

+++ 11 Pflanzen Kur +++ Almased +++ Balancia +++ CAFEFORM +++ Charlotte Eden +++ DrSlym +++ ebbes
+++ formoline +++ Refigura +++ Yokebe +++ und weitere 40 Anbieter mit quantitativem 5-Jahres-Trends +++

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Antiadiposita 2017

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

November 2017

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Antiadiposita 2017

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Antiadiposita-Marken innerhalb eines Jahres insgesamt etwa 119 Millionen Euro ausgegeben. Im Vergleich zum Vorjahr ist eine geringe Abnahme zu erkennen.
- Werbung für stoffwechsel-aktivierende Präparate zeigt im Vorjahresvergleich die höchste Steigerungsrate. Werbung für Nahrungsergänzungsmittel hat nur leicht zugelegt.
- Im Durchschnitt werben pro Monat 18 Marken, die werbestarke Phase fällt in den Monat Januar.
- Zeitschriften sind das Top-Werbemedium mit einem Anteil von 56 Prozent. Der Anteil an TV-Werbung hat im Vergleich zum Vorjahr deutlich zugenommen.
- Zehn Marken werben mit einem Volumen von mehr als einer Million Euro, sieben haben ihre Werbeaktivitäten im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet.
- Aufmerksamkeitsstärke ist in der Branche der aktuell größte Schwachpunkt unter den qualitativen Werbeerfolgsfaktoren.

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

Werbevolumen Antiadiposita

2015/2016:
121 Mio €

2016/2017:
119 €

Mediensplit



TV-Werber Nr. 1:
Refigura

7 Produktmärkte



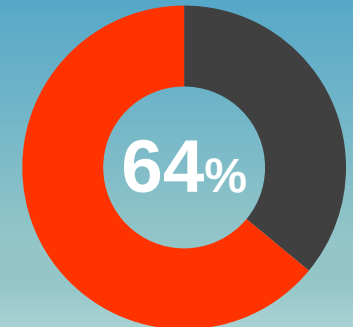
Top-Volumenmarkt:
Stoffwechsel-Präpar.

Top-Aufsteigermarkt:
Stoffwechsel-Präpar.

Werbekonzentration



**Almased
formoline
Refigura**



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Werbetrends für die **50 Antiadiposita**
mit den höchsten Werbeausgaben

detaillierte **qualitative und quantitative Analyse** für 10 Top-Werber

in **7 Teilmärkten**, darunter Formula-Diäten,
Nahrungsergänzungsmittel, Stoffwechsel-aktivierende Präparate

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 145 PowerPoint-Seiten

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

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

Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Antiadiposita-Marken:

- 11 Pflanzen-Kur
- Almased
- Balancia
- CAFEFORM
- Charlotte Eden
- DrSlym
- ebbes
- formoline
- Refigura
- Yokebe
- + Spendings
für 40 weitere
Antiadiposita-
Marken



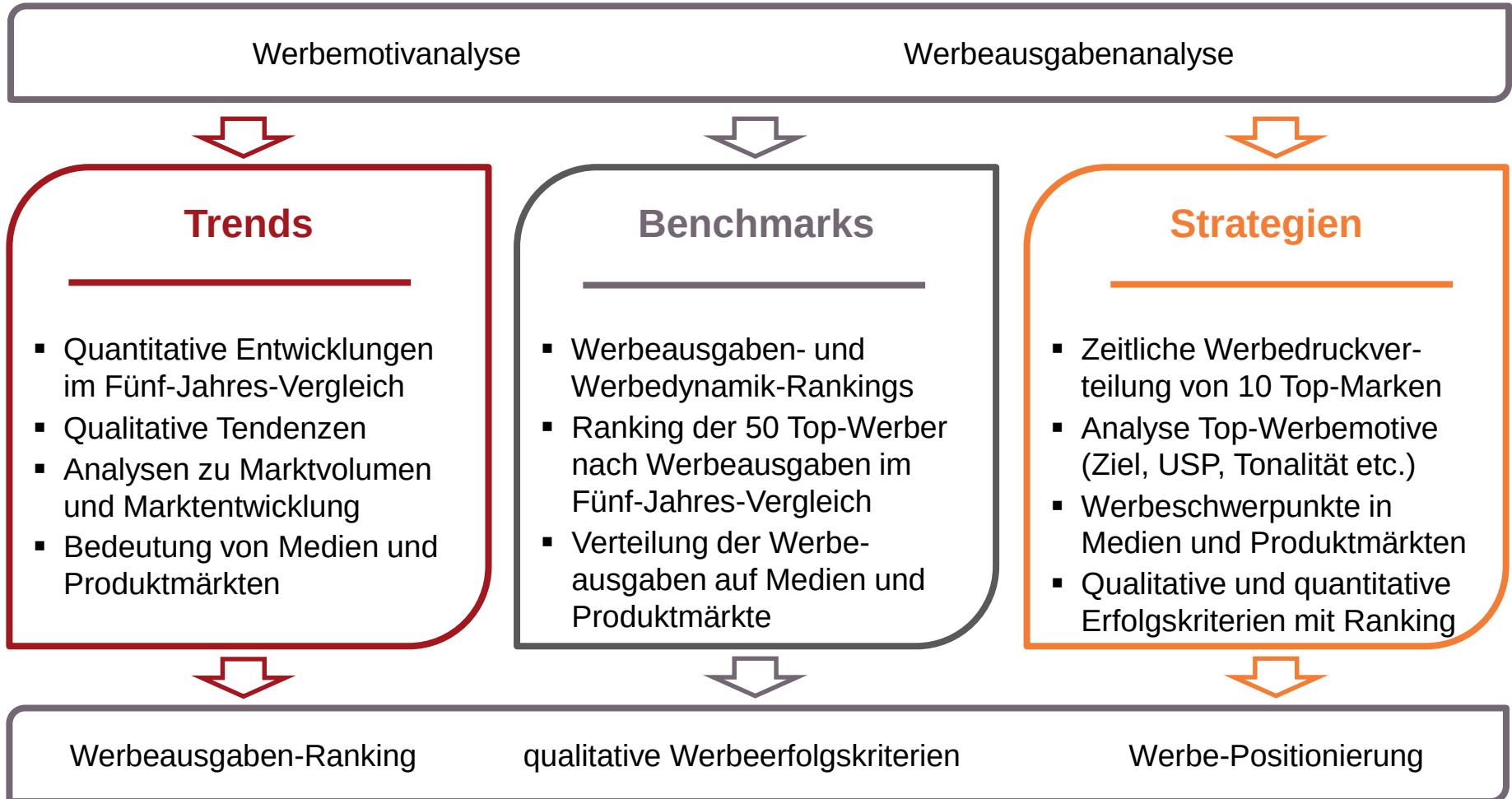
research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Antiadiposita 2017

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

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

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten?
- welches sind die werbeintensivsten und /- dynamischsten Marken?
- mit welchen Nutzenargumenten werden die Antiadiposita beworben?
- welche Entwicklungen sind in verschiedenen Produktmärkten zu erkennen?
- welche Werbestrategien wenden die zehn detailliert analysierten Marken an?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10 Marken?
- welche Zielsetzung, USPs, Tonalität, Zielgruppenansprache liegt den Topmotiven zugrunde?
- welche Stärken und Schwächen der Top 10 Anbieter zeigt die qualitative Motivanalyse auf?
- wie positionieren sich die am stärksten beworbenen Antiadiposita im Werbemarkt?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 50 Antiadiposita im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in sieben Produktmärkten
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Qualitative Strategien & Motivanalyse von zehn Top-Marken
- Positionierungsanalyse Werbestrategie für zehn Top-Anbieter

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Internet (Bannerwerbung), Print, Radio und TV sowie der Werbemotive für diese Mediengattungen. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank von **AdVision digital**.

Preis der Studie: Die 145 Seiten umfassende Studie kostet **2.400 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	15
▪ Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich	18
Entwicklung der Anzahl Werbungtreibender, Werbeausgabenentwicklung insgesamt, Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkten und Medien	
▪ Qualitative Tendenzen	24
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2016/2017, aktuelle Trends 2016/2017	
➤ Benchmarks	29
▪ Werbeausgaben-Rankings	32
Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Top 50 Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik, Top-Werbungtreibende 2012-2016, die nicht unter den Top 50 2016/2017 waren	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im 5-Jahres-Vergleich	41
Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im Fünf-Jahresvergleich, Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Marken auf die Monate im Fünf-Jahres-Vergleich	
▪ Verteilung der Werbeausgaben in den letzten zwölf Monaten	47
Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Marken auf die Produktmärkte in den letzten zwölf Monaten	



Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	49
Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10 Marken durchgeführt: Werbeausgaben nach Produktmärkten und Mediengattungen, Zeitliche Werbedruckverteilung nach Produktmärkten in den letzten 24 Monaten, Analyse der Top-Werbemotive, Quantitative und qualitative Erfolgskriterien	
▪ 11 Pflanzen Kur	56
▪ Almased	62
▪ Balancia	69
▪ CAFEFORM	75
▪ Charlotte Eden	85
▪ DrSlym	91
▪ ebbes	99
▪ formoline	109
▪ Refigura	117
▪ Yokebe	125
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	130
▪ Motiv-Highlights	132
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	136
➤ Kontakt	145

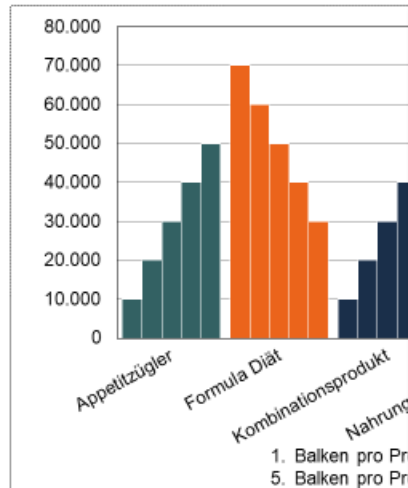
Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich

Werbespendings aller beworbenen Marken nach Produktmärkten im 5-Jahres-Vergleich (in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Welche Dynamik ist in den Teilmärkten erkennbar?

Trends

Qualitative Tendenzen

Aktuelle Trends 2016/2017 für alle Top 10 Werbungtreibenden der Branche

Kategorie	Top 1
Medienkanäle mit den höchsten Werbeausgaben¹	Zeitschriften
Werbemedium (Sender, Titel etc.) mit den höchsten Werbeausgaben¹	ProSieben
Medienkanäle mit den meisten Motiven¹	Zeitschrift (XXX)
Häufigste Designelemente	schlanke, leicht bekleidete Frauen
Kreativagenturen	Agentur A

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; ¹



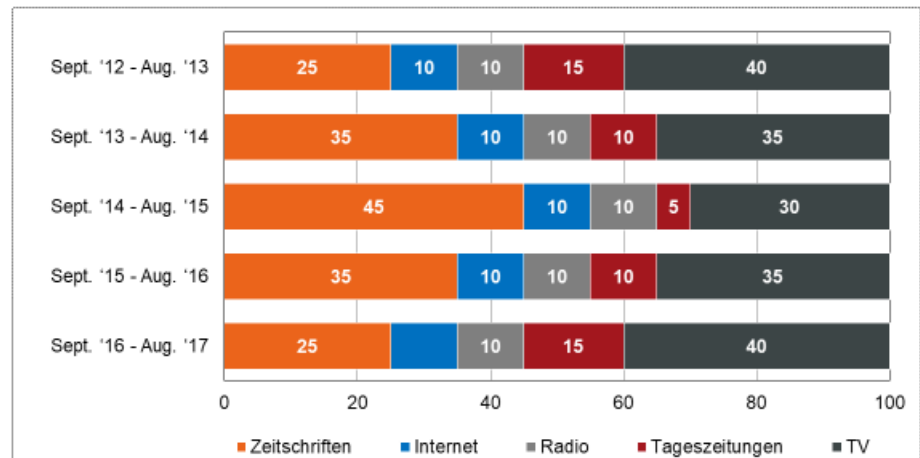
research tools

Auf welchen Mediensplit setzen die Antiadiposita-Marken?

Trends

Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; Lesebeispiel: 59% aller Werbeausgaben der Branche im Zeitraum September 2012 bis August 2013 wurden für die Ausstrahlung von Werbung im TV ausgegeben; ¹ nur Anteile über 1% sind in der Grafik ausgewiesen



research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Antiadiposita 2017



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Antiadiposita 2017

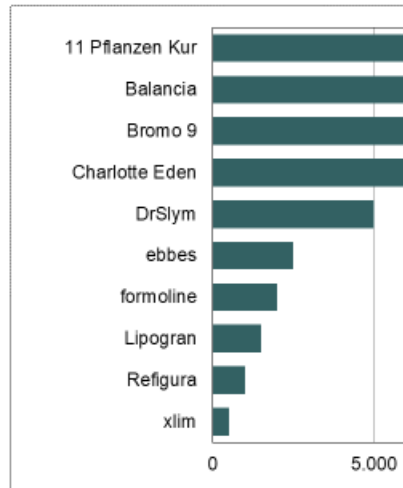
Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10 Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

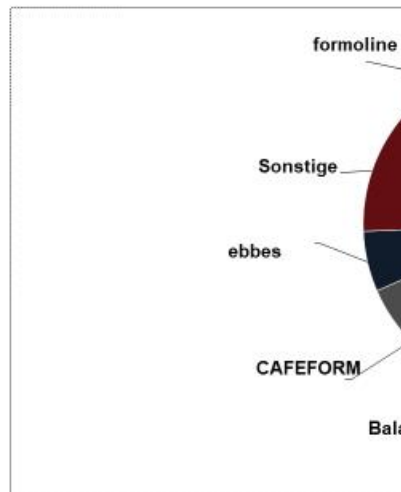


Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10 Werber von September 2016 bis August 2017



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



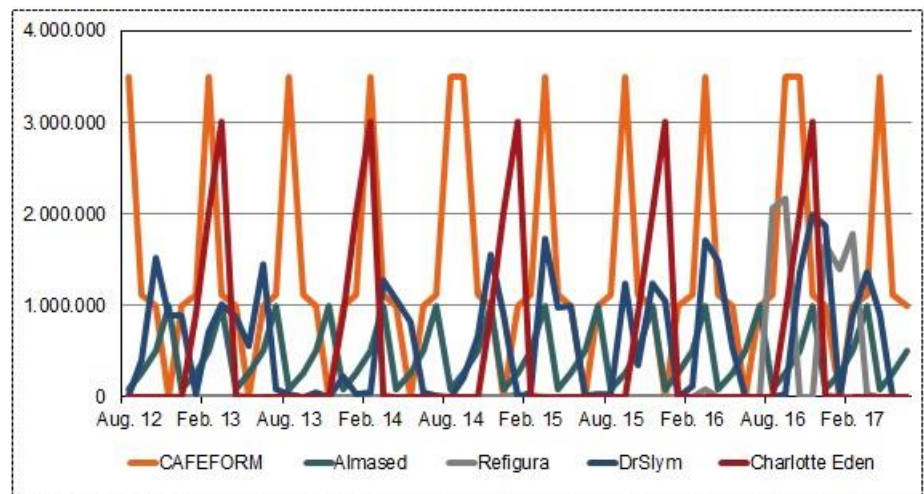
Welche Antiadiposita-Marken zeigen die größte Dynamik?

Welche medialen Peaks ergeben sich im Jahresverlauf?

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im Verlauf der letzten 60 Monate (Top 1 - 5) (in €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Antiadiposita 2017

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Marke B | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

Werbeausgaben absolut in '16/'17	X.XXX.401 € (XX,2 % zu 15/'16) Rang X
Alleinstellung	ohne Diät und durch den Verzehr eines beliebigen Genussmittels abnehmen
Aufmerksamkeitsstärke	relativ hoch durch Vorher-Nachher-Fotos, redaktioneller Stil aber eher unauffällig
Design – Konsistenz	verschiedene Anzeigen unterscheiden sich stark in Layout und Aufmachung

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien

Marke A | Analyse Top-Werbemotive



MED	tv Hören und Sehen	€	XXX.855 €
ZG	Menschen, die abnehmen wollen	SCH	65
TON	dynamisch	ZR	2X.XX.201'
	Produktnutzen		0X.XX.201'
USP	besonderes Kohlenhydrat hält Blutzuckerspiegel konstant, gibt Energie in Reduktionsdiät		

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

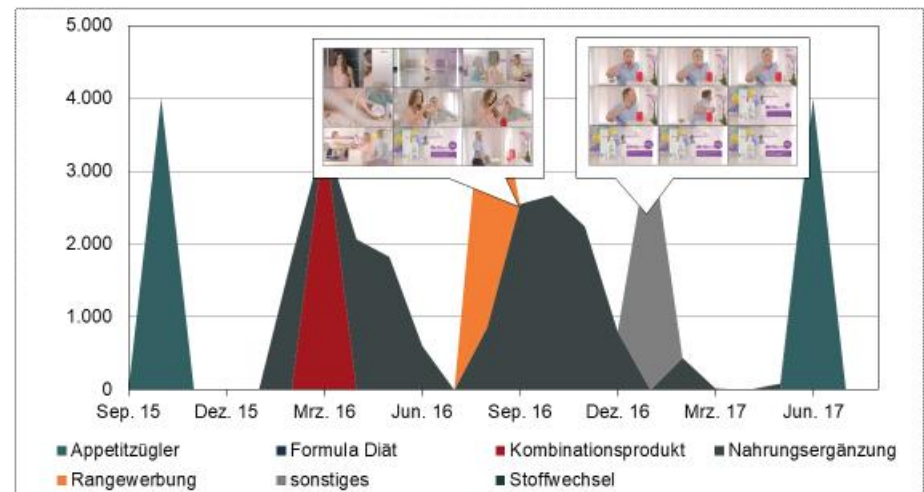


Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

Strategien

Marke C | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 24 Monaten nach Produktkategorien (in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Antiadiposita 2017

102

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

Marken	Werbedruck	Share of Advert.	Awar
11 Pflanzen K. ³	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Almased	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Balancia	●●●●●	●●●●●	●●●●●
CAFEFORM	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Charlotte Eden	●●●●●	●●●●●	●●●●●
DrSlym	●●●●●	●●●●●	●●●●●
ebbes	●●●●●	●●●●●	●●●●●
formoline	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Refigura	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Yokebe	●●●●●	●●●●●	●●●●●

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Anbierranking (Angaben in % der maximal erreichbaren Punkte)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

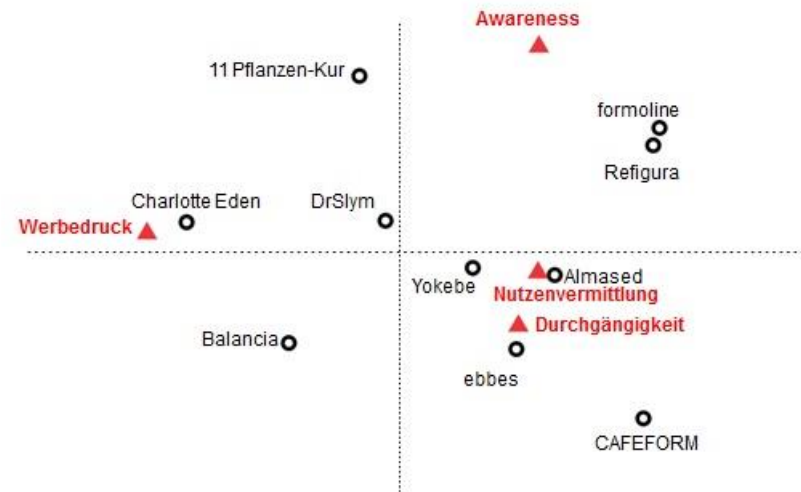


Wo liegen im Wettbewerbsvergleich Stärken und Schwächen?

Wie positionieren sich die Top-Marken im Wettbewerbsumfeld?

Kommunikationspositionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Antiadiposita 2017

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 2.400 EUR zzgl. MwSt. die
Werbemarktanalyse Antiadiposita 2017.

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

Zuletzt zur Branche Healthcare erschienen:

- Studie eVisibility Mundhygiene 2017
- Werbemarktanalyse Optik 2017
- Marktt Themenradar Medizintechnik 2017
- Studie eVisibility Nahrungsergänzungsmittel 2017
- Werbemarktanalyse Dermatika 2017
- Studie eVisibility Medizintechnik 2017

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2016 über 40 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Antiadiposita 2017