

Werbebooster im Energydrink-Markt

30.07.2013, 17:20 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *research tools*



Esslingen am Neckar, 30.07.2013 – Die Werbeausgaben im Produktmarkt Energydrinks sind im vergangenen Jahr geradezu explodiert. Eine Zunahme von mehr als 120% ergab ein Werbevolumen von über 20 Millionen Euro, welches hauptsächlich in TV Werbung umgesetzt wurde. Sechs weitere alkoholfreie Getränkemarkte haben teilweise drastische Rückgänge der Werbeausgaben zu verzeichnen.

Die „Werbemarktanalyse Alkoholfreie Getränke 2013“ untersucht auf dem deutschen Markt die Werbeausgaben von Unternehmen in den Produktmärkten Mineralwasser, Säfte, Limonaden (mit Eistee), Energydrinks (mit Eiskaffee), Wellness, Range und Image-Werbung. Innerhalb eines Jahres wurden in diesem Markt insgesamt 255 Millionen Euro für Werbezwecke ausgegeben, was einen Rückgang um 18% bedeutet und einen Durchschnittswert von fast zwei Mio. Euro für jedes Unternehmen ergibt.

Einzig die Werbeausgaben für Energydrinks haben sich durchschnittlich um über 120% nach oben katapultiert. Die Werbespendings der anderen sechs Produktmärkte sind teilweise um bis zu 40% zurückgegangen.

Alle sieben Werbemärkte sind durch immense Bewegungen gekennzeichnet: Newcomer und Traditionsmarken intensivieren und verringern ihre Werbetätigkeit teilweise drastisch innerhalb weniger Monate.

Das Gesamtranking der Top 50 nach Werbevolumen wird produktmarktübergreifend von Coca-Cola mit fast 100 Millionen Euro Werbeausgaben angeführt. Dahinter platzieren sich Eckes-Granini und Red Bull.

Im Produktmarkt Range, hier werden verschiedene Produkte in einer Kampagne bzw. mit einem Motiv gleichzeitig beworben, hat Range-Rankingführer Schweppes seine Werbespendings innerhalb eines Jahres um über 600% gesteigert. Der Hersteller chininhaltiger Limonade wirbt hauptsächlich durch TV-Werbung und etwas Outdoor. Beim Timing der Werbung wechseln sich Phasen von geringem Werbedruck mit hohen Ausgabephasen ab. Bei dieser Pulsing Strategy scheint sich Schweppes immer wieder mit dem zweitplatzierten Coca-Cola abzuwechseln.

Im Produktmarkt Säfte hat Säfte-Rankingführer Eckes-Granini seine Werbeausgaben um 32% verringert. Eckes-

Granini, zugleich auch noch im Produktmarkt Wellness tätig, wirbt medial hauptsächlich durch TV-Spots – für jeden Produktmarkt in einem anderen Sender. Zusätzlich werden noch Anzeigen in Zeitungen bzw. Zeitschriften und im Internet geschaltet.

Im gesamten Produktmarkt Säfte hat das Gesamtwerbevolumen der 21 Werbenden um über 40% abgenommen.

Im Aufsteigermarkt Energydrinks ist Red Bull, dessen Werbeausgaben um über 100% gestiegen sind, an erster Stelle platziert. Auch Konkurrent Pepsico hat seine Ausgaben dramatisch ausgeweitet, jedoch von einem viel geringeren Niveau ausgehend.

Der große Newcomer im Bereich Energydrinks ist Unilever. Der Weltkonzern hat sich mit einer hohen sechsstelligen Ausgabensumme für einen Eis-Kaffee-Shake auf den vierten Platz im Produktmarktranking geschoben.

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Alkoholfreie Getränke 2013“ von Ebiquity und research tools untersucht die Werbeausgaben der Anbieter im Betrachtungszeitraum von März 2012 bis Februar 2013. Sie gibt auf 244 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien auf den Produktmärkten Alkoholfreier Getränke. Neben der Analyse quantitativer und qualitativer Entwicklungen produktmarktübergreifend und auf den einzelnen Produktmärkten, werden im zweiten Teil Rankings hinsichtlich Werbevolumen und Dynamik erstellt. Eine Analyse der Strategien bezüglich Werbeportfolioverteilung, Mediennutzung, zeitlicher Budgetierung und inhaltlicher Kommunikation rundet die Untersuchungen ab.

Portrait

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft research tools mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsatzstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

News-ID: 737286 • Views: 2509 (Stand: 19.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/737286/Werbebooster-im-Energydrink-Markt.html>