

+++ Avoury +++ Fuze +++ Gerolsteiner +++ Klosterfrau +++ Meßmer +++ Pukka +++ Salus +++ Tee Gschwendner +++ Teekanne +++ Volvic +++  
+ und weitere 70 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ Avoury +++ Fuze +++ Gerolsteiner +++ Klosterfrau +++ Meßmer +++ Pukka +++

Studiensteckbrief

# Werbemarktanalyse Tee 2023

Werbeausgaben für 80 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Juni 2023

powered by:



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief  
Werbemarktanalyse Tee 2023

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Anbieter von Tee innerhalb eines Jahres über 62 Millionen Euro ausgegeben.
- Auf den Produktmarkt Eistee entfallen 31% der Gesamtausgaben.
- Im Durchschnitt werben 26 Marken pro Monat für ihre Produkte.
- Das Medium TV dominiert den Werbemarkt. Internetwerber Nr. 1 ist Tee Gschwendner.
- Zehn Marken werben mit einem Volumen von mehr als einer Million Euro innerhalb eines Jahres.
- Die Werbekonzentration liegt bei 53% Anteil der Top 3-Marken.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Werbevolumen Tee

Mai 22-Apr. 2023

**62 Mio. €**



davon  
**31%**  
für Eistee

### Mediensplit

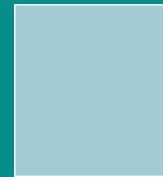


Internet-Werber Nr. 1:  
**Tee Gschwendner**

### Werbungtreibende pro Monat im Ø



18/19



19/20



20/21



21/22



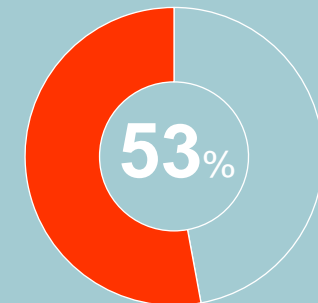
26

22/23

### Werbekonzentration



Fuze  
Meßmer  
Teekanne



53%

# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

**80 Anbieter von Tee** mit den höchsten Spendings

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

in **sechs Produktmärkten**, darunter Arzneitee, Eistee, Tee

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

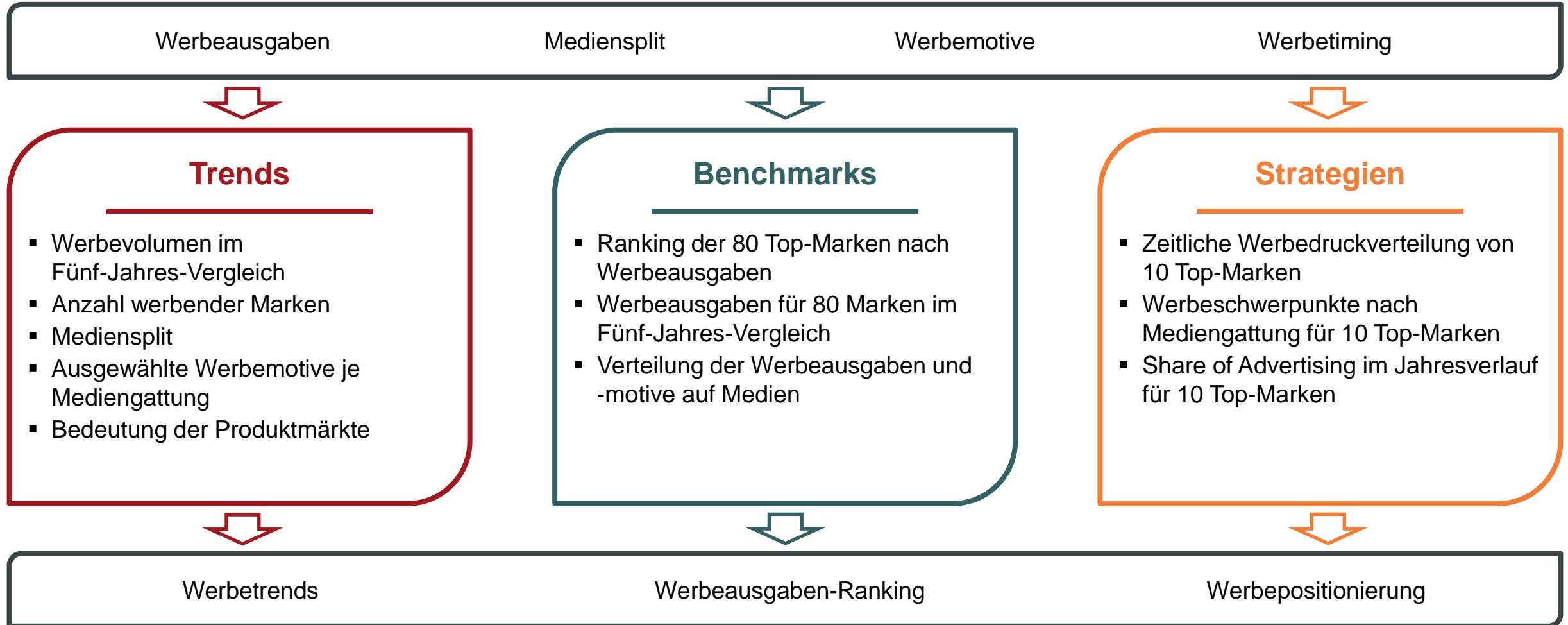
## Im Detail analysierte Marken:

- Avoury
- Fuze
- Gerolsteiner
- Klosterfrau
- Meißner
- Pukka
- Salus
- Tee Gschwendner
- Teekanne
- Volvic
- + Spendings für  
70 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 80 Marken
- Werbespendings für 6 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 **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 2022/2023	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	27
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	34
▪ Werbeausgaben-Rankings	35
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 80-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





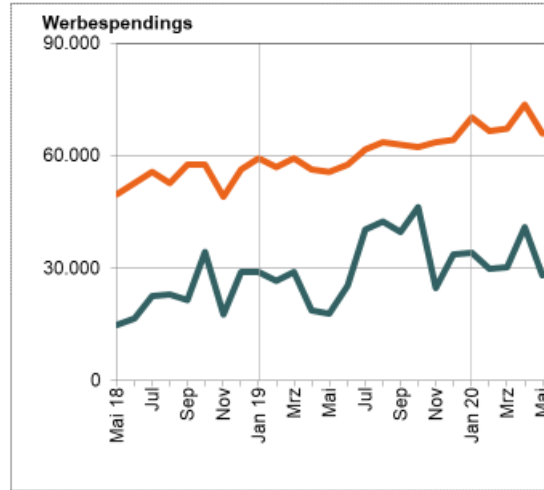
# Analysebeispiele (1)

## 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

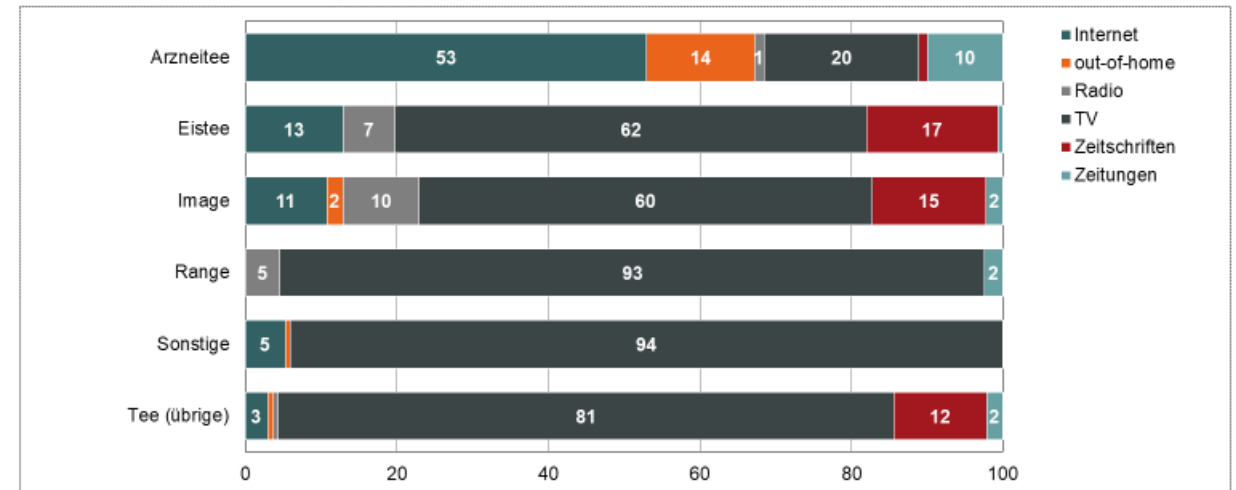
Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2022/2023



### Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2022/2023 (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

Werbemarktanalyse Tee 2023

### research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

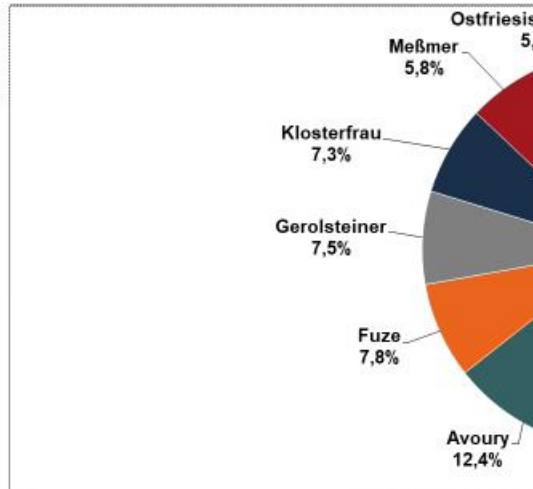
### Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 80-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Mai '18 – Apr. '19	Ma Ap
11	Bad Heilbrunner	5.000.000	
12	Basen Aktiv	2.400.800	
13	Cupper	6.000.000	
14	Femaviva	15.300.500	
15	Lebensbaum	9.000.000	1
16	Lidl	3.260.800	
17	Millford	3.900.600	
18	Salus	2.100.800	
19	Sidroga	9.400.750	1
20	Yogi Tea	8.730.800	

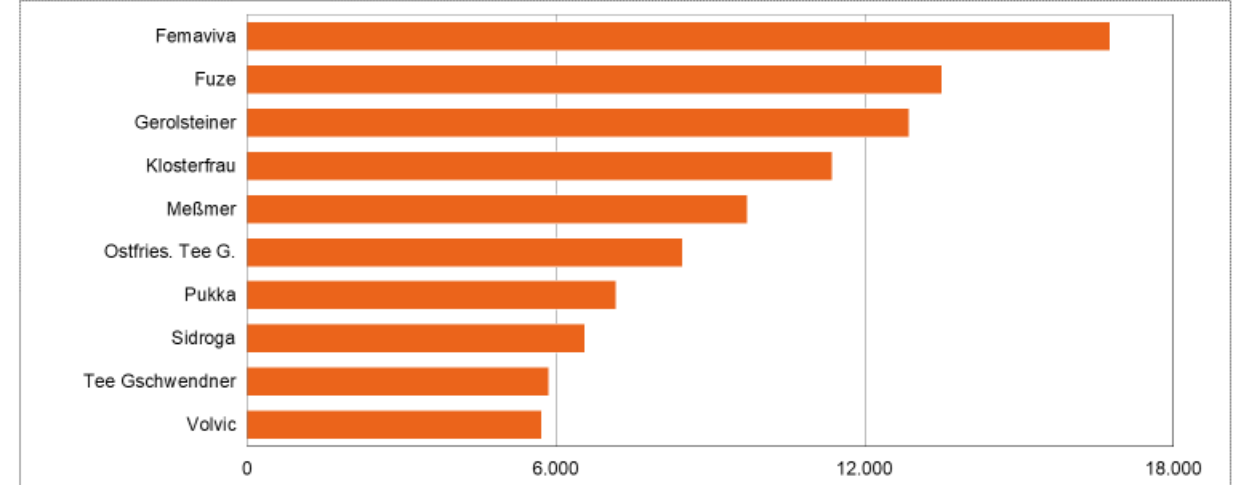
### Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von Mai 2022 bis April 2023



### Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

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



Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarkanalyse  
Tee 2023

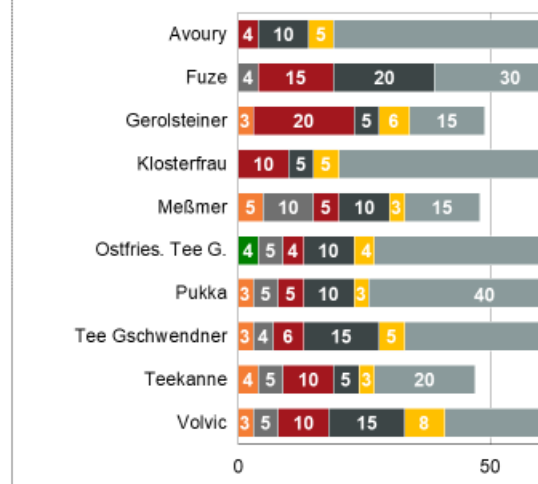
# Analysebeispiele (3)

## 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

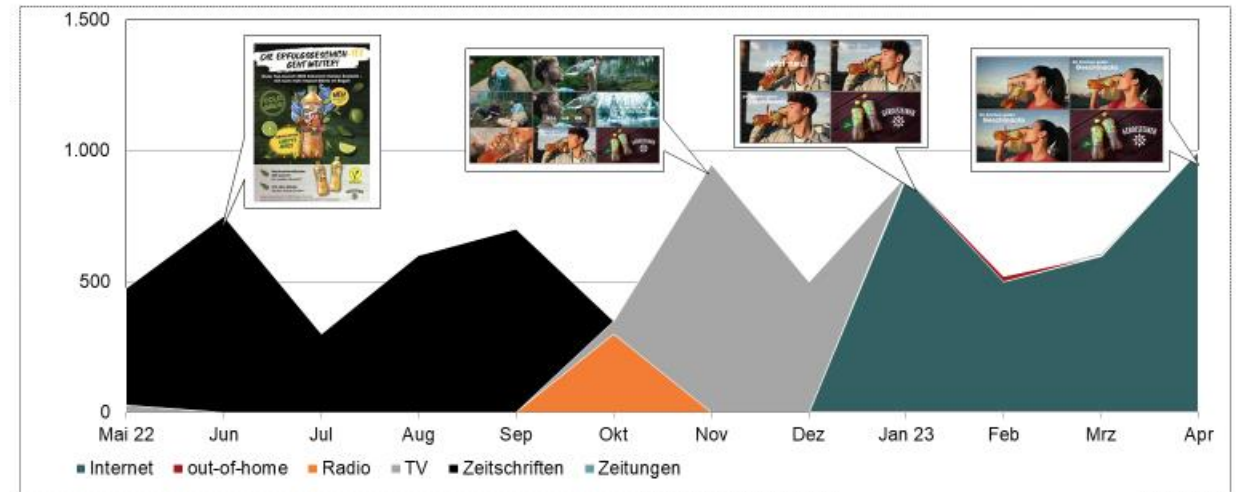


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

### Strategien

Marke A

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



research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse Tee 2023

# Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

**E-Mail:** [uwe.matzner@research-tools.net](mailto: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 Tee 2023**.

**Auftraggeber:**

Firma: \_\_\_\_\_

Ansprechpartner: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Position/Funktion: \_\_\_\_\_

Datum, Ort, Unterschrift: \_\_\_\_\_



## 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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

research tools  
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar  
[www.research-tools.net](http://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 Branche Tee & Kaffee:

- Werbemarktanalyse Kaffee 2022
- Studie eVisibility Tee 2022
- Studie eVisibility Kaffee und Kaffeemaschinen 2022
- Werbemarktanalyse Tee 2021
- Studie Social Media-Performance Kaffee 2021
- Werbemarktanalyse Kaffee 2020

Getränkebranche: seit 2020 mehr als 20 Studien veröffentlicht

