

---

# Share of Shelf: Wer ist der Platzhirsch im Süßwaren-Segment?

Tagged as : [Category Management](#), [Food](#), [POS](#), [Produktplatzierung](#), [stationärer Handel](#), [Supermarkt](#), [Warenpräsentation](#)

Schwarzes Gold, zarteste Verführung, Speise der Götter: Es gibt zahlreiche Umschreibungen für Schokolade. Kein Wunder: Sie erfreut sich höchster Beliebtheit und landet daher auch sehr häufig im Einkaufswagen. Allein 8,6 kg Schokolade vertilgte jeder Deutsche durchschnittlich im Jahr 2018 <sup>[1]</sup>. Damit nimmt die Schokolade unter den Süßwaren weiterhin Platz 1 ein. Hinzu kommen für jeden Verbraucher über 20 kg weitere Leckereien anderer Kategorien wie z.B. Kekse, Fruchtgummi & Co. Doch welcher Hersteller ist eigentlich der Platzhirsch in deutschen Supermärkten? Wer belegt mit seinen Marken den größten Regalanteil und hat damit einen echten Wettbewerbsvorteil? Wir haben dazu eine Stichprobe gemacht und die Süßwaren-Regale in drei deutschen Großstädten genauer untersucht. Unsere Share of Shelf Analyse verrät, welcher Hersteller dabei das Rennen gemacht hat.

## Share of Shelf Analyse: So lief es ab

Basis für die Share of Shelf Bestimmung ist eine Stichprobe im Süßwaren-Segment aus je 3 inhaberberggeführten Rewe-Märkten in Berlin, Hamburg und München sowie aus je 3 inhaberberggeführten Edeka-Märkten in den gleichen Städten. Die Auswahl der Märkte erfolgte nach dem Zufallsprinzip. Für die Datensammlung waren Nutzer der appJobber-App Anfang 2020 unterwegs und haben Fotos aller vorhandenen Regale der Kategorien „Kakao/Schokoladenwaren“ sowie „Feine Backwaren“ angefertigt. Die Auswertung und Analyse erfolgte anschließend durch die Datenanalysten von appJobber. Für die beiden Warengruppen ergab sich in den insgesamt 18 besuchten Märkten so eine Gesamt-Kontaktstrecke von 1743,06 Metern.

Im Rahmen der Share of Shelf Analyse wurden die Produkte im Regal je nach Markenzugehörigkeit eingefärbt und deren Kontaktstrecke berechnet.

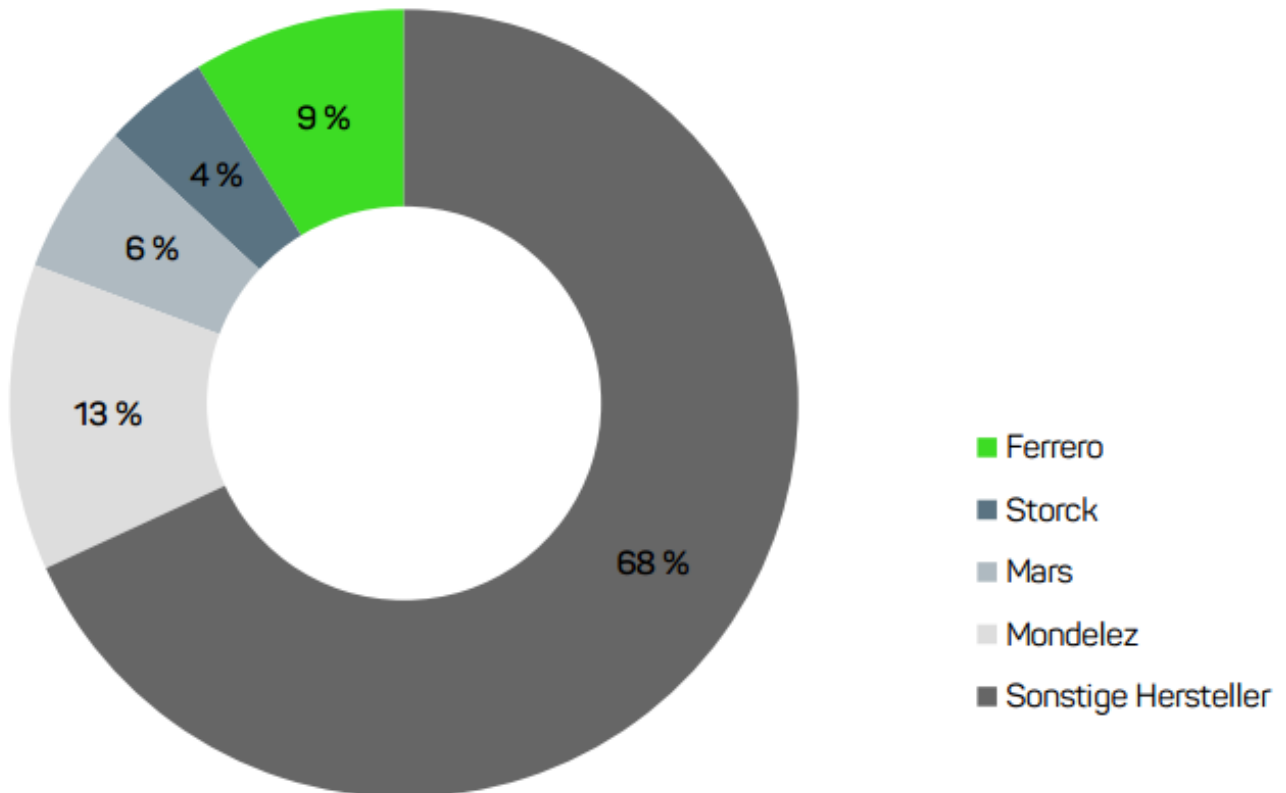
## Im Blickpunkt: Ferrero, Mars, Storck und Mondelez

Für die Analyse wurde die Stammpplatzierung der 4 umsatzstärksten Markenhersteller betrachtet <sup>[2]</sup>: der italienische Süßwaren-Hersteller Ferrero, das deutsche Unternehmen Storck sowie die US-Konzerne Mars und Mondelez. Die summierten Anteile der unternehmenseigenen Marken am untersuchten Segment wurden in den 18 besuchten Märkten von Rewe und Edeka bestimmt. Das Ergebnis: Umsatzführer Ferrero fällt im Vergleich deutlich ab gegen den Mitbewerber Mondelez. Über alle Märkte hinweg erwies sich Mondelez als Platzhirsch unter den Herstellern. Im Durchschnitt belegen die Marken des Konzerns (u.a. Milka, Oreo und Toblerone) zusammen einen Share of Shelf von 13%. Besonders dominant zeigt sich dabei die Mondelez-Marke Milka, die in fast jedem Markt durch ausgeprägte, große Markenblöcke auffällt. Erst auf Platz 2 folgt Ferrero mit durchschnittlich 9% Regalanteil. Mars (u.a. Snickers, Balisto, Bounty) liegt mit 6% auf Platz 3. Storck (u.a. Merci, Toffifee, Knoppers) mit 4% auf Platz 4.

---

## Share of Shelf gesamt

Kontaktstrecke Märkte gesamt: 174.306 cm



Share of Shelf in den Warengruppen „Kakao/Schokoladenwaren“ sowie „Feine Backwaren“:  
Diese Marken dominieren im Supermarkt

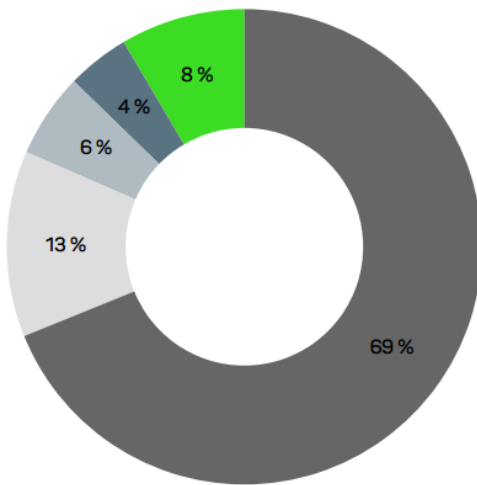
### **Mondelez vorn: bei Edeka UND Rewe**

In einer Auswertung nach Händler zeigt sich ein ähnliches Bild. In Edeka-Märkten nehmen die Marken von Mondelez durchschnittlich 13% der Regalfläche ein, Ferrero steht mit durchschnittlich 8% an zweiter Stelle. Bei Rewe liegt der Anteil von Mondelez mit 12% etwas niedriger, Ferrero folgt an zweiter Stelle mit einem Share of Shelf von 9%. Beide Händler bieten allerdings noch reichlich Raum für Entfaltung. Mit 69% (Edeka) und 67% (Rewe) geht der größte Anteil im Regal an Süßwarenhersteller jenseits der umsatzstärksten Unternehmen Ferrero, Mars, Storck und Mondelez. Luft nach oben hätten die Top 4 Player im Regal also noch:

---

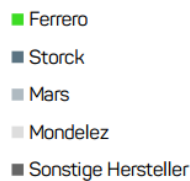
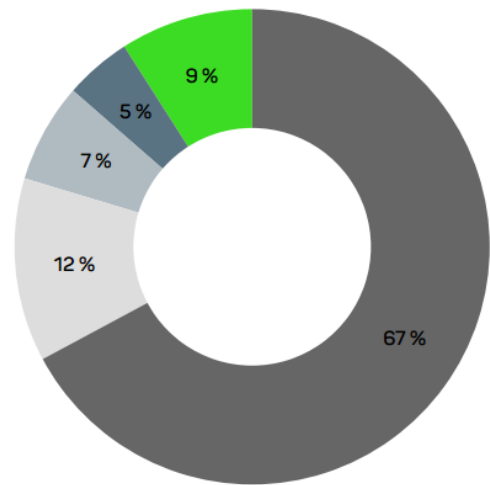
### Share of Shelf - Edeka

Kontaktstrecke Märkte gesamt: 97.956 cm



### Share of Shelf - Rewe

Kontaktstrecke Märkte gesamt: 76.350 cm



Share of Shelf: Präsenz im Regal bei Edeka und Rewe

## Regionale Unterschiede im Regal?

Neben dem Blick auf die Unterschiede zwischen den beiden Händlern Edeka und Rewe zeigt ein Städtevergleich: auch hier sind die Unterschiede überraschend klein. Egal ob in Berlin, Hamburg oder München – Mondelez lässt sich den ersten Platz nicht streitig machen:

Share of Shelf: Präsenz im Regal in Berlin, München und Hamburg

Die Erhebung zeigt mit 18 Märkten nur einen Ausschnitt und ist damit nicht repräsentativ.

Sie möchten wissen, welchen [Anteil Ihr Produkt im Regal hat](#) oder welchen Share of Shelf Ihre Marke einnimmt? Kontaktieren Sie uns für ein unverbindliches Angebot: [sales@appjobber.de](mailto:sales@appjobber.de).

[1] [„Pro-Kopf-Verbrauch von Schokoladenwaren in Deutschland“, statista.com](#)

[2] [„Ranking der größten Süßwarenhersteller in Deutschland nach Nettoumsatz im Jahr 2016“, handelsdaten.de](#)