

+++ AXE +++ Dove +++ Frosch +++ Kneipp +++ N.A.E. Naturale Antica Erboristeria +++ Nature Box +++ NIVEA +++ NIVEA Men +++ Sebamed +++ T: by Tetesept +++ u. weit. 40 Anbiet. m. quantitat. 5-Jahres-Trends

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Duschgels 2021

Werbeausgaben für 50 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

März 2021

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Duschgels 2021

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die Anbieter von Duschgels innerhalb eines Jahres rund 45 Millionen Euro ausgegeben.
- Das Werbevolumen erhöhte sich innerhalb von zwölf Monaten um vier Prozent.
- Im Durchschnitt werben zwölf Marken pro Monat für ihre Produkte. Innerhalb der vergangenen fünf Jahre hat die Anzahl der Werbungtreibenden nur wenig geschwankt.
- TV ist das Top-Werbemedium. Zeitschriften-Werber Nummer eins ist Dove.
- Elf Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro innerhalb der letzten zwölf Monate.
- Die Werbekonzentration fällt mit 57% Anteil der Top 3-Marken in der Branche hoch aus.
- Unter den 20 Marken mit den höchsten Werbeausgaben finden sich gleich mehrere, die erstmals in größerem Umfang werben.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Duschgels

2019:
43 Mio €

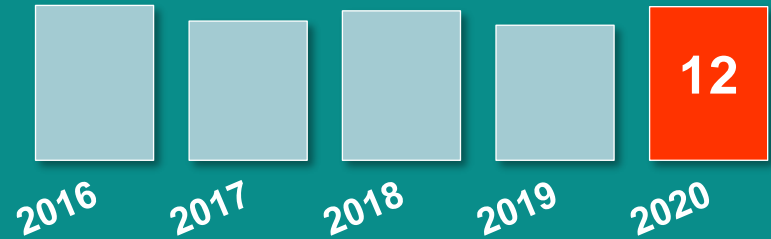
2020:
45 Mio €

Mediensplit



Zeitschriften-Werber Nr. 1:
Dove

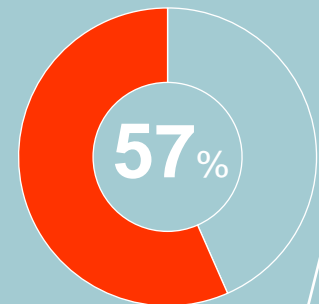
Werbungtreibende pro Monat im Ø



Werbekonzentration



Dove
Nature Box
NIVEA Men



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

50 Anbieter von Duschgels
mit den höchsten Spendings

Werbeausgaben für fünf Jahre in der **quantitativen Analyse**

Mediensplit für fünf Gattungen:
Internetbanner, Radio, TV, Zeitschriften, Zeitungen

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 51 PowerPoint-Seiten

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

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

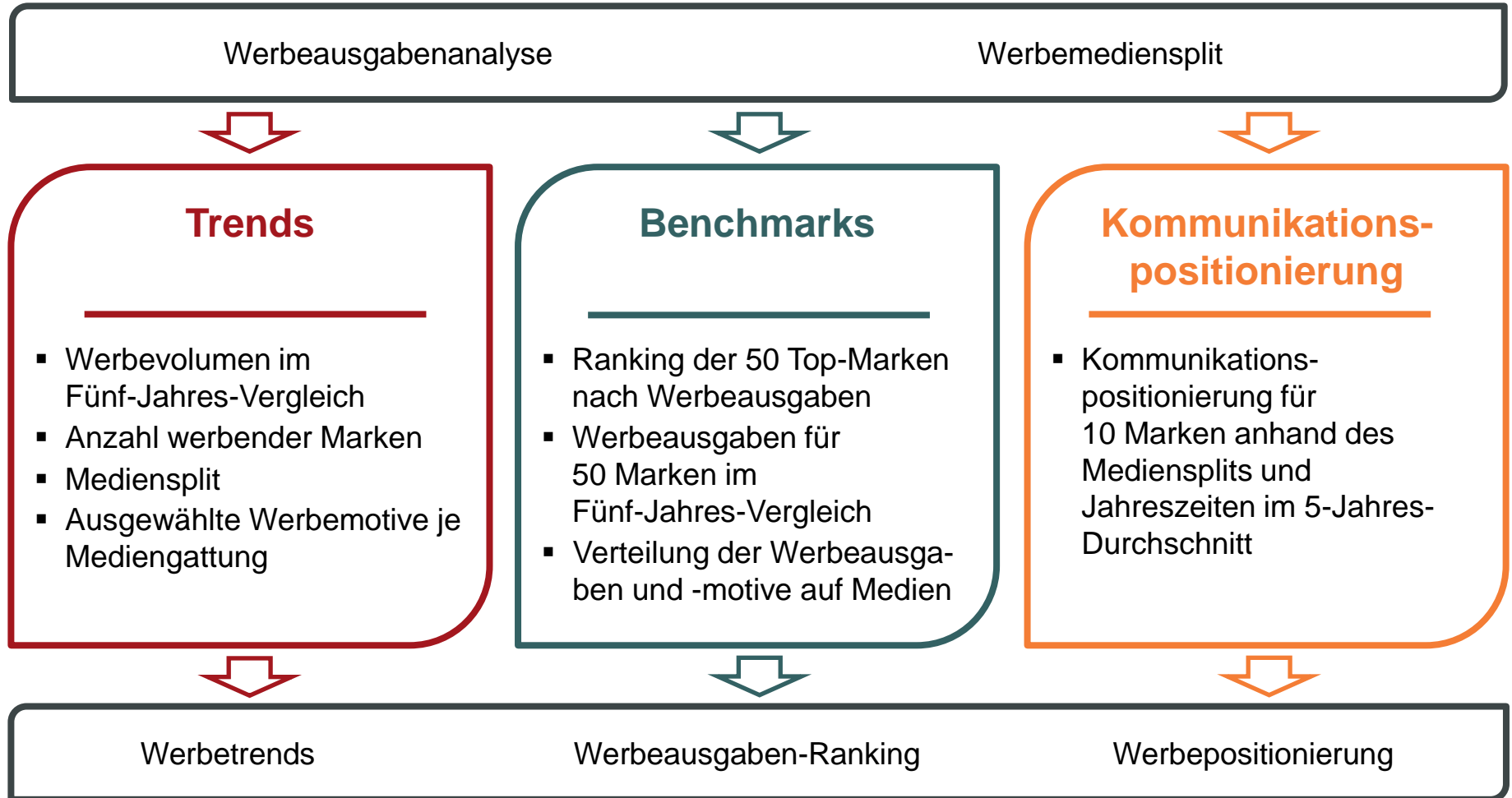
Nutzen: Analyse von Trends und Benchmarks ermöglichen
einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- AXE
- Dove
- Frosch
- Kneipp
- N.A.E Naturale
Antica Erboristeria
- Nature Box
- NIVEA
- NIVEA Men
- Sebamed
- T: by Tetesept
- + Spendings für
40 weitere Marken

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

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

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten?
- wie viele Marken werben im Fünf-Jahres-Vergleich?
- über welche Medien kommuniziert die Branche?
- welches Werbemedium hat im Vorjahresvergleich an Bedeutung gewonnen?
- wie verteilen die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?
- welchen Werbedruck entfalten die Top-Marken?
- welches sind die werbeintensivsten und -dynamischsten Marken?
- in welchen Mediengattungen werben die Top-Marken?
- wie positionieren sich die Marken im Mediensplit?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 50 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Kommunikationspositionierung für 10 Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet-Bannerwerbung, Radio, Zeitschriften und Zeitungen. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**.

Preis der Studie: Die 51 Seiten umfassende Studie kostet **1.600 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	7
➤ Trends	11
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	13
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	18
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	24
▪ Werbeausgaben-Rankings	27
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 50-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10-Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken	37
Entwicklung der jährlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich, Entwicklung der monatlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im 5-Jahres-Vergleich	
▪ Mediensplit der Top 10-Marken	44
Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤ Kommunikationspositionierung	46
Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤ Kontakt	50



Analysebeispiele (1)

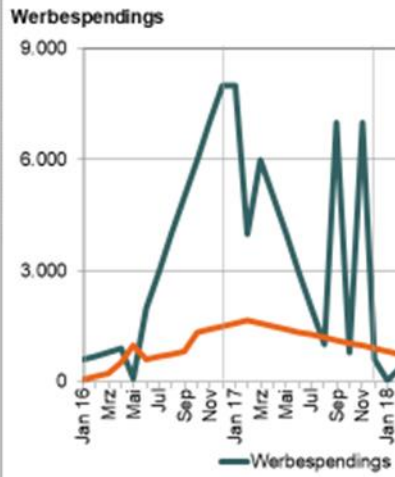
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (Angaben in T€) und Anzahl der Werbungtreibenden



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische TV Beispiele und Nutzenargumente 2020



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

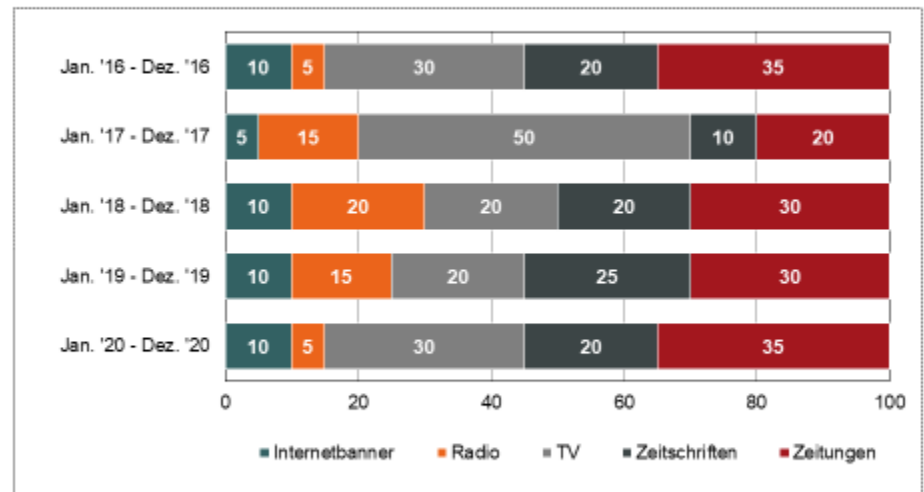


Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Mediensplit 2020 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Duschgels 2021

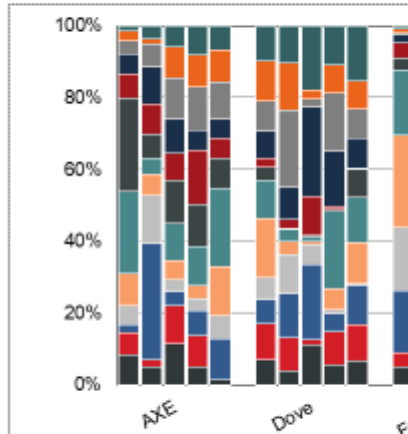
Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im Fünf-Jahres-Vergleich



1. Balken pro Marke: Januar '16 – Dezem

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 50-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Jan. '16 – Dez. '16	Jan. De
11	Butcher's Son	1.000.000	€
12	Dr. Squatch Soap C.	900.000	€
13	Eubos Med	800.000	7
14	Fenjal	700.000	€
15	Foamie	600.000	€
16	Inselseifen	500.000	4
17	L'ORÉAL Paris	400.000	3
18	Medipharma Cosme.	300.000	2
19	Rituals	200.000	1
20	Tetesept	100.000	€

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

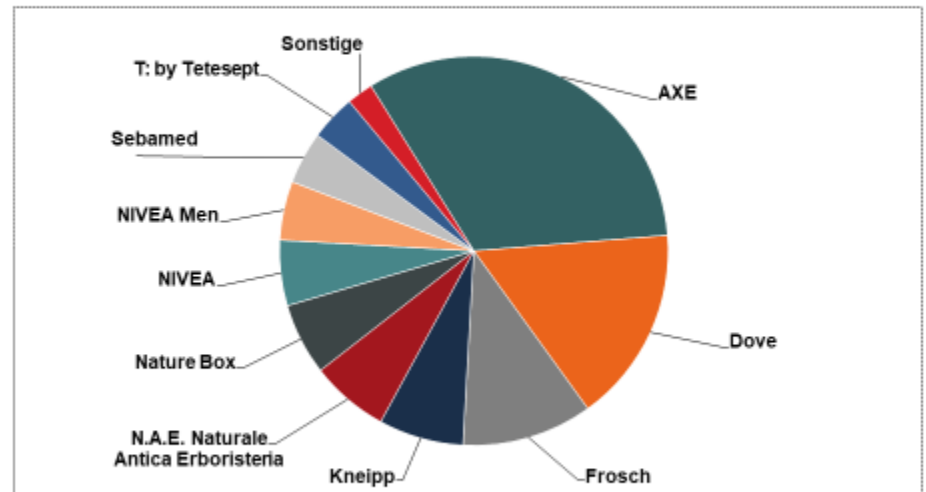


Welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von Januar 2020 bis Dezember 2020



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

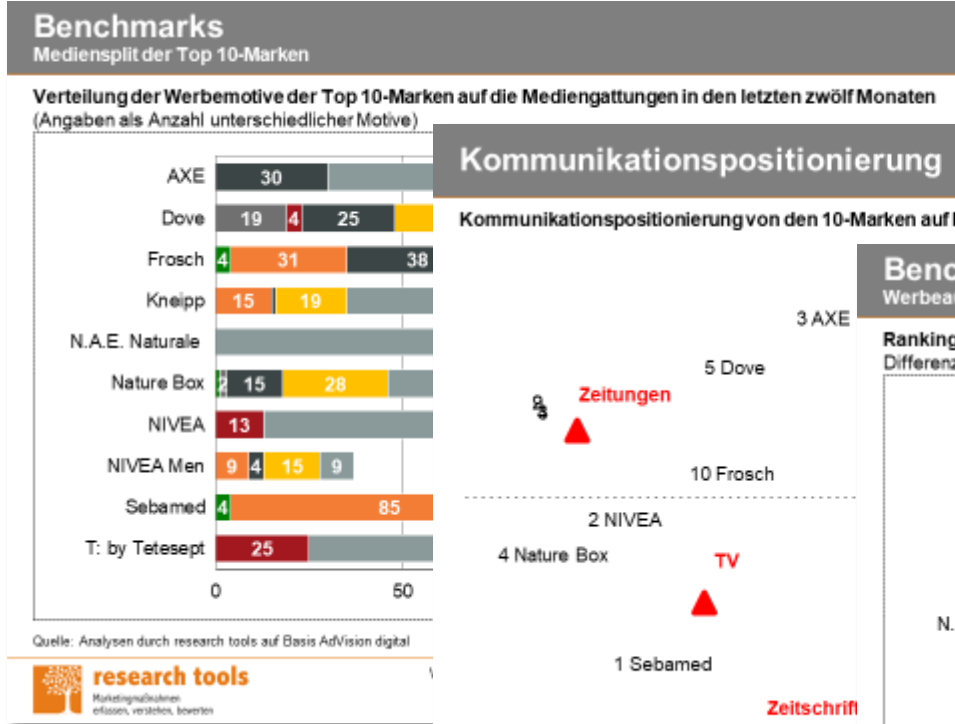


Werbemarktanalyse
Duschgels 2021

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

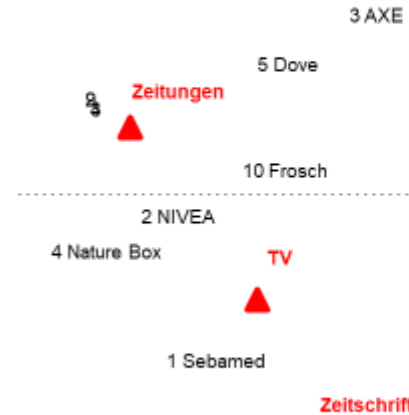
Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

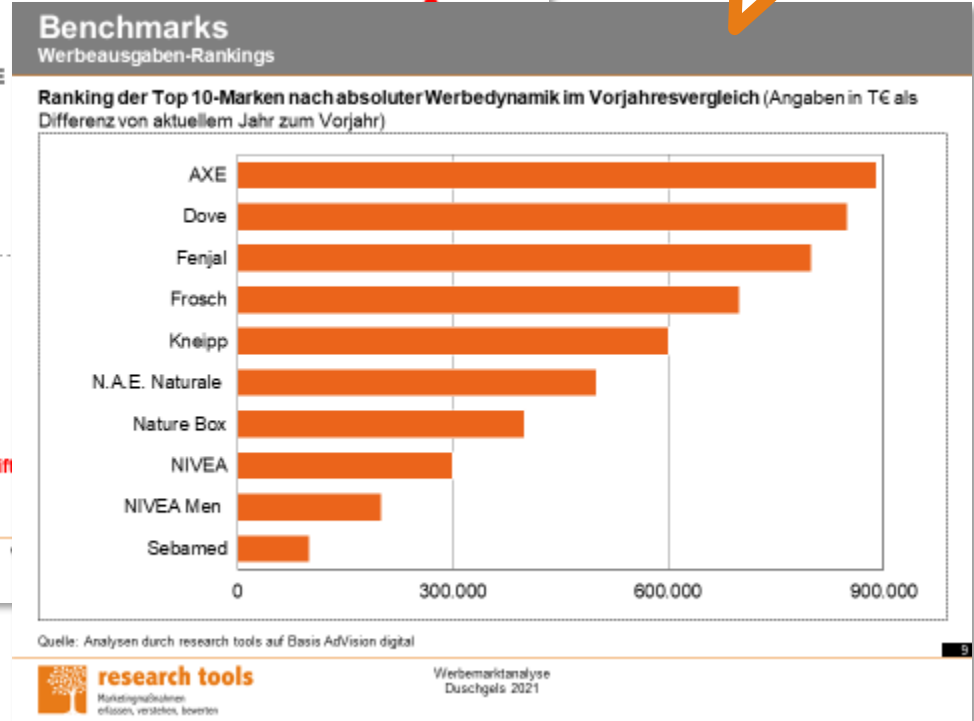


Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung von den 10-Marken auf Basis Mediensplit im 5-Jahres-Durchschnitt



Welche Marken zeigen die größte Dynamik?



Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

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 1.600 EUR zzgl. MwSt. die
Werbemarktanalyse Duschgels 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

Zuletzt erschienene Studien zu Beauty & Körperpflege:

- Studie eVisibility Parfümerie 2020
- Studie eVisibility Make-up 2019
- Studie eVisibility Drogerieartikel 2018
- Werbemarktanalyse Haarpflege 2018
- Studie eVisibility Make-up 2017
- Studie eVisibility Parfümerie 2016

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

