



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Werbemarkt Tiernahrung & -zubehör: über 560 werbende Marken pro Jahr



Hundefutter ist nach einem Anstieg aktuell das Top-Produkt im Werbemarkt für Tiernahrung und -zubehör. Die Spendings für Katzenfutter sind im Vergleich zum Vorjahr um mehr als 40 Prozent zurückgegangen. Drei Marken schieben sich mit einem satten Volumenplus an die Spitze des Werberankings.

Esslingen am Neckar, 25. November 2022 – Die Werbeausgaben für Tiernahrung und -zubehör belaufen sich innerhalb von zwölf Monaten auf rund 85 Millionen Euro. Durchschnittlich 163 Werbungtreibende sind in diesem Werbemarkt pro Monat aktiv und schalten Anzeigen, über das ganze Jahr hinweg summiert sich deren Anzahl auf über 560 Anbieter. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zeigt sich sowohl das Gesamtvolumen, als auch die Anzahl Werbungtreibender relativ stabil.

Unter den analysierten Produktmärkten ist Hundefutter derzeit das Top-Produkt und gleichzeitig auch der Top-Wachstumsmarkt der letzten drei Jahre. Damit belaufen sich die Spendings aktuell auf rund 39 Millionen Euro. Es folgt das Katzenfutter auf Rang zwei mit einem Volumen von 22 Millionen Euro, welches damit einen deutlichen Volumentrückgang zum Vorjahr aufweist. Die beiden Produktmärkte Ergänzungsfuttermittel sowie Tierpflege & -zubehör bewegen sich jeweils im mittleren siebenstelligen Bereich. Futterwerbung für andere Heimtierarten wie beispielsweise Nager, Vögel oder Reptilien liegt unterhalb der Millionengrenze.

Ein Großteil der Werbung für Tiernahrung und -zubehör wird über das Medium Internet verbreitet. Daneben setzen die Anbieter auf TV-Werbung, die einen Anteil von 34 Prozent am Gesamtvolumen ausmacht. Ebenfalls beliebt ist darüber hinaus in der Branche die Zeitschriftenwerbung, die über alle Produktmärkte hinweg eingesetzt wird.

Auf die Marken Belcando, Hill's und Rinti entfallen 42 Prozent der Werbeausgaben. Sie setzen sich damit an die Spitze des Volumenrankings und verweisen die Top 3 des Vorjahres auf hintere Ränge. Sieben der zehn werbestärksten Marken verzeichnen steigende Spendings im Vergleich zum Vorjahr. Innerhalb der Top 50-Werbungtreibenden finden sich fünf Anbieter, die in den vier Jahren zuvor keine Werbeausgaben verzeichneten, darunter die Marken Mrfluffyfriend sowie Dogs'n Tiger.

Über die Studie:

Die ‚Werbemarktanalyse Tiernahrung und -zubehör 2022‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Tiernahrung und -zubehör in Deutschland. Sie gibt auf 121 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 400 Marken auf. Eine Analyse des Mediensplits zeigt die Werbeausgabenentwicklung differenziert nach Medien.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-tiernahrung-und-zubehoer-2022>

Der Studienherausgeber:

Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.

www.research-tools.net

www.linkedin.com/company/research-tools-net

Werbependingdaten und Werbemotive der Studie beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**, Hamburg.

www.advision-digital.de

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