



## Pressemitteilung

### Werbemarktanalyse Süßwaren: Gebäck mit den stärksten Zuwächsen



**Esslingen am Neckar, 14. April 2014 – Der Werbemarkt der Süßwaren hat im vergangenen Werbejahr um zehn Prozent zugelegt. Ferrero deckt mit seinen Werbespendings über ein Drittel des gesamten Werbemarkts ab. TV-Werbung dominiert klar den Süßwarenmarkt.**

770 Millionen Euro haben die Werbungtreibenden in der Süßwarenbranche für mediale Kommunikation innerhalb eines Jahres ausgegeben. Im Vergleich zum Vorjahr sind dabei die gesamten Werbeausgaben um über zehn Prozent gestiegen. Dabei blieb die Anzahl der Werbungtreibenden unverändert bei 112 Unternehmen.

Auf Basis der Werbemonitoringergebnisse von Ebiquity Germany steigerten die Unternehmen in sieben der zehn untersuchten Produktmärkte Bonbons, Eiscreme, Gebäck, Pralinen, Riegel, Schokolade, Weingummi & Lakritz, Image, Range und Sonstige ihre Werbeausgaben. Zahlreiche Unternehmen werben dabei parallel in verschiedenen Produktmärkten.

Produktmarktübergreifend entfallen auf die zehn Top-Unternehmen mehr als drei Viertel der gesamten Werbeausgaben. Ferrero führt hier mit über 300 Millionen Euro Werbespendings das Gesamtranking nach Werbevolumen an und ist gleichzeitig in fünf Produktmärkten führend. Storck und Mars, die zweit- und drittplatzierten im Gesamtranking, tätigten Werbeausgaben in zweistelliger Millionenhöhe.

Den größten prozentualen Zuwachs im Vergleich zum Vorjahreszeitraum verzeichnet der Produktmarkt des süßen Gebäcks. Die Werbeausgaben sind hier um 70 Prozent gestiegen, obwohl sich die Anzahl der Werbungtreibenden um ein Viertel verringert hat. Die Konzerne Mondelez/Kraft Foods Germany, Bahlsen und Griesson–de Beukelaer teilen diesen Werbemarkt mit den Produktreihen Belvita, ChocOlé, Leibniz, Mikado, Milka, Oreo und Prinzen fast vollständig unter sich auf. Griesson–de Beukelaer steigerte sein Werbevolumen aufgrund der intensiven Bewerbung von ChocOlé und Prinzen beträchtlich.

Der Produktmarkt Pralinen ist der insgesamt größte Markt sowohl nach Werbevolumen, als auch nach Werbungtreibenden. 24 Unternehmen haben hier insgesamt 180 Millionen Euro in mediale Kommunikation investiert. Ferrero dominiert klar in diesem Produktmarkt. Eine Aufstockung der Werbespendings sichern Storck und Lindt&Sprüngli gute Rangplätze in diesem Produktmarkt.

Fulminanter Aufsteiger ist Intersnack, der sich von einem geringen Werbeniveau in die Top 5 Unternehmen mit den größten Spendingzuwächsen katapultierte. Dank des größten prozentualen Werbeausgabenzuwachs schafft es Intersnack überdies in das Ranking der 20 größten Werbungtreibenden. Neben Anzeigen in der Zeitschrift TV Digital wirbt Intersnack hauptsächlich im Fernsehen für die Produktreihen Chio und Funny-Frisch.

Im Mediensplit fällt auf, dass in den betrachteten Märkten vor allem TV-Werbung dominiert. Radio- und Zeitung werden am seltensten belegt. In der Belegung der Werbeträger wird meist mit breiter Zielgruppenstreuung geworben. Vereinzelt werden gezielt spezielle Werbeträger wie z.B. Bravo oder Nickelodeon genutzt, um die überaus wichtige Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen direkt anzusprechen.



# research tools

Marktforschung  
für Innovation und Handlungssicherheit

## **Über die Studie:**

Die „Werbemarktanalyse Süßwaren 2014“ von *Ebiquity* und *research tools* untersucht die Werbeausgaben in der Süßwarenbranche im Betrachtungszeitraum November 2012 bis Oktober 2013. Sie gibt auf 366 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in den zehn Produktmärkten Bonbons, Eiscreme, Gebäck, Pralinen, Riegel, Schokolade, Weingummi & Lakritz, Image, Range und Sonstige. Neben der Analyse quantitativer Entwicklungen produktmarktübergreifend und in den einzelnen Produktmärkten werden im zweiten Teil Rankings hinsichtlich Werbevolumen und Dynamik erstellt. Eine Analyse der Werbestrategien wichtiger Werbungtreibender rundet die Untersuchungen ab.

## **Über Ebiquity/ research tools:**

*Ebiquity* ist ein unabhängiges Beratungsunternehmen zur datenbasierten Optimierung von Marketing und Media. *Ebiquity* unterstützt werbungtreibende Unternehmen, Agenturen und Vermarkter dabei, ihre Aktivitäten effizienter und effektiver zu gestalten. Klares Ziel der Beratung ist die Leistungssteigerung über alle Kommunikationskanäle (paid, earned oder owned) hinweg. Mit Büros in verschiedenen Ländern beschäftigt *Ebiquity* weltweit mehr als 750 Mitarbeiter, davon 120 in Deutschland. Auf dem deutschen Markt ist *Ebiquity* der führende Media Auditor. Weltweit betreut *Ebiquity* mehr als 1200 Unternehmen, darunter 91 der internationalen Top 100 Werbungtreibenden.

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](http://www.research-tools.net)

## **Pressekontakt:**

Uwe Matzner  
research tools  
Wäldenbronner Straße 2  
73732 Esslingen am Neckar  
Tel. +49 (0)711 - 55090381  
Fax +49 (0)711 - 55090384  
[uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)