



Studiensteckbrief

Studie Vergleichsportal-Marketing Fitness-Supplements 2021

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Oktober 2021



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studie Vergleichsportal-Marketing
Fitness-Supplements 2021

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- 331 Anbieter von Fitness-Supplements und 159 branchenrelevante Onlineshops präsentieren sich in den 44 wichtigsten Vergleichsportalen.
- Die Produktkategorien Omega-3-Fettsäuren und Creatin verzeichnen sowohl die größte Anzahl gelisteter Anbieter als auch gelisteter Onlineshops in Vergleichsportalen.
- Die Top 20-Anbieter sind im Durchschnitt in 22 der 44 untersuchten Vergleichsportale vertreten mit einer durchschnittlichen Anzahl von 8,4 ersten Plätzen.
- Die Top 3-Anbieter performen im Gesamtranking mit breit gestreuter Präsenz.
- Die Top 20-Onlineshops sind im Schnitt in 16 der 44 analysierten Vergleichsportale präsent. Sie belegen dabei durchschnittlich 12,1 erste Plätze.
- Zwei der Top 20-Onlineshops sind in Vergleichsportalen mit allen neun analysierten Supplements-Produktkategorien vertreten.
- Von den 44 analysierten Portalen stellen Allroundportale mit 77 Prozent die größte Gruppe.

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Analyse von **331 Anbietern und 159 Shops für Fitness-Supplements**

in **44 Vergleichsportalen**

für **neun Produktkategorien**

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich** der Anbieter, Shops und Portale komprimiert auf 234 PowerPoint-Seiten

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

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

Nutzen: Wettbewerbsvergleich Vergleichsportale-Marketing, konkrete Hinweise für Potenziale im Portalmarketing

Inhalte:

- Ranking von Anbietern und Shops
- diverse Portalmarketing-Kennzahlen
- Analyse Sonderplatzierungen
- Ranking von 44 Vergleichsportalen
- Top 20-Anbieter nach Produktkategorien
- Top 20-Shops nach Produktkategorien
- Top 20-Vergleichsportale in neun Produktkategorien

Informationen zur Studie

Konzeption:

Detaillierte Analyse von Präsenz, Listung und Platzierung von 331 Anbietern und 159 Shops von Fitness-Supplements auf 44 Vergleichsportalen in 9 Produktkategorien

Anbieter-Präsenz in Vergleichsportalen

- Anbieter-Ranking
- Portalpräsenz in 9 Produktkategorien
- Nutzung der Top 20-Portale
- Top 20 für alle Produktkategorien

Shop-Präsenz in Vergleichsportalen

- Shop-Ranking
- Portalpräsenz in 9 Produktkategorien
- Nutzung der Top 20-Portale
- Top 20 für alle Produktkategorien

Vergleichsportal-Ranking

- 44 Vergleichsportale im Ranking
- Anteile der Portalarten
- Suchtreffer- und Anzeigenplatzierung
- Kennzahlen Top 20-Portale

Anbieter-Ranking

Shop-Ranking

Produktkategorie-Rankings

Portal-Ranking

Informationen zur Studie

Studieninhalte:

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

- welche Anbieter von Fitness-Supplements sind im Vergleichsportals-Marketing die Branchenbenchmarks?
- welche Shops von Fitness-Supplements zeigen im Vergleichsportals-Marketing die höchste Präsenz?
- Streupräsenz vs. Schwerpunktsetzung, welche Anbieter verfolgen möglicherweise welche Strategie?
- welche Anbieter sind in den neun untersuchten Produktkategorien führend?
- welche Anbieter verfügen über Sonderplatzierungen in Vergleichsportalen?
- welche Vergleichsportale sind in welchen Produktkategorien bedeutsam?
- welches sind die Top-Vergleichsportale in der Branche?

Die Studie in Zahlen:

- insgesamt 331 Anbieter und 159 Shops auf 44 erfassten Portalen
- für alle Anbieter und Shops verschiedene Kennzahlen und Ränge
- Top 20-Anbieter und -Shops in 9 Produktkategorien
- für 44 Portale Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen

Forschungsdesign:

Identifikation deutscher Vergleichsportale mit Internet-Sichtbarkeit und Ranking der Portale anhand von Kennzahlen. Für die 44 Portale wurde die Präsenz der Anbieter sowie Shops für Fitness-Supplements anhand verschiedener Portalmarketing-Kennzahlen ermittelt.

Preis der Studie: Die 234 Seiten umfassende Studie kostet **4.800 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	8
➤ Präsenz der Anbieter auf Vergleichsportalen	13
▪ Kennzahlen der Portalpräsenz (Top 331 Anbieter)	16
▪ Indizes und Ränge der Portalpräsenz (Top 331 Anbieter)	50
▪ Sonderplatzierungen der Anbieter	84
▪ Nutzung der Top 20 Vergleichsportale (Top 20 Anbieter)	87
▪ Kennzahlen der Portalpräsenz (Top 20 Anbieter)	89
▪ Indizes und Ränge der Portalpräsenz (Top 20 Anbieter)	91
➤ Anbieter in den Produktkategorien	94
▪ Anbieter der genutzten Portale nach Produktkategorien (Top 20 Anbieter)	98
▪ Produktschwerpunkte (Top 20 Anbieter)	100
▪ Anbieter und Portale in den Produktkategorien	102
▪ Rankingumfang in den Produktkategorien	105
▪ Top 20 Anbieter in den Produktkategorien	114



Inhaltsverzeichnis

➤ Präsenz der Shops auf Vergleichsportalen	132
▪ Kennzahlen der Portalpräsenz (Top 159 Shops)	134
▪ Indizes und Ränge der Portalpräsenz (Top 159 Shops)	150
▪ Nutzung der Top 20 Vergleichsportale (Top 20 Shops)	166
▪ Kennzahlen der Vergleichsportalpräsenz (Top 20 Shops)	168
▪ Indizes und Ränge der Portalpräsenz (Top 20 Shops)	170
➤ Shops in den Produktkategorien	173
▪ Anzahl der genutzten Portale nach Produktkategorie (Top 20 Shops)	175
▪ Produktschwerpunkte (Top 20 Shops)	177
▪ Shops und Portale in den Produktkategorien	179
▪ Rankingumfang in den Produktkategorien	182
▪ Top 20 Shops in den Produktkategorien	191



Inhaltsverzeichnis

➤ Vergleichsportale	209
▪ Portalart	217
▪ Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen der Vergleichsportale nach Produktkategorie (Top 44 Portale)	218
▪ Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen der Vergleichsportale nach Produktkategorie (Top 20 Portale)	223
▪ Anzahl der gelisteten Anbieter in den Portalen nach Produktkategorie (Top 20 Portale)	227
▪ Anzahl der gelisteten Shops in den Portalen nach Produktkategorie (Top 20 Portale)	229
▪ Besondere Portalfeatures (Top 20 Portale)	231
➤ Kontakt	233



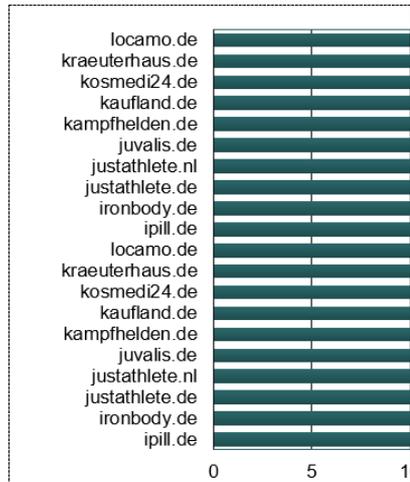
Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Präsenz der Shops auf Vergleichsportalen

Indizes und Ränge der Portalpräsenz (Top 20 Shops)

Ranking der Top 20 Shops (Basis: mittlerer Rang)*



* Rangermittlung: gemittelter Rang aus Einzelindex „Anzahl Portale“



Präsenz der Shops auf Vergleichsportalen

Indizes und Ränge der Portalpräsenz (Top 159 Shops)

Indizes und Ränge der Vergleichsportalspräsenz

Shops	Anzahl Portale		Anzahl Listings
	Index*	Rang	
ipill.de	100	50	100
ironbody.de	99	51	99
justathlete.de	98	52	98
justathlete.nl	97	53	97
juvalis.de	96	54	96
kampfhelden.de	95	55	95
kaufland.de	94	56	94
kosmedi24.de	93	57	93
kraeuterhaus.de	92	58	92
locamo.de	91	59	91

* berechnung: Anzahl Portale, in denen der Shop präsent ist, dividiert durch die durchschnittliche Anzahl Portale pro Shop

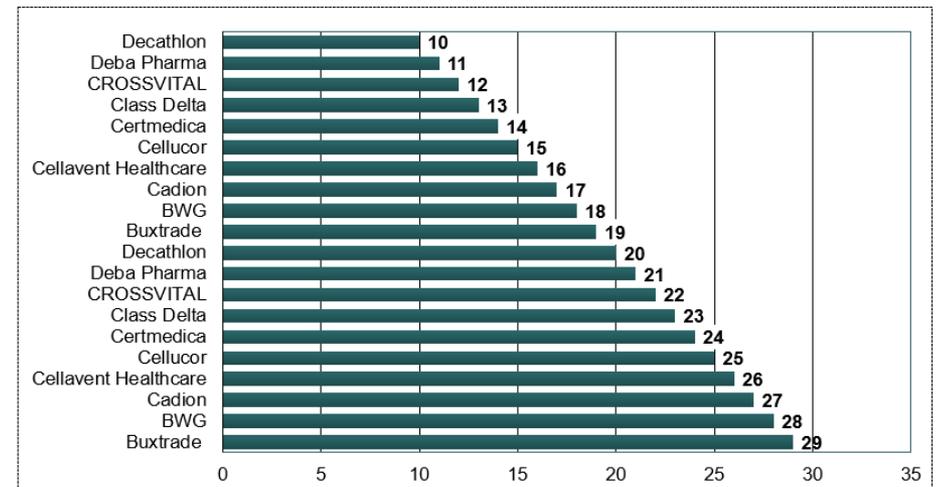


Welche Anbieter liegen im Gesamtranking vorn?

Präsenz der Anbieter auf Vergleichsportalen

Indizes und Ränge der Portalpräsenz (Top 20 Anbieter)

Ranking der Top 20 Anbieter (Basis: mittlerer Rang)*



* Rangermittlung: gemittelter Rang aus Einzelindex „Anzahl Portale“, „Anzahl Listings“, „Anzahl Top 3“ und „Ø-Erstplatzierung“



Studie Vergleichsportals-
Marketing Fitness-Supplements 2021

Welche Onlineshops belegen im Gesamtranking vordere Ränge?

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Präsenz der Anbieter auf Vergleichsportalen

Kennzahlen der Portalpräsenz (Top 331 Anbieter)

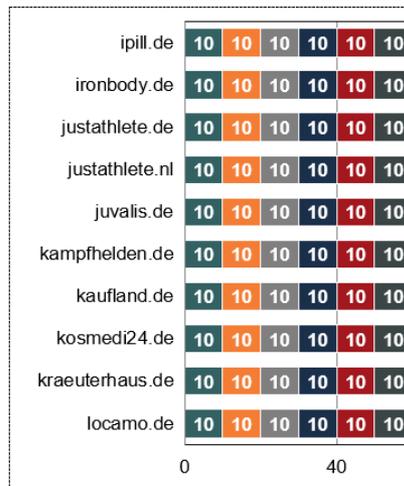
Kennzahlen der Vergleichsportalspräsenz

Anbieter	Anzahl Portale	Anzahl Listungen
Buxtrade	4	4
BWG	6	6
Cadion	8	8
Cellavent Healthcare	5	5
Cellucor	1	1
Certmedica	1	1
Class Delta	2	2
CROSSVITAL	1	4
Deba Pharma	21	50
Decathlon	9	9

Präsenz der Shops auf Vergleichsportalen

Anzahl der genutzten Portale nach Produktkategorie (Top 20 Shops)

Anzahl der genutzten Portale nach Produktkategorie* (Angaben in absoluten Werten) (Top 20 Shops)



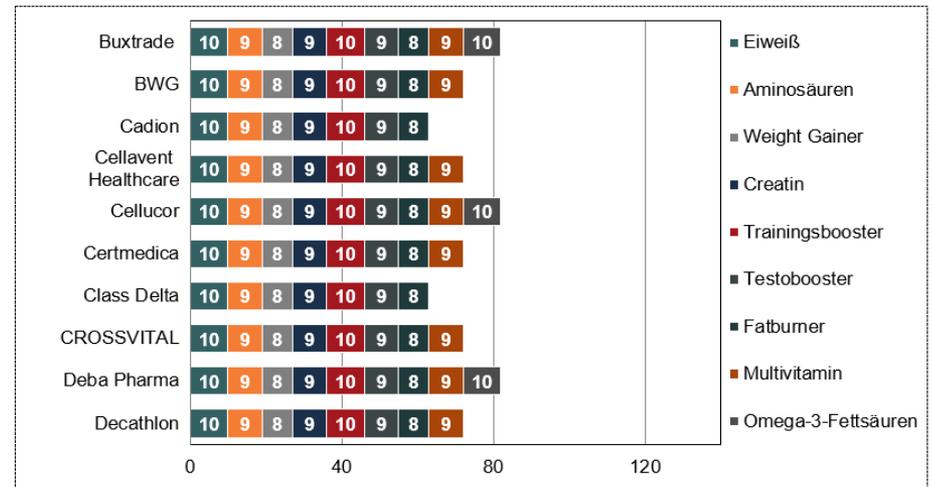
* Die Summe der genutzten Portale ergibt die Anzahl der Listungen

Wo liegt bei den Top 20-Anbietern der Produktfokus?

Präsenz der Anbieter auf Vergleichsportalen

Anzahl der genutzten Portale nach Produktkategorie (Top 20 Anbieter)

Anzahl der genutzten Portale nach Produktkategorie* (Angaben in absoluten Werten) (Top 1-10)



* Die Summe der genutzten Portale ergibt die Anzahl der Listungen



St
Marketin

Streupräsenz vs. Schwerpunkte, welche Strategie überwiegt?



St
Marketin



Studie Vergleichsportals-
Marketing Fitness-Supplements 2021

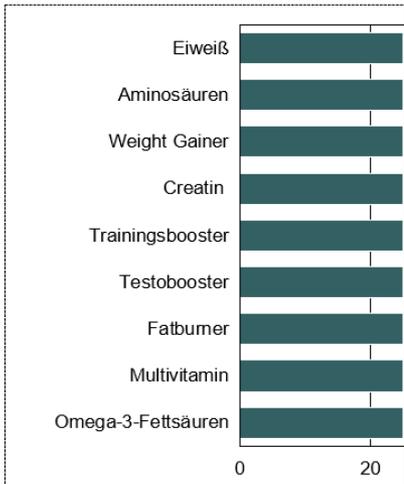
Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Anbieter in den Produktkategorien

Anbieter und Portale in den Produktkategorien

Anteil der gelisteten Anbieter in den Produktkategorien (Angaben in Prozent)



Anbieter in den Produktkategorien

Top 20 Anbieter in den Produktkategorien

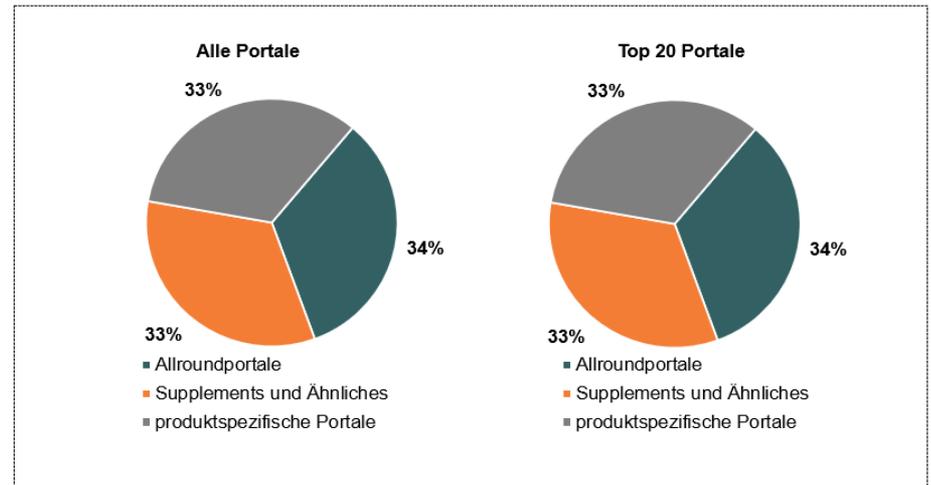
Eiweiß (Top 1-10)

Anbieter	Anzahl der Portale	Ø Erstplatzierung
Buxtrade	20	5
BWG	18	6
Cadion	8	4
Cellavent	15	9
Cellucor	9	7
Certmedica	12	10
Class Delta	19	7
CROSSVITAL	11	10
Deba Pharma	15	11
Decathlon	11	10

Vergleichsportale

Portalart

Portalart: Alle Portale und Top 20 Portale



217

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Marketin

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Marketin

Wie viele Anbieter listen die Portale je Produktkategorie?

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studie Vergleichsportal-
Marketing Fitness-Supplements 2021

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Wie viele Onlineshops listen die Top 20-Portale je Kategorie?

Vergleichsportale

Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen der Vergleichsportale nach Produktkategorie (Top 44 Portale)

Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen der Vergleichsportale nach Produktkategorie*

ID	Suchtreffer/Anzeige			
	EW	AS	WG	CR
11				60
12				70
13	80	60	80	60
14	90	70	90	70
15	100	80	100	80
16	60	40	60	40
17	70	50	70	50
18	80	60	80	60
19				90
20				100

* EW=Eiweiß, AS=Aminosäuren, WG=Weight-Gainer, CR=Creatin, O3=Omega-3-Fettsäuren

Vergleichsportale

Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen der Vergleichsportale nach Produktkategorie (Top 20 Portale)

Ranking Top 20 Portale*

* Basis: Portalindex

Vergleichsportale

Anzahl der gelisteten Shops in den Portalen nach Produktkategorie (Top 20 Portale)

Anzahl der gelisteten Shops in den Portalen nach Produktkategorie (Top 1-10)

ID	EW	AS	WG	CR	TR	TE	FB	MV	O3
10	9	9	9	9	9	9	9	9	9
11	6	4	6	4	6	4	6	4	6
12	8	8	8	8	8	8	8	8	8
13	10	9	10	9	10	9	10	9	10
14	9	9	9	9	9	9	9	9	9
15	6	3	6	3	6	3	6	3	6
16	10	9	10	9	10	9	10	9	10
17	3	8	3	8	3	8	3	8	3
18	8	1	8	1	8	1	8	1	8
19	3	10	3	10	3	10	3	10	3

* EW=Eiweiß; AS=Aminosäuren; WG=Weight-Gainer; CR=Creatin; TR=Trainingsbooster; TE=Testobooster; FB=Fatburner; MV=Multivitamin O3=Omega-3-Fettsäuren

Studie Vergleichsportale-Marketing Fitness-Supplements 2021

Welche Vergleichsportale sind in den Produktkategorien wichtig?

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 4.800 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Vergleichsportal-Marketing Fitness-Supplements 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

research tools
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Weitere relevante Studien:

- Studie eVisibility Nahrungsergänzungsmittel 2021
- Werbemarktanalyse Nahrungsergänzungsmittel 2020
- Studie Social Media-Performance Arzneimittelhersteller 2020
- Studie eVisibility Medikamente 2020
- Studie Vergleichsportal-Marketing Arzneimittel 2019
- Studie eVisibility Nahrungsergänzungsmittel 2019

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Studienreihe Vergleichsportal-Marketing sind seit 2017 neun Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

