

+++ Aromatico +++ Dallmayr +++ Eduscho +++ Jacobs +++ Lavazza +++ Melitta +++ Nespresso +++ Senseo +++ Tassimo +++ Tchibo +++ und weitere 60 Anbieter mit Werbeausgaben der letzten 5 Jahre +++ Aromatico +++ Dallmayr +++ Eduscho +++ Jacobs +++ Lavazza +++ Melitta +++ N

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Kaffee 2022

Werbeausgaben für 70 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

Dezember 2022

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Kaffee 2022

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Anbieter von Kaffee innerhalb eines Jahres rund 129 Millionen Euro ausgegeben.
- Im Durchschnitt werben 28 Marken pro Monat für ihre Produkte.
- Das Medium TV dominiert den Werbemarkt. Radio-Werber Nr. 1 ist Tchibo.
- Neun Marken werben mit einem Volumen von mehr als einer Million Euro innerhalb eines Jahres.
- Die Werbekonzentration liegt bei 64% Anteil der Top 3-Marken.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Kaffee

2021/2022
129 Mio. €



davon
33%
für

Cappuccino / Espresso

Mediensplit



Radio-Werber Nr. 1:
Tchibo

Werbungtreibende pro Monat im Ø



17/18

18/19

19/20

20/21

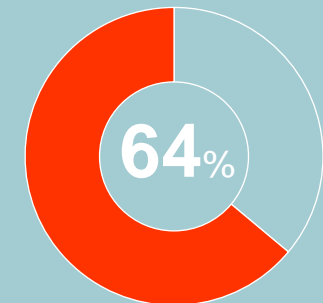
21/22

28

Werbekonzentration



Dallmayr
Jacobs
Lavazza



64%

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

70 Anbieter von Kaffee mit den höchsten Spendings

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

in **acht Produktmärkten**,
darunter Cappuccino/Espresso, Filterkaffee, Kapseln für Kaffeesysteme

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 86 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

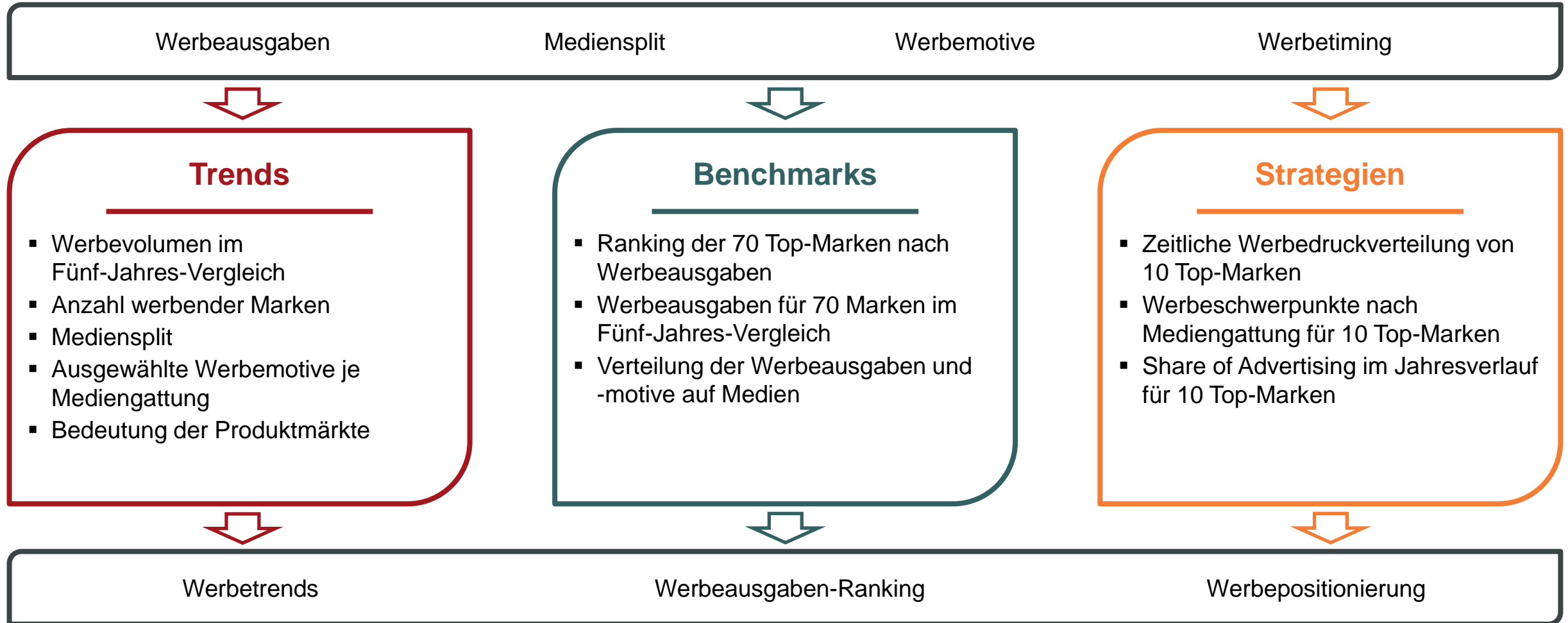
Im Detail analysierte Marken:

- Aromatico
- Dallmayr
- Eduscho
- Jacobs
- Lavazza
- Melitta
- Nespresso
- Senseo
- Tassimo
- Tchibo
- + 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?
- 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, in welchen Mediengattungen werben sie?
- welches sind die werbeintensivsten und -dynamischsten Marken?
- wie positionieren sich die Top-Marken im Mediensplit?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 70 Marken
- Werbespendings für 8 Produktmärkte
- Werbespendings für 6 Mediengattungen
- Kommunikationspositionierung für 10 Marken 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 86 Seiten umfassende Studie kostet **1.900 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 2021/2022	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	27
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	35
▪ Werbeausgaben-Rankings	36
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 im 5-Jahres-Vergleich	49
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	56
	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	
➤	Strategien	59
	Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen für die 10-Marken mit den höchsten Werbeausgaben, Share of Advertising der Top 10-Marken im Jahresverlauf	
➤	Kommunikationspositionierung	81
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	Kontakt	85



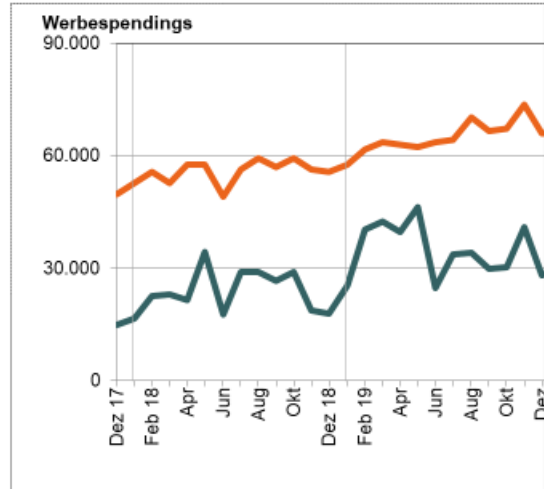
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

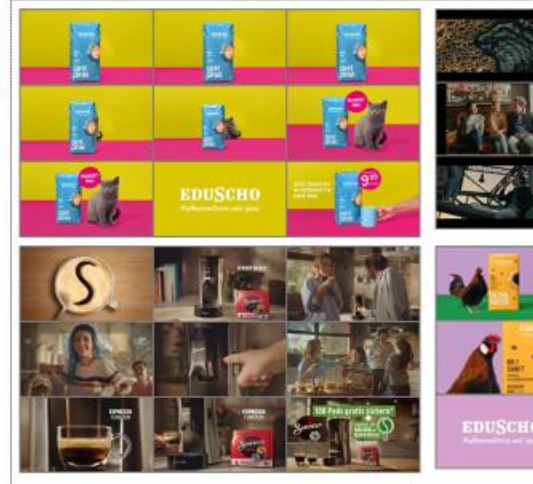
Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (Angaben in T€) und Anzahl der Werbungtreibenden



Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

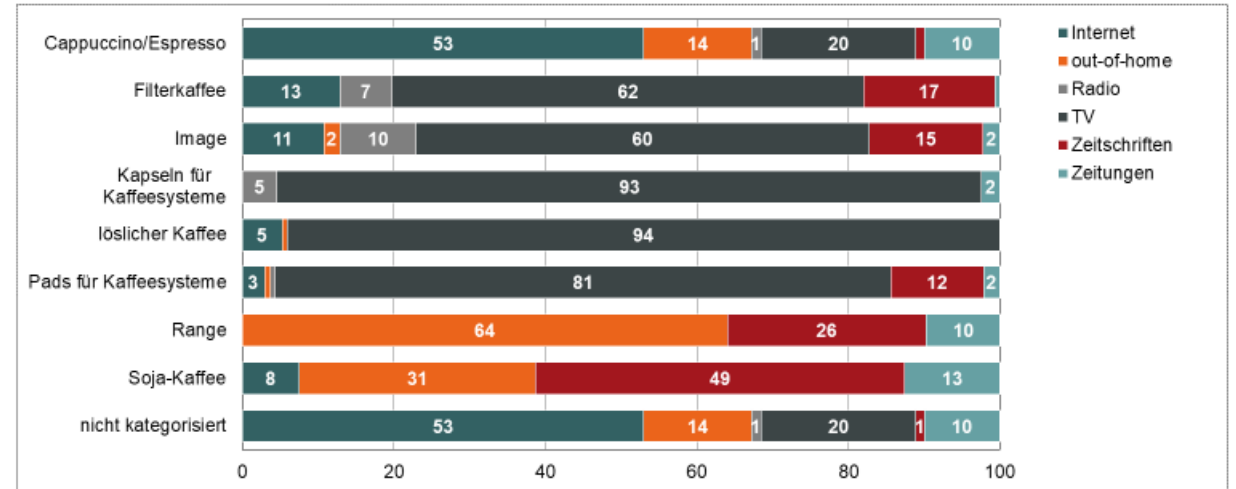
Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2021/2022



Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2021/2022 (Angaben in %)



Auf welchen Mediensplit setzen die Anbieter?

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Kaffee 2022

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

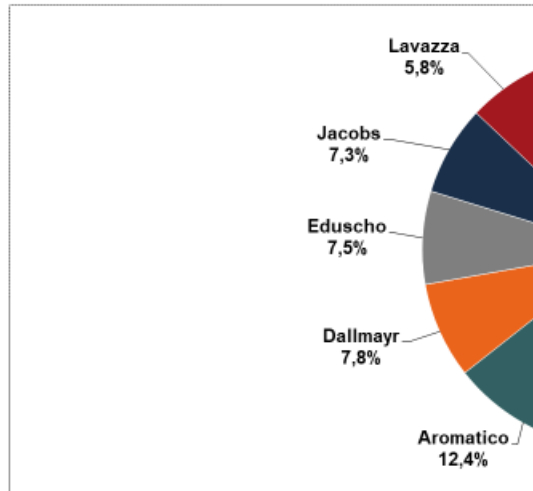
Benchmarks
Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 70-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Dez. '17 – Nov. '18	Dez. '18 – Nov. '19
11	Cafe Intencion	5.000.000	
12	Café Royal	2.400.800	
13	Caffè Lattesso	6.000.000	
14	Darboven	15.300.500	
15	Douwe Egberts	9.000.000	1
16	Eilles	3.260.800	
17	Lebensbaum	3.900.600	
18	Nescafé	2.100.800	
19	Schwiizer Schüümli	9.400.750	1
20	Starbucks	8.730.800	

Benchmarks
Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von Dezember 2021 bis November 2022



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)

Brand	Difference (T€)
Aromatico	~17.000
Blank Roast	~13.500
Cafe Intencion	~12.500
Dallmayr	~11.500
Darboven	~10.500
Douwe Egberts	~9.500
Eduscho	~8.500
Jacobs	~8.000
Schwiizer Schüümli	~7.500
Tassimo	~7.000

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Kaffee 2022

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

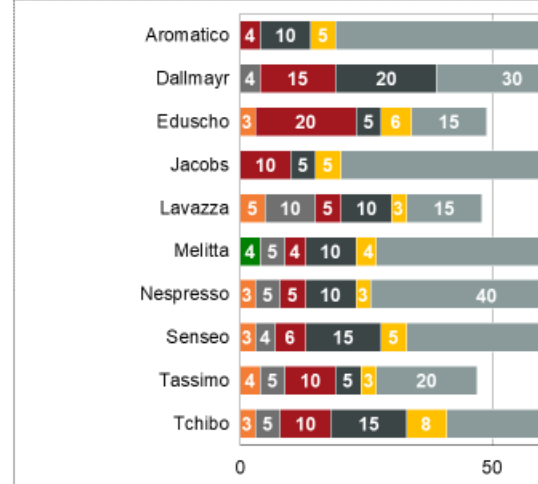
Analysebeispiele (3)

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 Mediensplit im 5-Jahres-Durchschnitt

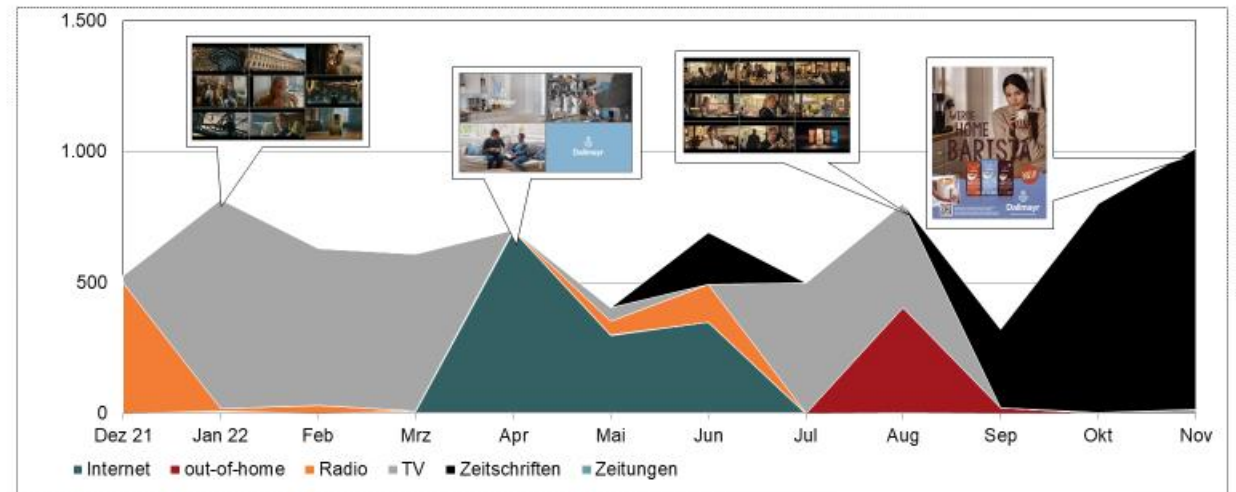


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

Strategien

Marke A

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



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 1.900 EUR zzgl. MwSt. die
Werbemarktanalyse Kaffee 2022.

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 Spezialist für Marketinganalyse, -controlling und -monitoring.

In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Zuletzt erschienene Studien zur Getränkebranche:

- Studie Social Media-Performance Mineralwasser 2022
- Studie eVisibility Bier 2022
- Studie eVisibility Tee 2022
- Studie eVisibility Kaffee und Kaffeemaschinen 2022
- Werbemarktanalyse Fruchtsäfte 2022
- Studie eVisibility Weinhandel 2022

Getränkebranche: seit 2016 mehr als 30 Studien veröffentlicht

