

+++ Dom Pérignon +++ Freixenet +++ Fürst von Metternich +++ Geldermann +++ Laurent-Perrier +++ Mionetto +++ Moët & Chandon +++ Mumm & Co. +++ Rotkäppchen +++ Ruinart +++ und weitere 40 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ Dom Pérignon +++ Freixenet +++ Fürst

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Sekt 2026

Werbeausgaben für 50 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Januar 2026



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Sekt 2026

powered by:



©Julia Larson/pexels.com

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



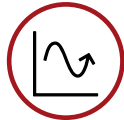
Welche der **50 Marken** sind die werbeintensivsten und -dynamischsten?



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



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



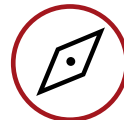
Wie **verteilen** die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?



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?

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Sekt

Januar 25-Dezember 25

36 Mio. €



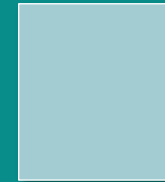
davon
12%
im Produktmarkt
Champagner

Mediensplit



Internet-Werber Nr. 1:
Rotkäppchen

Werbungtreibende pro Monat im Ø



2021

2022

2023

2024

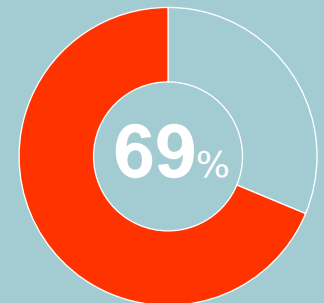
12

2025

Werbekonzentration



**Fürst von Metternich
Mumm & Co.
Rotkäppchen**



69%

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

50 Sekt-Marken mit den höchsten Spendings

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

in 6 **Produktmärkten**,
darunter Champagner, Sekt

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 82 PowerPoint-Seiten

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

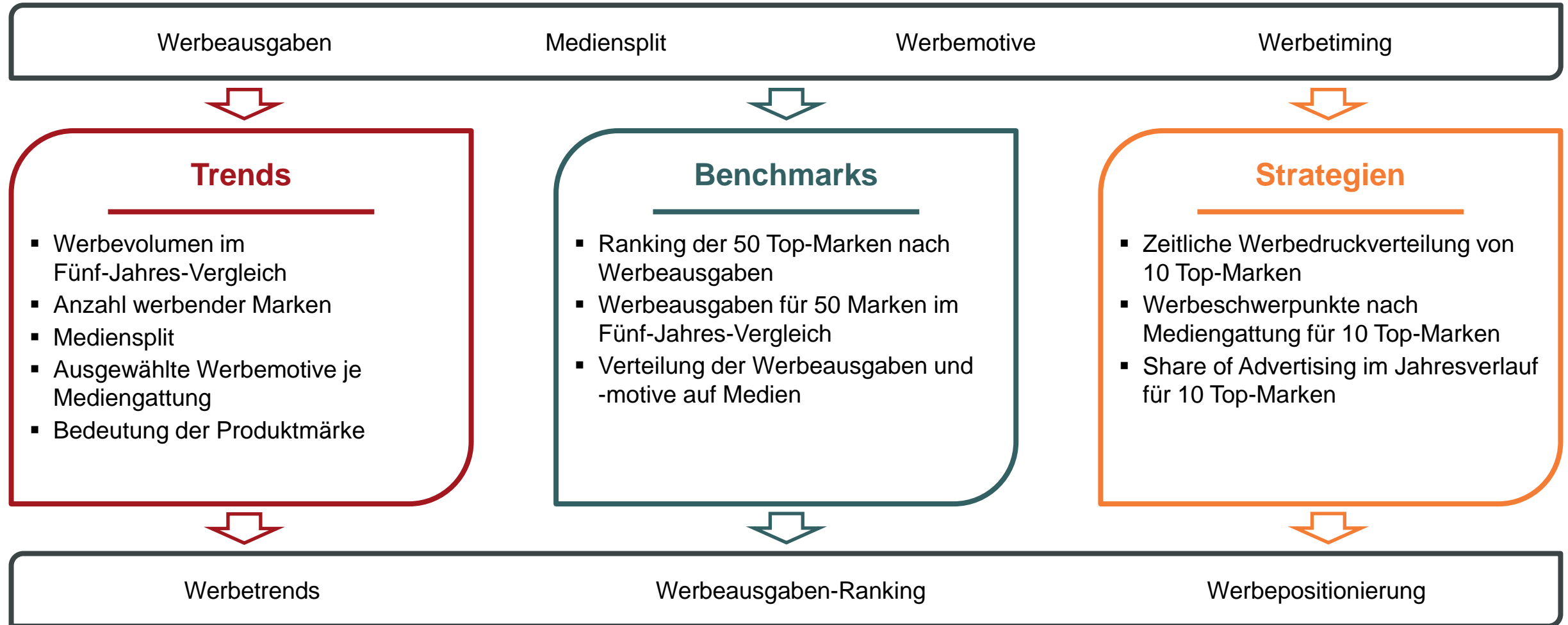
die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

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

Im Detail analysierte Marken:

- Dom Pérignon
- Freixenet
- Fürst von Metternich
- Geldermann
- Laurent-Perrier
- Mionetto
- Moët & Chandon
- Mumm & Co.
- Rotkäppchen
- Ruinart
- + Spendings für
40 weitere Marken

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

50

Sekt-Marken

6

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 82 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 Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich	20
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2025	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	27
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	32
▪ Werbeausgaben-Rankings	33
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	44
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	52
	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	55
	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	77
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	Kontakt	81



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 €				
		Jan. '21 – Dez. '21	Jan. '22 – Dez. '22	Jan. '23 – Dez. '23	Jan. '24 – Dez. '24	Jan. '25 – Dez. '25
11	Aimery Sieur d'Arques	5.000.000	7.000.000	0	1.634.000	15.136.077
12	Champagne Claudia Cherki	2.400.800				
13	Henkell	6.000.000				
14	Louis Roederer	15.300.500				
15	Manufaktur Jörg Geiger	9.000.000	1			
16	Nymphenburg	3.260.800				
17	Perrier Jouët	3.900.600				
18	Pommery	5.000.000				
19	Van Nahmen	2.400.800				
20	Weingut Ferrari	3.260.800				

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von Januar 2025 bis

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

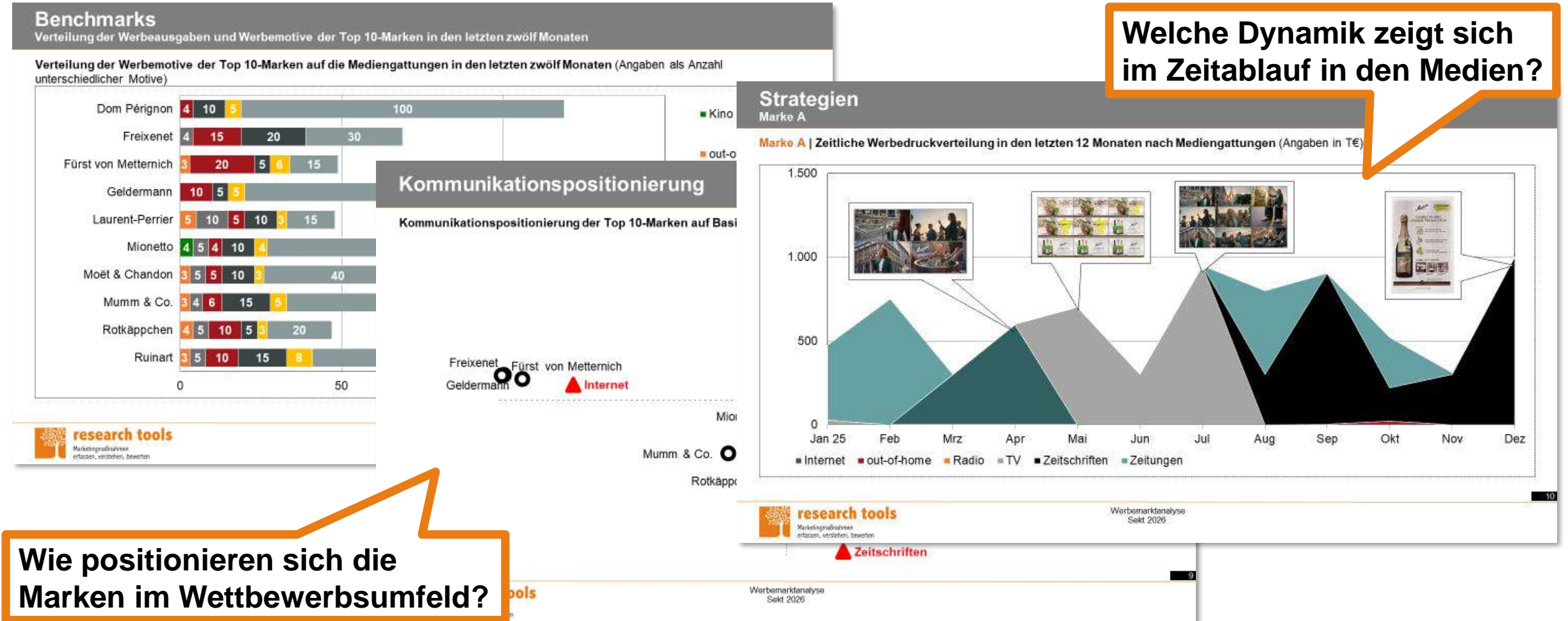
research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



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 Sekt 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 arbeitet research tools für rund 80 FMCG-Marken. Im Bereich Getränke hat research tools bereits mehr als 50 Studien veröffentlicht.

In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind allein seit 2022 über 50 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur Getränkebranche:

- Werbemarktanalyse Spirituosen 2025
- Studie Social Media Ad Perception Bier 2025
- Werbemarktanalyse Mineralwasser 2025
- Werbemarktanalyse Kaffee 2025
- Studie eVisibility Tee 2024
- Studie Social Media-Performance Brauereien 2024

Branche FMCG: Seit 2022 mehr als 40 Studien veröffentlicht.

