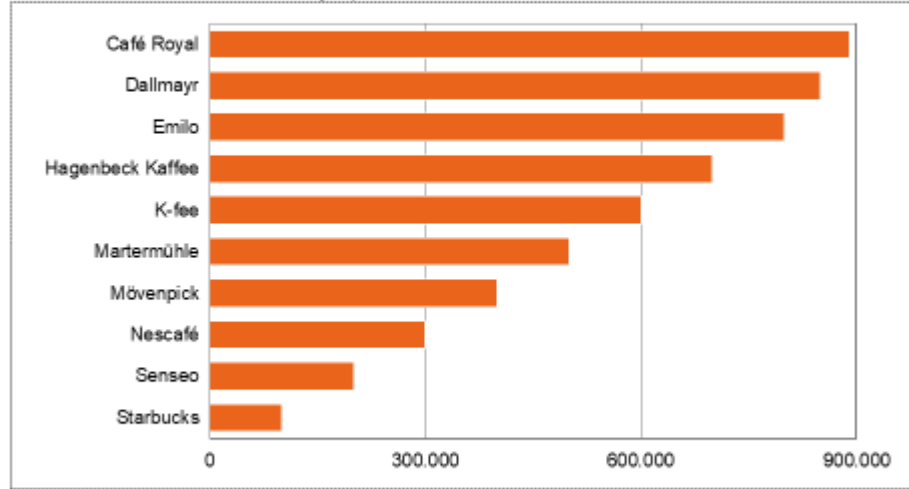


Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Kaffee 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 Kaffee 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 Getränke-Branche :

- Studie eVisibility Bier 2020
- Studie eVisibility Tee 2020
- Studie eVisibility Kaffee und Kaffeemaschinen 2020
- Werbemarktanalyse Fruchtsäfte 2020
- Studie eVisibility Weinhandel 2020
- Werbemarktanalyse Mineralwasser 2019

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2016 über 60 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

