

+++ Active O2 +++ Adelholz. +++ Franken Brunn. +++ Gerolstein. +++ Lichtenau. +++ Rosbacher +++ Saskia  
+++ Staatl. Fachingen +++ Vilsa Brunnen +++ Volvic +++ u. weit. 90 Anbiet. m. quantitat. Fünf-Jahres-Trends

Studiensteckbrief

# Werbemarktanalyse Mineralwasser 2021

Werbeausgaben für 100 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

September 2021

powered by:



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief  
Werbemarktanalyse Mineralwasser 2021

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Anbieter von Mineralwasser innerhalb eines Jahres über 116 Millionen Euro ausgegeben.
- Im Durchschnitt werben 42 Marken pro Monat für ihre Produkte. Innerhalb der vergangenen fünf Jahre hat die durchschnittliche Anzahl Werbungtreibender nur wenig geschwankt.
- TV ist das Top-Werbemedium. Internet-Werber Nr. 1 ist Active O2.
- Im Zeitraum der letzten fünf Jahre fiel der Werbepeak im Mineralwassermarkt meist auf den Monat April oder Mai.
- 18 Marken werben mit einem Volumen von mehr als einer Million Euro innerhalb der letzten zwölf Monate.
- Die Werbekonzentration liegt bei hohem 57% Anteil der Top 3-Marken.
- In den Top 100 nach Werbeausgaben finden sich zahlreiche Marken, die erstmalig werben.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Werbevolumen Mineralwasser

2020/2021

**116** Mio. €

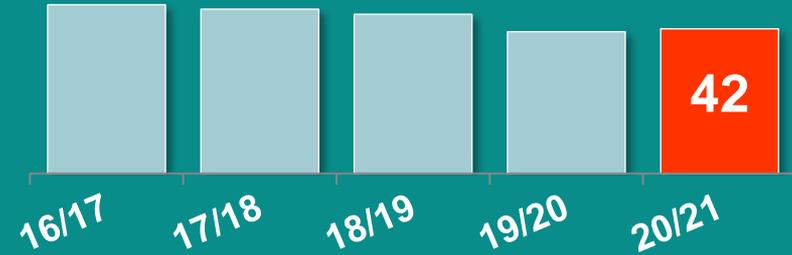


### Mediensplit



Internet-Werber Nr. 1:  
**Active O2**

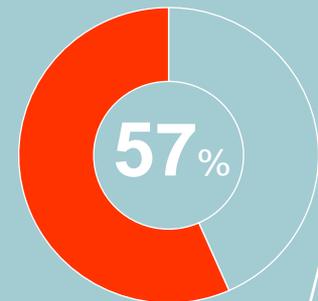
### Werbungtreibende pro Monat im Ø



### Werbekonzentration



**Gerolsteiner**  
**Saskia**  
**Volvic**



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

**100 Anbieter von Mineralwasser**  
mit den höchsten Spendings

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

**Mediensplit** für sechs Gattungen:  
Internet, Out-of-Home, Radio, TV, Zeitschriften, Zeitungen

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**  
auf 68 PowerPoint-Seiten

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

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

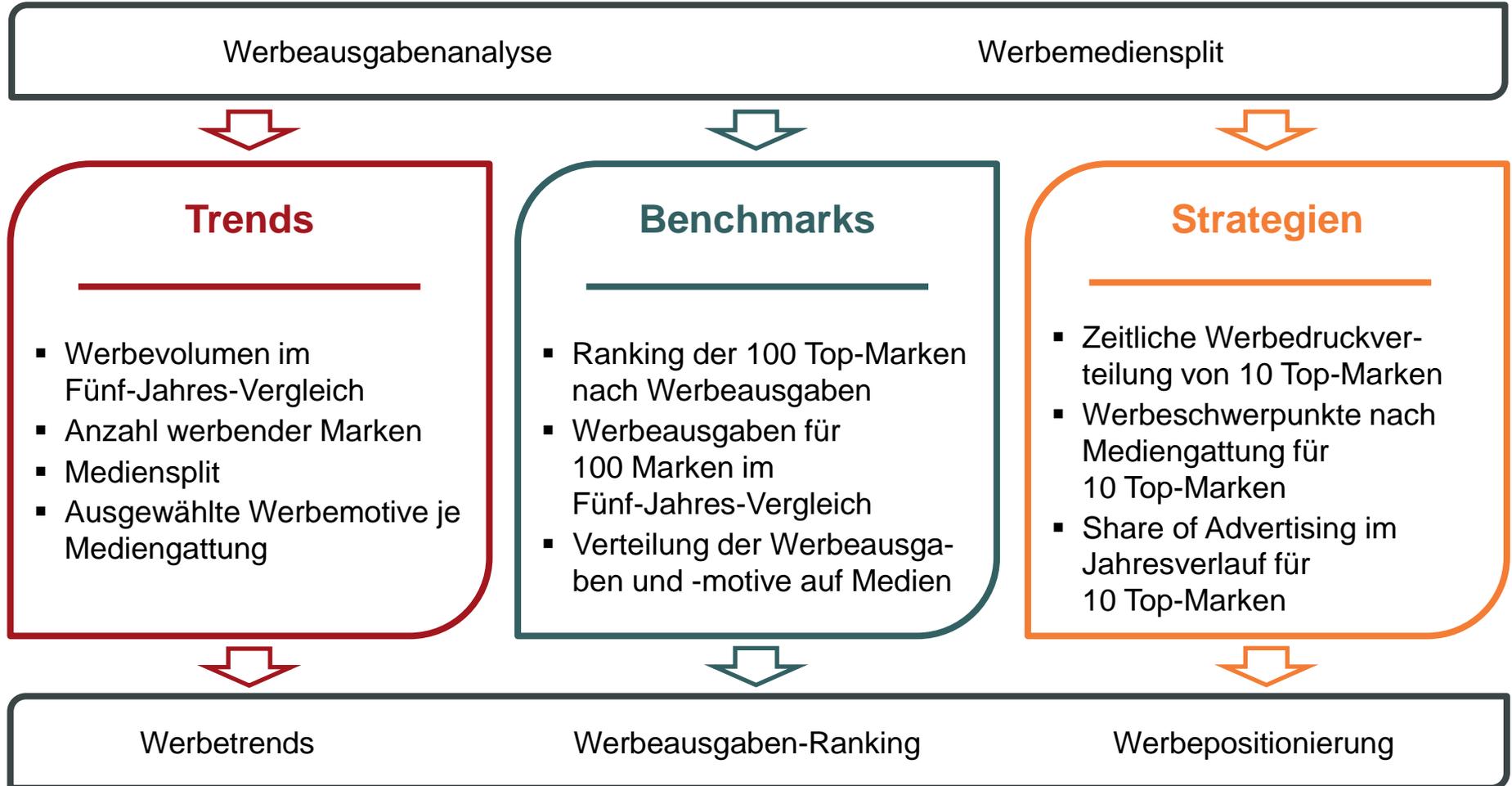
**Nutzen:** Analyse von Trends und Benchmarks ermöglichen  
einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

## Im Detail analysierte Marken:

- Active O2
- Adelholzener
- Franken Brunnen
- Gerolsteiner
- Lichtenauer
- Rosbacher
- Saskia
- Staatl. Fachingen
- Vilsa Brunnen
- Volvic
- + Spendings für  
90 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?
- 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?
- welches sind die werbeintensivsten und -dynamischsten Marken?
- in welchen Mediengattungen werben die Top-Marken?
- wie positionieren sich die Marken im Mediensplit?

## Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 100 Marken
- Werbespendings für 6 Mediengattungen
- Kommunikationspositionierung für 10 Marken auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit

## Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet, Out-of-Home, Radio, 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 68 Seiten umfassende Studie kostet **1.600 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	13
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	14
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	19
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	26
▪ Werbeausgaben-Rankings	27
Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Top 100-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	42
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

▪	<b>Mediensplit der Top 10-Marken</b>	49
	Verteilung der Werbemotive und Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤	<b>Strategien</b>	51
	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	
➤	<b>Kommunikationspositionierung</b>	63
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	<b>Kontakt</b>	67

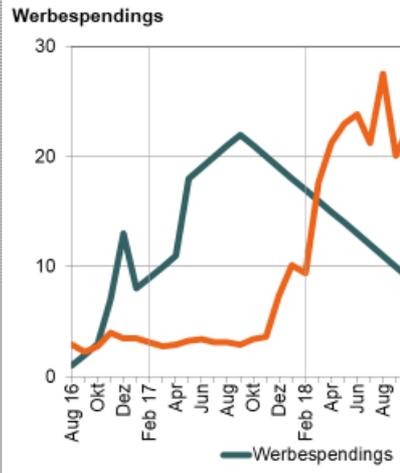
# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (Angaben in T€) und Anzahl der Werbungtreibenden



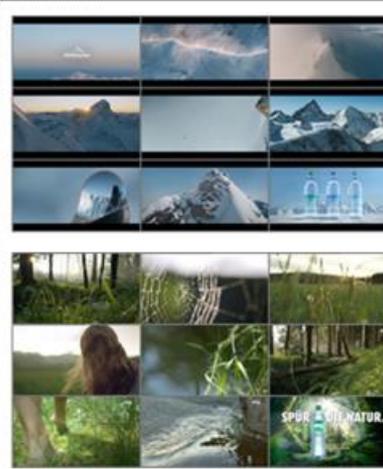
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische TV Beispiele und Nutzenargumente 2020/2021



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

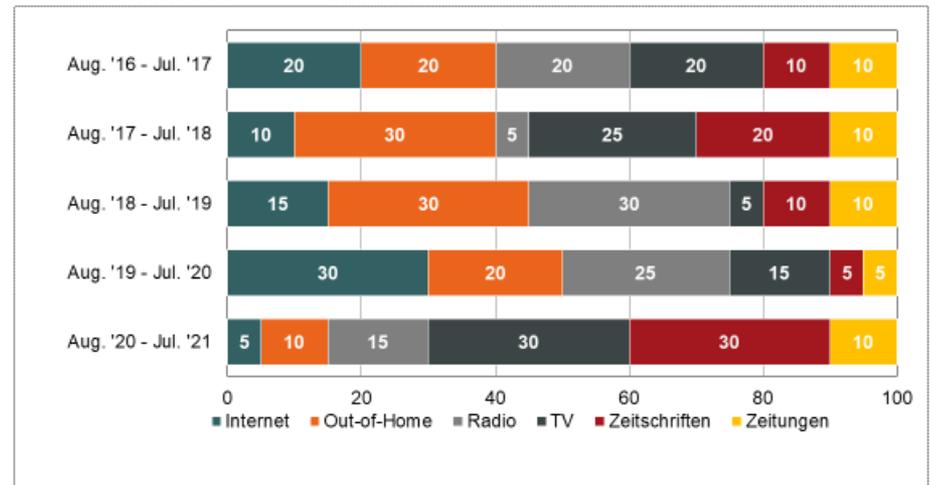


Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

### Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung des Mediensplits aller Marken im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Mineralwasser 2021

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

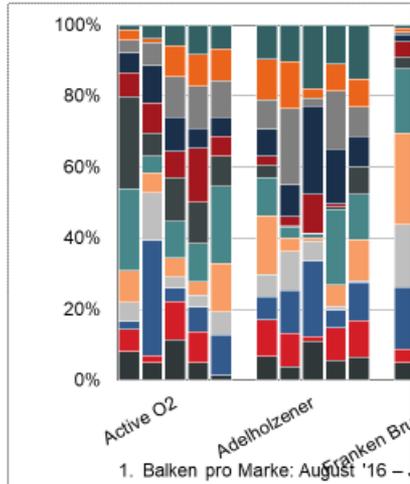
# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im Fünf-Jahres-Vergleich



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 100-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Aug. '16 – Jul. '17	Aug. '17 – Jul. '18
11	Alwa	1.000.000	€
12	AQUA Römer	900.000	€
13	Elisabethen	800.000	€
14	Ensinger	700.000	€
15	hassia	600.000	€
16	Rheinfels Quellen	500.000	€
17	RhönSprudel	400.000	€
18	S.Pellegrino	300.000	€
19	Vittel	200.000	€
20	Vöslauer	100.000	€

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

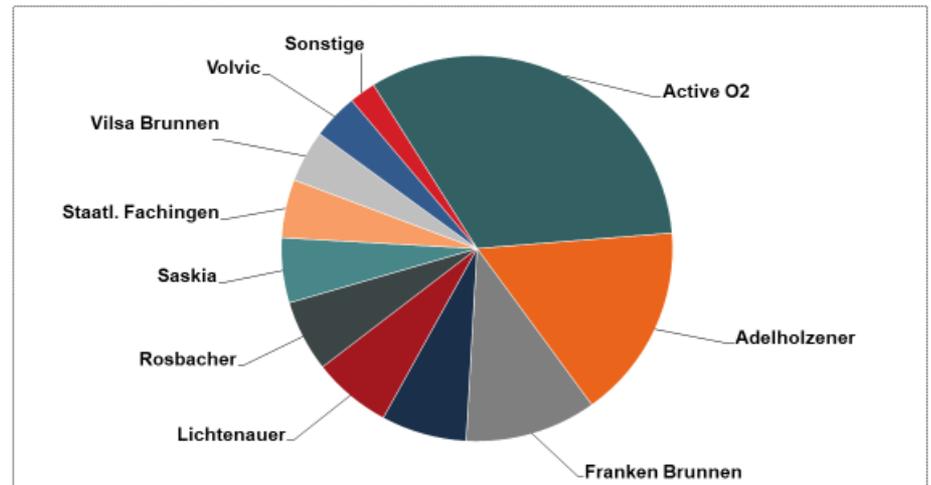


Welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken?

### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von August 2020 bis Juli 2021



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Mineralwasser 2021

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

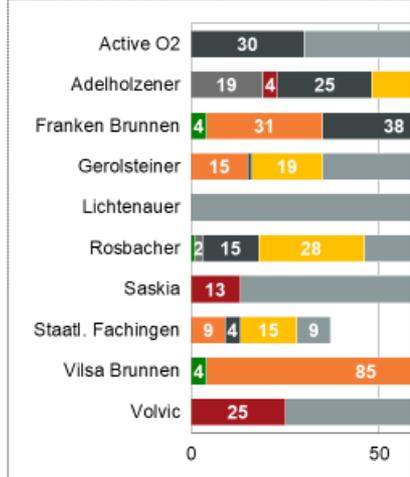
# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Benchmarks

Mediensplit der Top 10-Marken

Verteilung der Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten (Angaben als Anzahl unterschiedlicher Motive)



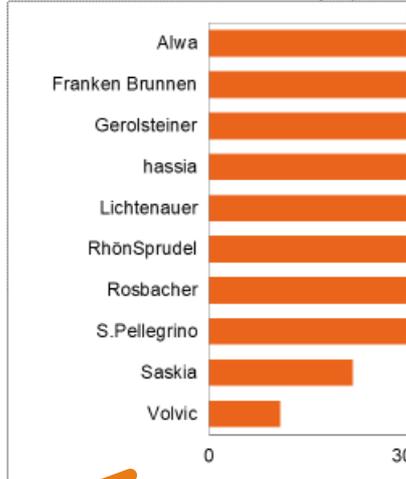
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

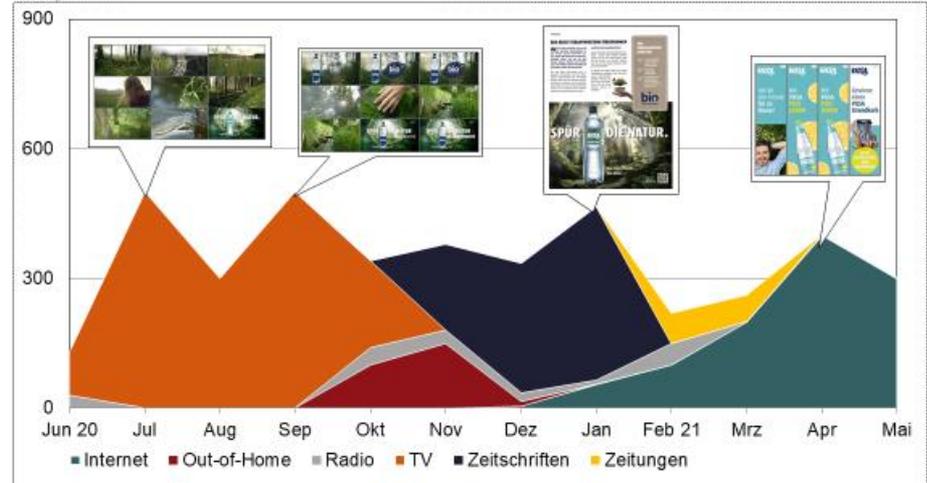


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

### Strategien

Marke A

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Mineralwasser 2021

Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

# 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 1.600 EUR zzgl. MwSt. die

**Werbemarktanalyse Mineralwasser 2021.**

**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](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

Zuletzt erschienene Studien zur Getränkebranche:

- Werbemarktanalyse Milch 2021
- Studie eVisibility Fruchtsäfte 2021
- Werbemarktanalyse Tee 2021
- Studie Social Media-Performance Kaffee 2021
- Studie Social Media-Performance Brauereien 2021
- Studie Sponsoring Brauereien 2021

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

