

+++ Ahead +++ DocMorris +++ Doppelherz +++ Glow25 +++ Hansegrün +++ Holy +++ Infused energy +++ Kijimea +++ KoRo +++ LaVita +++ MetaFlow +++ Naturtreu +++ Priorin +++ SHEKO +++ Shop Apotheke +++ Sunday N. +++ weitere 1.016 Anbieter für Nahrungsergänzungsmittel +

Studiensteckbrief

Studie Social Media Ad Perception Nahrungsergänzungsmittel

Detaillierte Analyse der Top 300 Marken

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2026



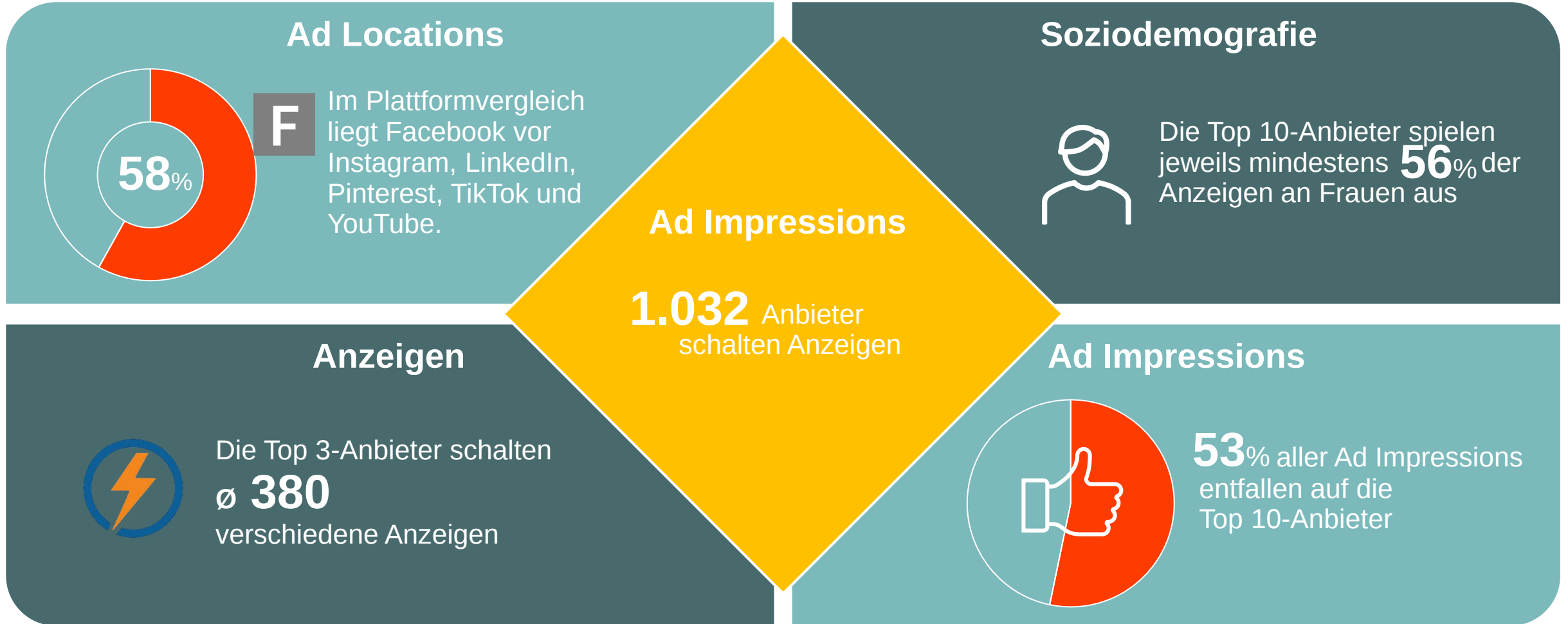
©Moe Magners/pexels.com

Ausgewählte Key Facts:

- 1.032 Anbieter haben im Untersuchungszeitraum Anzeigen auf Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, TikTok und YouTube zum Thema Nahrungsergänzungsmittel geschaltet.
- Auf die zehn Top-Advertiser entfallen 53% Prozent aller Ad Impressions.
- Die Mehrzahl der Anzeigen wird auf Facebook und TikTok ausgespielt. Instagram, LinkedIn, Pinterest und YouTube verzeichnen deutlich weniger Ad Impressions.
- Ein hoher Anteil der Adressaten von Social Media-Anzeigen sind Frauen. 30% der Werbung richtet sich an die Altersgruppe der 30- bis 39-Jährigen.
- Die Anbieter mit besonders vielen verschiedenen Anzeigen verzeichnen nicht zwingend die meisten Ad Impressions.
- Am häufigsten werden Anzeigen zur Produktkategorie Verkauf ausgespielt. Deren Anteil fällt aber bei den verschiedenen Anbietern sehr unterschiedlich aus.
- Influencer stellen nach den Nahrungsergänzungsmittel-Marken die nächstgrößte Anbietergruppe.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Analyse der Ad Perception von Anzeigen zu Nahrungsergänzungsmitteln

Soziodemografie, Social Media-Plattform, Anzahl Ads, Screen Time und Produktkategorien, detailliert für die Top 300-Marken

auf den Plattformen **Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, TikTok, YouTube**

alle Ergebnisse **im Wettbewerbsvergleich** auf 248 PowerPoint-Seiten

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

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

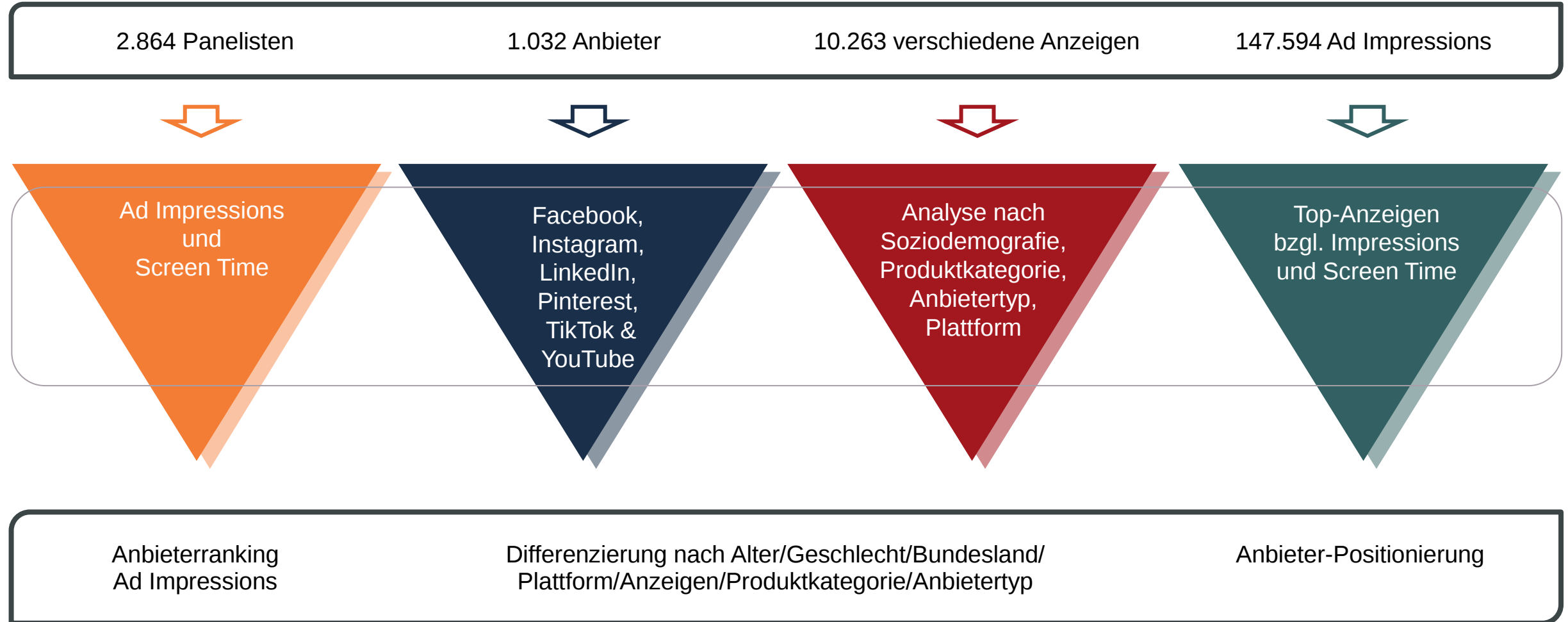
Nutzen: Benchmarks der Social Media Ad Perception sowie Überprüfung der eigenen Positionierung

1.032 Advertiser (Nahrungsergänzungsmittel):

- ...
- Kijimea
- Kneipp
- KnobiVital
- Knochenstark
- KoRo
- Kraftmahl
- KraftQuelle
- Kräuterhaus Sanct Bernhard
- Kräuterland
- Kreuzerhof VITA
- ...

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte:**

- welche Advertiser sind führend hinsichtlich ihrer Ad Impressions?
- wie verteilen sich die Ad Impressions auf die sechs Plattformen Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, TikTok und YouTube?
- welche Anteile entfallen auf die Anzeigenarten?
- welche soziodemografischen Schwerpunkte bezüglich Alter, Geschlecht und Bundesland zeigen die Anbieter?
- welche Anbieter schalten besonders viele verschiedene Anzeigen?
- welche Anbieter stechen bei der Screen Time heraus?
- welche Positionierung nehmen die Top 10-Anbieter im Wettbewerbsvergleich ein?

Die Studie in Zahlen:

- 1.032 Anbieter im Markt für Nahrungsergänzungsmittel, davon Top-300 mit Ad-KPIs
- 6 Plattformen: Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, TikTok und YouTube mit 9 Ad Locations
- soziodemografische Analyse nach Altersklassen, Geschlecht & Bundesland
- Top 10-Anbieter mit Screen Time
- Positionierungsanalyse Top 10-Marken

Forschungsdesign:

research tools ermittelt die Ad Perception der Anbieter auf den sechs Plattformen Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, TikTok und YouTube innerhalb des deutschsprachigen Raums. Die Daten stammen vom Co-Herausgeber Murmuras GmbH, der mittels App die Anzeigenwahrnehmung in den Social Media erfasst. Diese wird nach Soziodemografie, Plattform, Produktkategorie und Anbietertyp differenziert für 300 Anbieter ausgewiesen. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im Juli 2026 erschienen.

Preis der Studie: Die 248 Seiten umfassende Studie kostet **3.800 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	11
➤ Ad Impressions	14
Ranking Ad Impressions Top 10 und mit allen Anbietern	
➤ Plattformen	32
Verteilung der Ad Impressions auf die Plattformen insgesamt und für Top 300 Anbieter	
➤ Ad Locations	56
Verteilung der Ad Impressions auf die Ad Locations insgesamt und für Top 300 Anbieter	
➤ Geschlecht	80
Verteilung der Ad Impressions nach Geschlecht insgesamt und für Top 300 Anbieter	
➤ Altersklassen	94
Verteilung der Ad Impressions auf die Altersklassen insgesamt und für Top 300 Anbieter	
➤ Bundesland	118
Verteilung der Ad Impressions auf die Altersklassen insgesamt und für Top 300 Anbieter	

Inhaltsverzeichnis

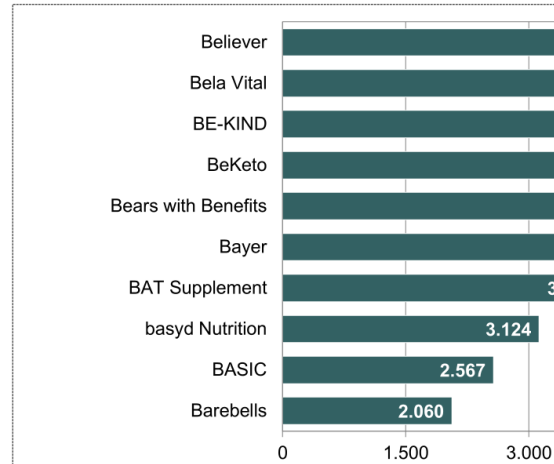
➤ Anzeigen	142
Anzahl verschiedener Anzeigen der Top 10-Anbieter, Anzeigen mit den meisten Ad Impressions der Top 10-Anbieter bei Ad Impressions, Verteilung der Ad Impressions auf die Anzahl der Anzeige insgesamt und für Top 300 Anbieter	
➤ Screen Time	184
Top 10-Anbieter Anzeigen-Screen Time, Ranking Anbieter nach Anzeigen-Screen Time, Vergleich Anteil Ad Impressions und Anzeigen-Screen Time, Verteilung Anzeigen-Screen Time auf die Plattformen, Anzeigen mit den meisten Screen Time	
➤ Produktkategorien	208
Verteilung der Ad Impressions auf Anzeigeninhalte insgesamt und für Top 300 Anbieter,	
➤ Anbietertyp	233
Anzahl Anbieter und Anteil Ad Impressions der Anbietertypen, Top 5-Anbieter innerhalb der Anbietertypen, Konzentration Ad Impressions auf Anbietergruppen	
➤ Positionierungsanalyse	242
Positionierung der Top 10 Anbieter nach Ad Impressions innerhalb der KPIs	
➤ Kontakt	247

Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Ad Impressions

Ranking Ad Impressions im Zeitraum 01.03.2025 bis 28.02.2026 (Top 10)

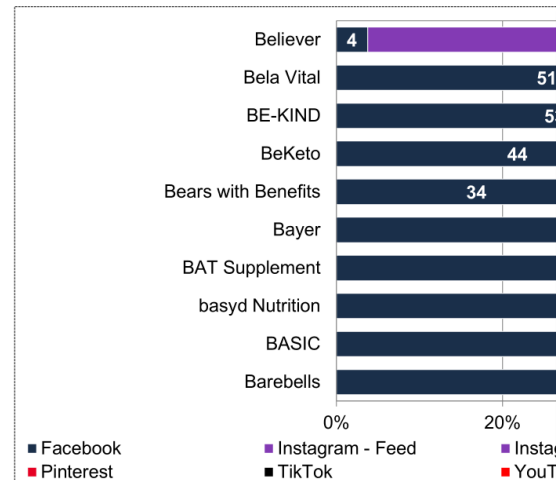


murmuras

Studie Sr
Nahrung

Ad Locations

Verteilung der Ad Impressions auf die Ad Locations (Top 10, Angaben in %)



murmuras

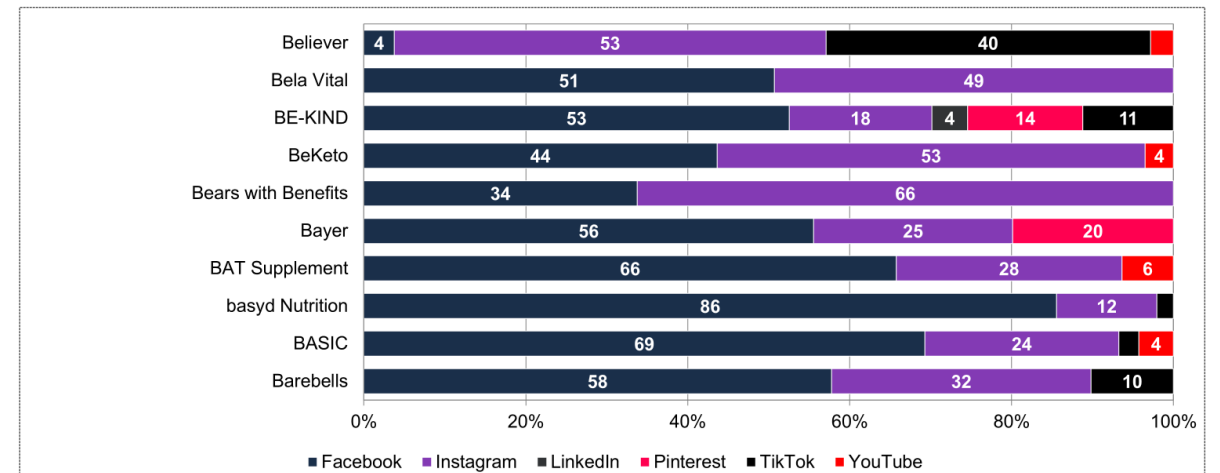
Studie S
Nahrung

Welche Anbieter dominieren bei den Ad Impressions?

In welchen Ad Locations zeigt sich Potenzial?

Plattformen

Verteilung der Ad Impressions auf die Plattformen (Top 10, Angaben in %)



murmuras

Studie Social Media Ad Perception
Nahrungsergänzungsmittel 2026

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: 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 3.800 EUR zzgl. MwSt. die **Studie Social Media Ad Perception Nahrungsergänzungsmittel 2026**.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Kontakt / Branchenerfahrung

Ihre Ansprechpartner für diese Studie sind:



Qais Kasem

Geschäftsführer Murmuras GmbH
Tel. +49 (0)228 965 977 11
qais@murmuras.com
Murmuras GmbH
Meckenheimer Allee 73, 53115 Bonn
murmuras.com/de



Uwe Matzner

Geschäftsführer research tools
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM
Tel. +49 (0)711 – 55090381
uwe.matzner@research-tools.net
research tools, research-tools.net
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen a. N.

Das IT-Unternehmen Murmuras erfasst und analysiert konsum- und werberelevante Nutzungsdaten aus Handy-Apps. Diese Technologie ermöglicht es, schneller auf Trends zu reagieren und Entscheidungen für das mobile Marketing zu treffen.

Seit 2005 positioniert sich research tools als Spezialist für Marketinganalyse und ergänzt mit der Studienreihe ‚Social Media Ad Perception‘ sein Marketinganalytik-Spektrum.

Zuletzt zur Branche Krankenkasse erschienen:

- Studie Healthcare-Zielgruppe Drogeriekäufe 2025
- Studie Healthcare-Zielgruppe Online-Apotheke 2025
- Studie eVisibility Nahrungsergänzungsmittel 2025
- Studie Social Media-Performance Arzneimittelhersteller 2025
- Studie Customer Journey Nahrungsergänzungsmittel 2025
- Werbemarktanalyse Nahrungsergänzungsmittel 2024

