



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Mineralwassermarkt mit erfrischender Werbevielfalt



Mineralwasseranbieter setzen verstärkt auf Imagewerbung. Das Top-Werbeprodukt mit einem Volumen von über einem Drittel der Gesamtwerbeausgaben bleibt jedoch mit knappem Vorsprung wie in den Vorjahren Mineralwasser mit wenig Kohlensäure. Laut der ‚Werbemarktanalyse Mineralwasser 2015‘ liegen sieben Anbieter mit ihren Spendings jenseits der Millionengrenze.

Esslingen am Neckar, 23. September 2015 – Für die mediale Kommunikation haben die werbetreibenden Anbieter von Mineralwasser innerhalb eines Jahres über 51 Millionen Euro ausgegeben. Über ein Drittel entfällt davon auf den Produktbereich Mineralwasser mit wenig Kohlensäure. Für Image- und Markenwerbung wurde ein weiteres Drittel aufgewendet. Deutlich zugenommen hat im Fünf-Jahres-Vergleich die Werbung für Mineralwasser mit Fruchtgeschmack mit derzeit einem Volumen von etwa acht Millionen Euro. TV ist mit einem Anteil von fast 90 Prozent das bedeutendste Werbemedium dieser Branche.

Von den Top 50 Werbern überspringen sieben Unternehmen mit ihren Werbespendings die Millionengrenze. Adelholzener und Volvic sorgen dabei für starke Dynamik aufgrund von enormen Spendingzuwächsen. Vorjahres-Topwerber ViO kürzt drastisch und fällt auf den fünften Platz zurück.

In der qualitativen Kommunikationsanalyse hebt sich Selters deutlich durch das Alleinstellungsmerkmal ‚empfohlener Weinbegleiter‘ von den übrigen Marken ab. Im Bereich Durchgängigkeit hingegen punkten fast alle Marken, sei es mittels eines konsistenten Designs oder einer hohen Wiedererkennbarkeit. Ebenso fällt die Nutzenvermittlung überwiegend positiv aus. Insgesamt verdeutlichen die eingesetzten Werbemotive eine erfrischende Vielfalt. Neben humorvollen Alltagssituationen, Natur- und Sportszenen wird mit Testimonials oder Tieren geworben.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Mineralwasser 2015“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben der Anbieter von Mineralwasser in Deutschland für den Betrachtungszeitraum Juli 2014 bis einschließlich Juni 2015. Sie gibt auf 115 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in den sechs Teilmärkten Image/Marke sowie Mineralwasser mit Kohlensäure, mit wenig Kohlensäure, mit sehr wenig Kohlensäure, ohne Kohlensäure und mit Fruchtgeschmack. Neben der Entwicklung von Werbespendings werden Fünf-Jahres-Trends und -Vergleiche erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive. Die vorliegende Werbemarktanalyse basiert auf Daten und Motiven von AdVision digital.

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.
Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner
research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 - 55090381
Fax +49 (0)711 - 55090384
uwe.matzner@research-tools.net