

+++ Ammerländer +++ Berchtesgadener Land +++ Dr. Oetker +++ Heumilch +++ Müller +++ Oatly ++ Sachsenmilch +++ Schwarzwaldmilch +++ Weihenstephan +++ Yakult und weitere 40 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ Ammerländer +++ Berchtesgadener Land +++ Dr.

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Milch- und Milchersatzprodukte 2025

Werbeausgaben für 50 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Oktober 2025

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Milch- und Milchersatzprodukte 2025

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



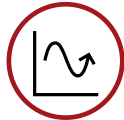
Welche der **50 Marken** sind die werbeintensivsten und -dynamischsten?



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
Milch- und Milchersatzprodukte 2025

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Milch- und Milchersatzprodukte

September 24-August 25

76 Mio. €



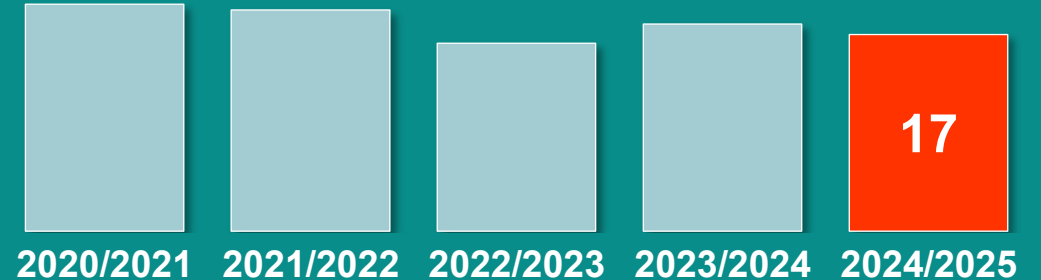
davon
90%
Im Produktmarkt
Milch-/ und
Molkegetränke

Mediensplit



Internet-Werber Nr. 1:
Ammerländer

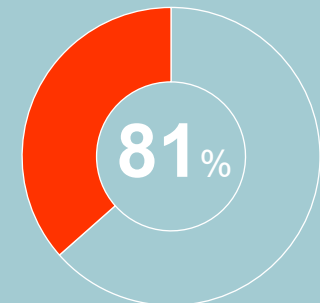
Werbungtreibende pro Monat im Ø



Werbekonzentration



**Dr. Oetker
Müller
Weihenstephan**



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Milch- und Milchersatzprodukte 2025

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

50 Milch- und Milchersatzprodukt-Marken mit den höchsten Spendings

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

in **3 Produktmärkten**,
darunter Milch-/Molkegetränke, Milchersatzprodukte

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 85 PowerPoint-Seiten

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

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

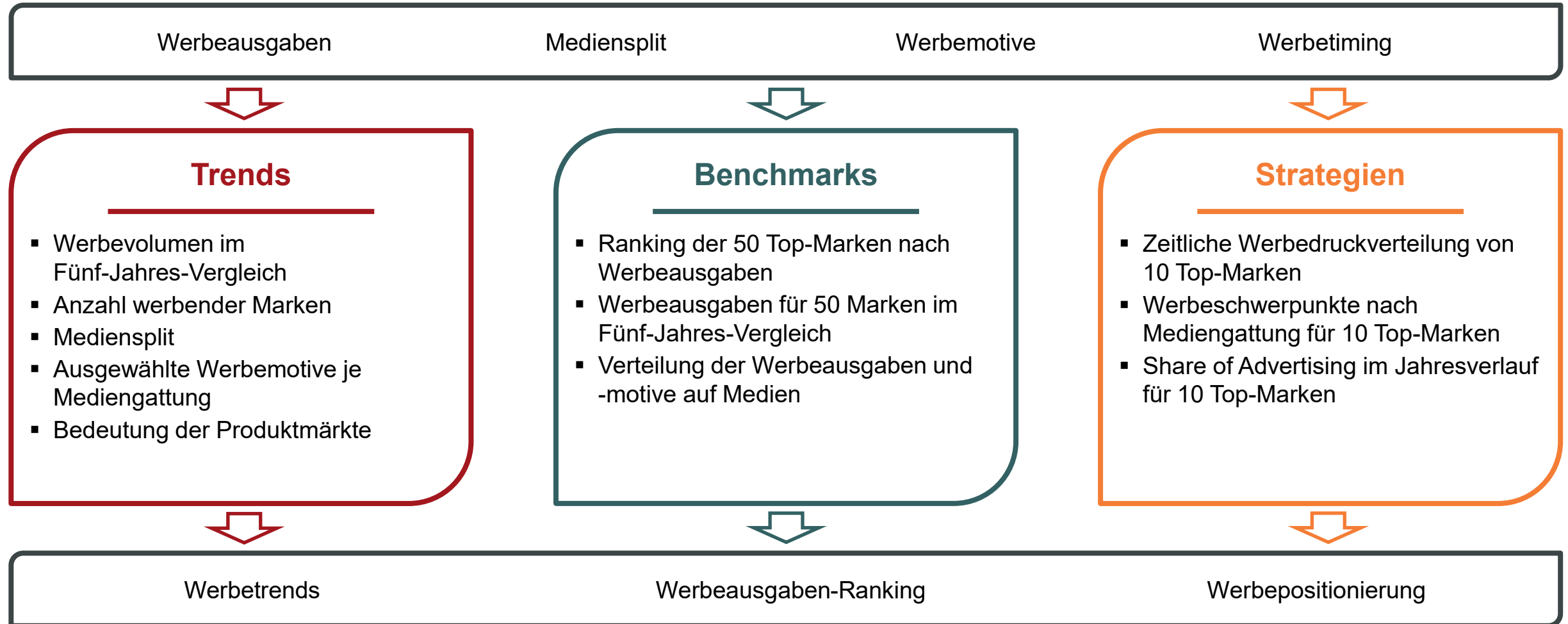
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- Ammerländer
- Berchtesgadener Land
- Dr. Oetker
- Heumilch
- Müller
- Oatly
- Sachsenmilch
- Schwarzwaldmilch
- Weihenstephan
- Yakult
- + Spendings für
40 weitere Marken



Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

50

Milch- und
Milchersatzprodukte-
Marken

3

Produktmärkte

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 85 Seiten umfassende Studie kostet **2.200 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Milch- und Milchersatzprodukte 2025

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 2024/2025	
▪ 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 50-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	47
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	



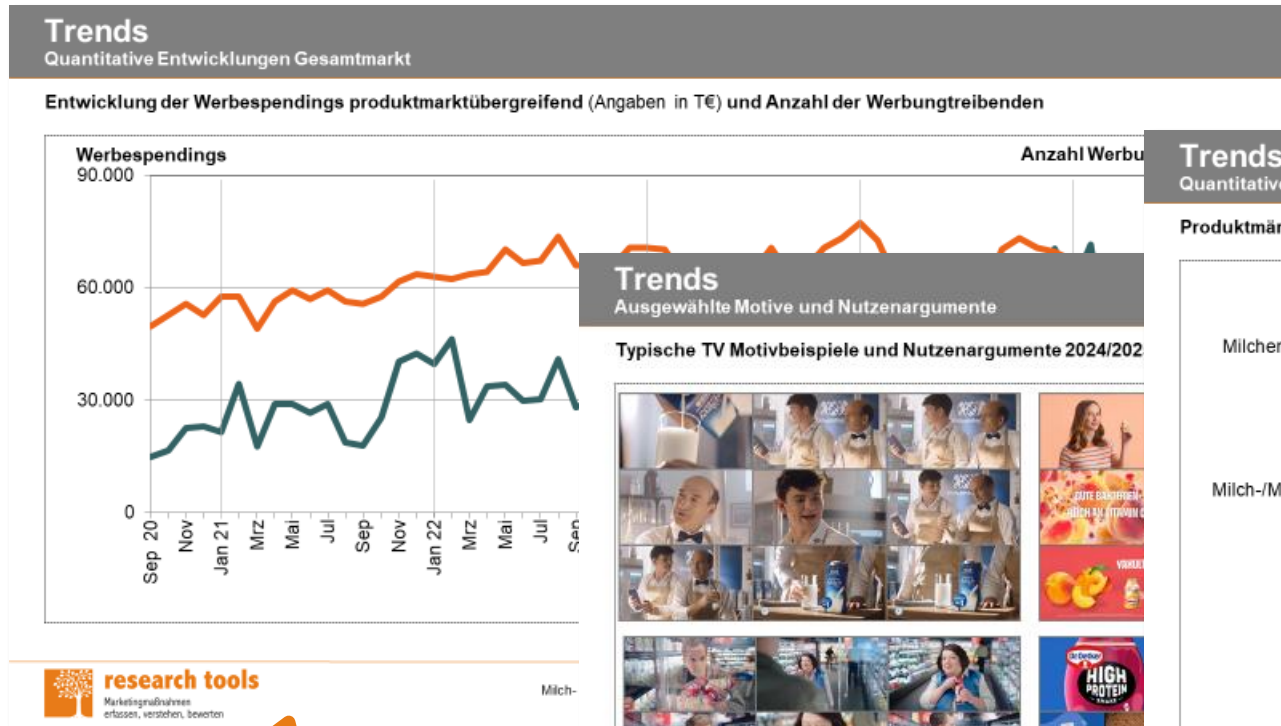
Inhaltsverzeichnis

▪	Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten	55
	Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Produktmärkte und Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤	Strategien	58
	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	80
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	Kontakt	84

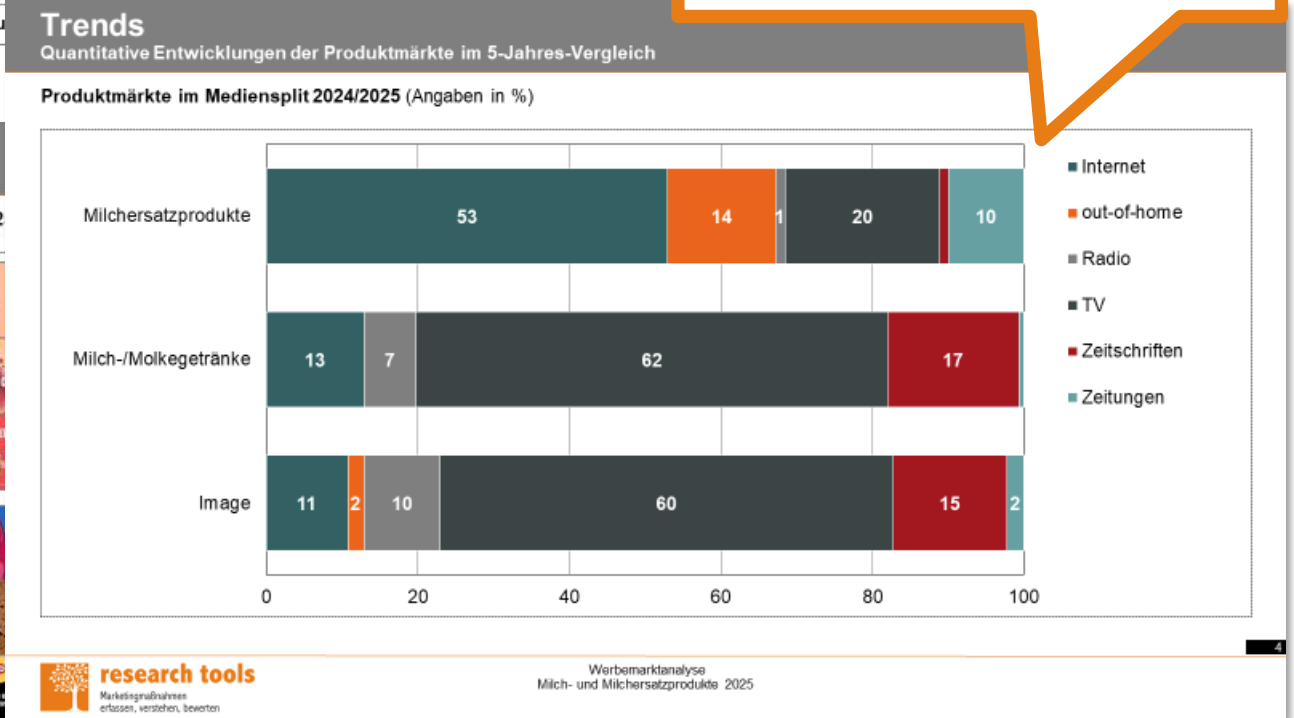


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



Auf welchen Mediensplit setzen die Marken?



Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

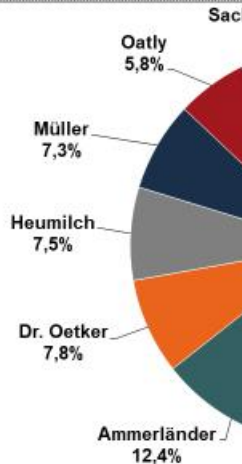
Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 50-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €				
		Sep. '20 – Aug. '21	Sep. '21 – Aug. '22	Sep. '22 – Aug. '23	Sep. '23 – Aug. '24	Sep. '24 – Aug. '25
11	Alpro	5.000.000	7.000.000	0	1.634.000	15.136.077
12	Andechser Natur	2.400.800				
13	Arla	6.000.000				
14	Berchtesgadener Land	15.300.500				
15	Cremo	9.000.000	1			
16	Dennree	3.260.800				
17	Milchwerke Schwaben	3.900.600				
18	MinusL Lactosefrei	5.000.000				
19	Schwarzwaldmilch	2.400.800				
20	YFood	3.260.800				

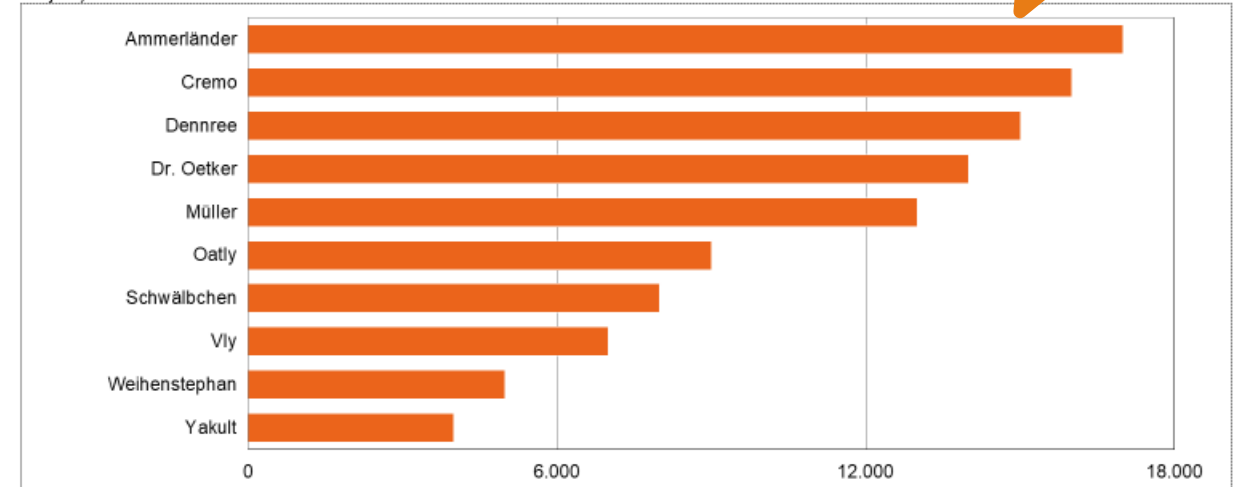
Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von September 202



Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

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



Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

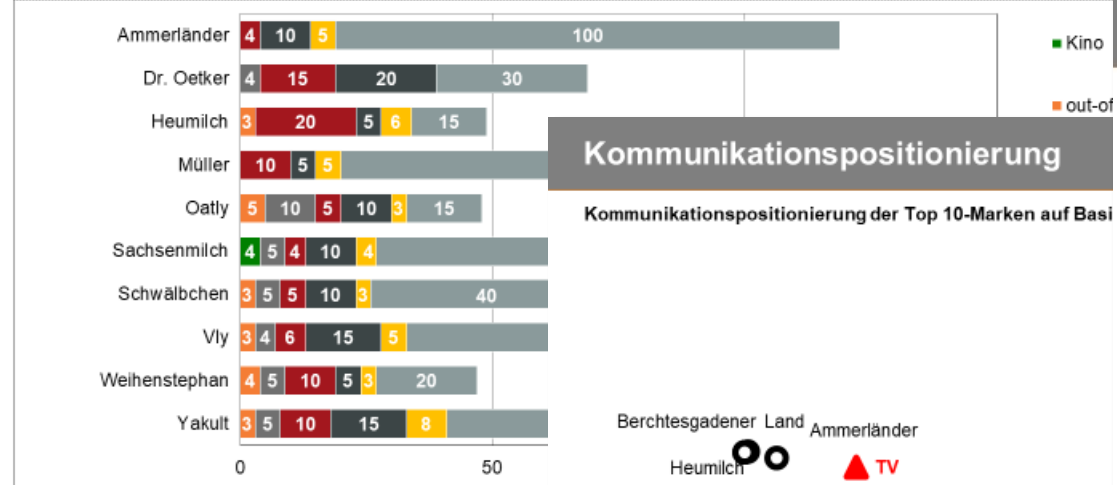
Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

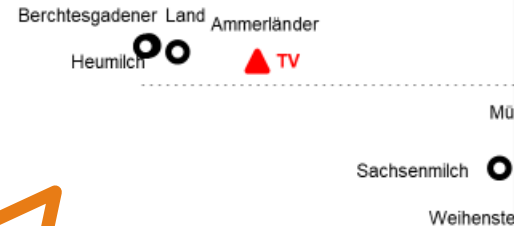
Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten

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

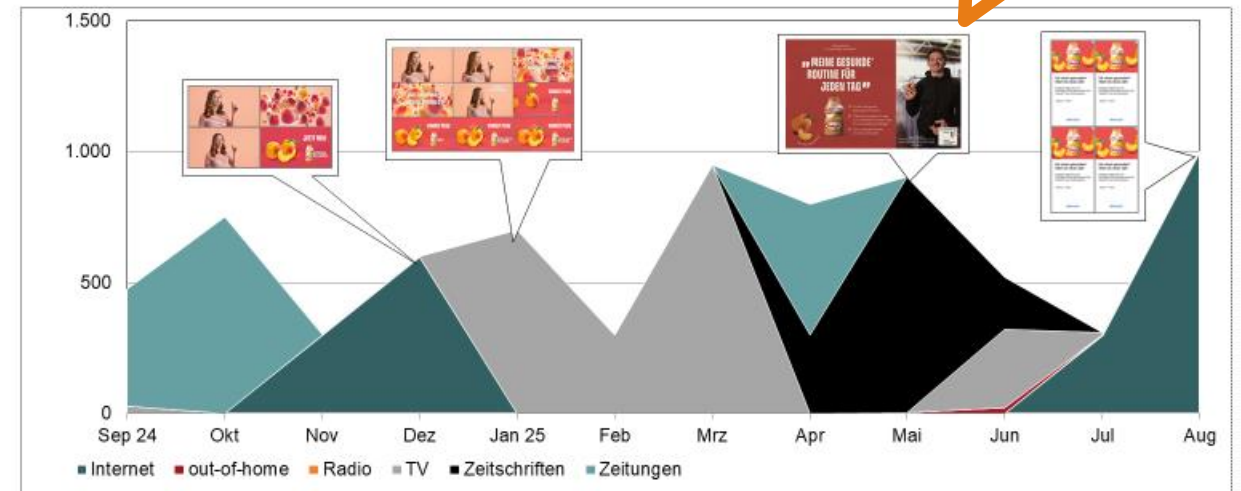


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

Strategien

Marke A

Marke A | Zeitliche Werbedruckverteilung 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 2.200 EUR zzgl. MwSt. die **Werbemarktanalyse Milch- und Milchersatzprodukte 2025**.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Milch- und Milchersatzprodukte 2025

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 2022 über 80 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur Branche:

- Werbemarktanalyse Mineralwasser 2025
- Werbemarktanalyse Kaffee 2025
- Studie eVisibility Bier 2024
- Studie eVisibility Tee 2024
- Studie Social Media-Performance Brauereien 2024
- Werbemarktanalyse Fruchtsäfte 2024

Branche FMCG: Seit 2022 mehr als 40 Studien veröffentlicht.

