

+++ Allyouneed +++ HelloFresh +++ Joey's Pizza Service +++ KaDeWe +++ Lieferando +++ Lieferheld +++ Liefer-
service +++ MarleySpoon +++ pizza.de +++ Spezialitäten-Haus+++ Allyouneed +++ HelloFresh +++ Joey's

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Liefer- service Lebensmittel 2016

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

Februar 2016



powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Lieferservice Lebensmittel 2016

Ausgewählte Ergebnisse:

- Für die mediale Kommunikation haben die Top 10 der werbetreibenden Lebensmittel-Lieferservices innerhalb eines Jahres insgesamt über 97 Millionen Euro ausgegeben.
- Neun der zehn werbestärksten Unternehmen haben ihr Werbevolumen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum erhöht. Bei zwei Anbietern liegt der Zuwachs im zweistelligen Millionenbereich.
- Die Analyse qualitativer Kommunikationsaspekte offenbart bei einer Mehrzahl der Lieferanten Potenzial bei der Wiedererkennbarkeit und der Vermittlung des Produktnutzens. Einige Anbieter bauen hohen Werbedruck auf, um Aufmerksamkeit zu erzeugen.
- Die Lieferanten von Fertiggerichten setzen zum Teil auf grelle, aufmerksamkeitsstarke Motive. Hingegen kommunizieren die Lieferanten von Nahrungsmitteln bevorzugt Motive wie Frische, Genuss und Einfachheit.

Informationen zur Studie

Wichtige USPs:

Analyse von **zehn Lieferservices für Lebensmittel**

mit den höchsten **Werbeausgaben**

in **sieben Produktmärkten**

alle Informationen gebündelt auf **110 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

Top 10 werbungstreibende Lieferdienste:

- Allyouneed
- HelloFresh
- Joey's Pizza Service
- KaDeWe
- Lieferando
- Lieferheld
- Lieferservice
- MarleySpoon
- pizza.de
- Spezialitäten-Haus
- + Spendings für 20 weitere Anbieter

Informationen zur Studie

Werbemotivanalyse

Werbeausgabenanalyse

Trends

- Quantitative Entwicklungen im Fünf-Jahres-Vergleich
- Qualitative Tendenzen
- Analysen zu Marktvolumen und Marktentwicklung
- Bedeutung von Medien und Produktmärkten

Benchmarks

- Werbeausgaben- und Werbedynamik-Rankings
- Ranking der 30 Top-Werber nach Werbeausgaben im Fünf-Jahres-Vergleich
- Verteilung der Werbeausgaben auf Medien und Produktmärkte

Strategien

- Zeitliche Werbedruckverteilung der Top 10
- Analyse Top-Werbemotive (Ziel, USP, Tonalität etc.)
- Werbeschwerpunkte in Medien und Produktmärkten
- Qualitative und quantitative Erfolgskriterien mit Ranking

Werbe-Ranking

Motivanalyse

Werbe-Positionierung

Informationen zur Studie

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

- welche allgemeinen Werbeausgabetrends sind zu beobachten
- welches sind die werbeintensivsten und /- dynamischsten Unternehmen?
- mit welchen Motiven werben die Unternehmen?
- welche Entwicklungen sind in verschiedenen Produktmärkten zu erkennen?
- welche Werbestrategien wenden die zehn detailliert analysierten Unternehmen an?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10 Anbieter?
- mit welchen Slogans oder Motiven wird in der Werbung argumentiert?
- 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 Top-Anbieter im Werbemarkt?

Die **110 Seiten umfassende Studie kostet 1.900 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen der Top 30 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in sieben Produktmärkten
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Qualitative Strategien & Motivanalyse der Top 10 Unternehmen
- Positionierungsanalyse Werbestrategie für zehn Top-Marken

Forschungsdesign:

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

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	8
➤ Trends	13
▪ Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich	16
Entwicklung Anzahl Werbetreibende, Werbeausgabenentwicklung insgesamt, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Qualitative Tendenzen	21
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2015, aktuelle Trends 2015	
➤ Benchmarks	23
▪ Werbeausgaben-Rankings	26
Share of Voice der Top 10 Anbieter, Ranking der Anbieter nach Werbevolumen, Ranking der Top 30 Anbieter nach absoluter Werbedynamik im 5-Jahres-Vergleich	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im 5-Jahres-Vergleich	32
Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im Fünf-Jahresvergleich, Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter auf die Monate im Fünf-Jahresvergleich	
▪ Verteilung der Werbeausgaben in den letzten zwölf Monaten	38
Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter auf die Produktmärkte in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	



Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	40
Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10 Anbieter durchgeführt: Werbeausgaben nach Produkten und Mediengattungen, Zeitliche Werbedruckverteilung nach Produkten in den letzten 24 Monaten, Analyse Top-Werbemotive, Quantitative und qualitative Erfolgskriterien	
▪ Allyouneed	45
▪ HelloFresh	50
▪ Joey´s Pizza Service	55
▪ KaDeWe	61
▪ Lieferando	65
▪ Lieferheld	71
▪ Lieferservice	76
▪ MarleySpoon	80
▪ pizza.de	85
▪ Spezialitäten-Haus	90
➤ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	95
➤ Motiv-Highlights	97
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	101
➤ Kontakt	109

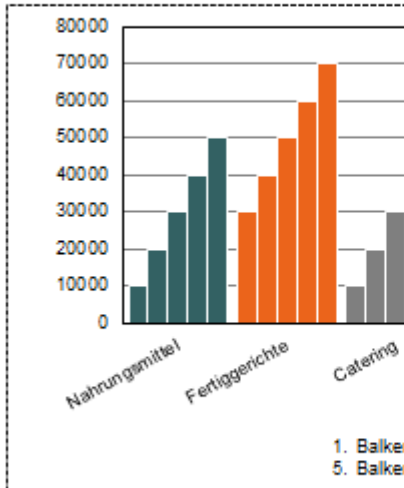
Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich

Werbespendings der Top 10 Lieferanten nach Produktmärkten im Fünf-Jahres-Vergleich (in Tsd. €)



Trends

Qualitative Tendenzen

Aktuelle Trends 2015

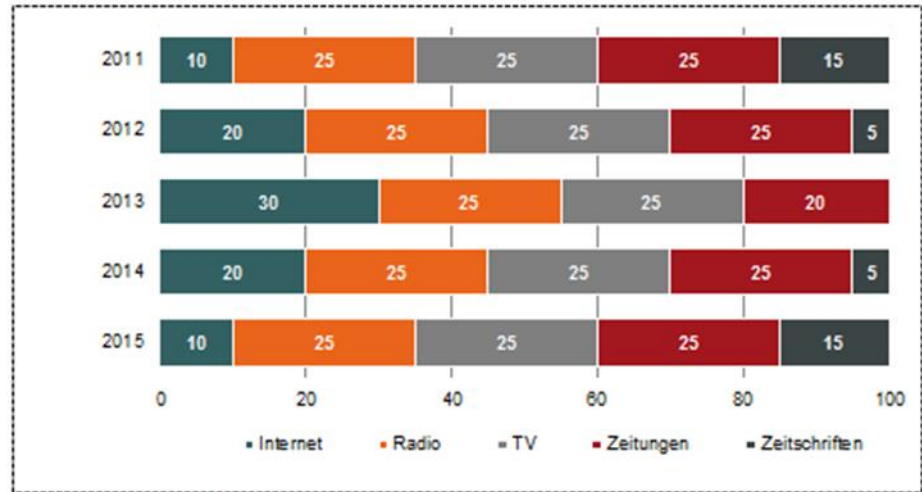
Kategorie	Top 1
Meist beworbene Produkte	Fertiggerichte
Meist geschaltete Medienkanäle	Internet
Meist genutzte Werbemedium	Sender XY
Anzahl Motive	Internet (XXXX)
Designelemente	Animation
Kreativagenturen	Agentur XY

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Trends

Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich

Entwicklung des Mediensplits im Fünf-Jahres-Vergleich (in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Auf welchen Mediensplit setzen die Anbieter?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Lieferer

research tools

Lieferer

Welche Dynamik ist in den Teilmärkten erkennbar?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemerkmalanalyse
Lieferservice Lebensmittel 2016

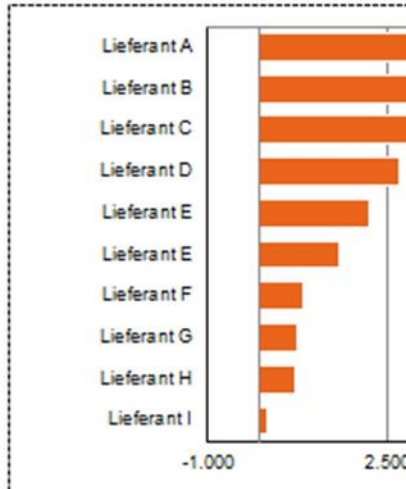
Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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



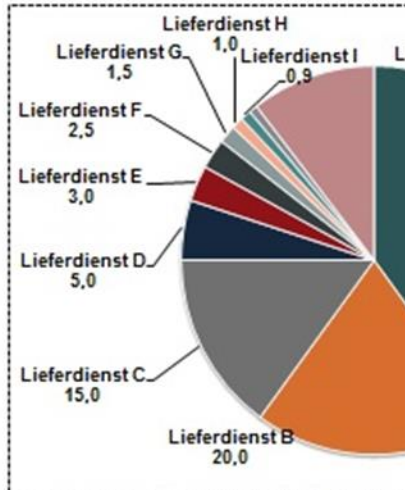
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Voice der Top 10 Anbieter in 2015



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

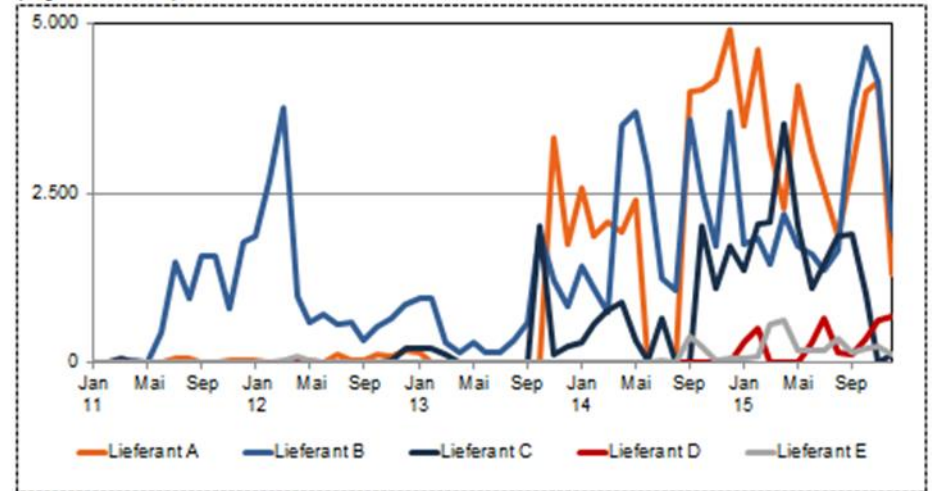


Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im Verlauf der letzten 60 Monate (Top 1-5) (Angaben in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Lieferservice Lebensmittel 2016

Welche Lieferdienste weisen die größte Dynamik auf?

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Lieferant XY | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

Quantitativ	Qualitativ
Werbeausgaben Absolut in 2015	XXX.579 € Rang X
Alleinstellung	Abgrenzung zu Supermärkten - Günstiger
Aufmerksamkeitsstärke	Kontrastfarben, Sprechblasen
Design - Konsistenz	Hauptmerkmal auf Internet-Werbung, einheitlich Orange

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Lieferando | Apps | Analyse Top-Werbemotive

MED	PCgo, PC Magazin	SCH	X
€	XX 800 €	ZG	Haushalte
ZR	02.01.2015 – 09.01.2015	USP	einfach, schnell
	Bekanntheit	TON	modern

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

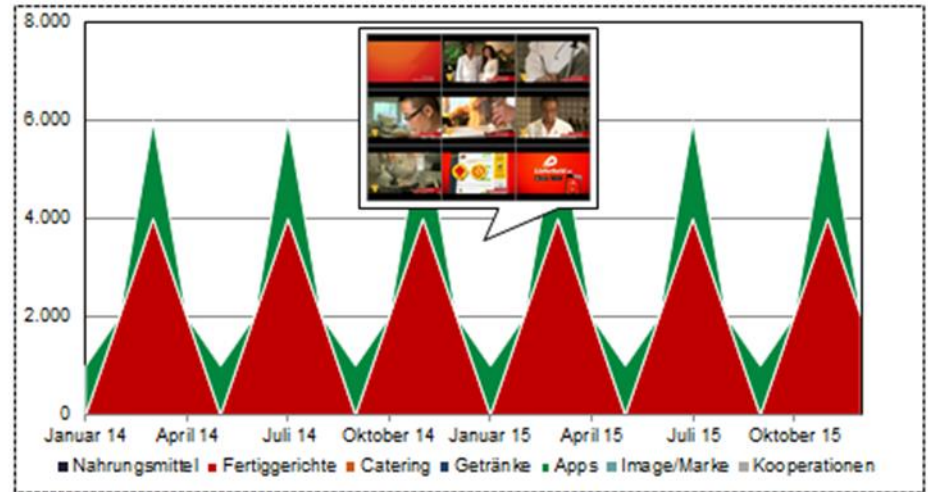


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Lieferant YZ | Zeitliche Werbedruckverteilung nach Produkten (in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarkanalyse
Lieferservice Lebensmittel 2016

Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

Unternehmen	Werbedruck		Awar	
	Spending	Share of Voice	Alleinstellung	
Allyouneed	○○●	○○●	○○●	
HelloFresh	○○○	○○○	○○○	
Joey's Pizza	●○○	●○○	●○○	
KaDeWe	○○●	○○●	○○●	
Lieferando	○○○	○○○	○○○	
Lieferheld	●○○	●○○	●○○	
Lieferservice	○○●	○○●	○○●	
MarleySpoon	○○○	○○○	○○○	
pizza.de	●○○	●○○	●○○	
Spezial.-Haus*	○○●	○○●	○○●	

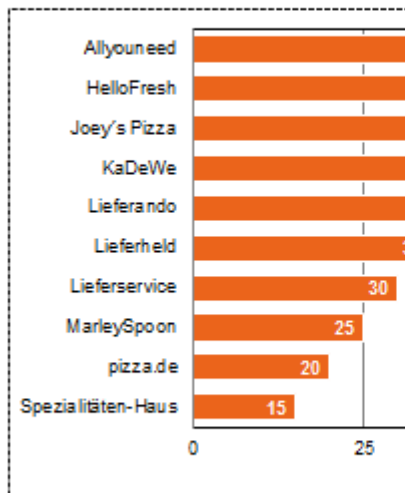
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Anbierranking (Angaben in % der erreichbaren Punkte)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Welche Positionierung nehmen die Werbungtreibenden im Wettbewerbsumfeld ein?

Kommunikationspositionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Werbemarktanalyse Lieferservice Lebensmittel 2016



Wo liegen im Wettbewerbsvergleich Stärken und Schwächen?

Bestellformular

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer:

research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.900 EUR zzgl. MwSt. die
Werbemarktanalyse Lieferservice Lebensmittel 2016.

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 der Branche Food & Beverages:

- Werbemarktanalyse Mineralwasser 2015
- E-Shop-Analyse Lebensmittel 2014
- Werbemarktanalyse Süßwaren 2014
- Studie Unternehmensprofile Sektmarken 2014
- Werbemarktanalyse Alkoholfreie Getränke 2013
- Werbemarktanalyse Milchprodukte 2013

Seit 2005 arbeitete research tools für zahlreiche Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen wie Banken, Versicherungen, Telekommunikation. In der Studienreihe Werbemarktanalysen sind seit 2012 22 Marktstudien erschienen.



Ausgewählte analysierte Aspekte

5-Jahres-Vergleich, Alleinstellung, Anbieter ranking, Anzahl Schaltungen, Apps, Aufmerksamkeitsstärke, Awareness, Benchmarks, Catering, Designelemente, Design-Konsistenz, Durchgängigkeit, Fertiggerichte, Getränke, Händler, Haupt-Werbeargument, Imagewerbung, Internet, Kommunikationspositionierung, Kommunikationsstrategie, Kommunikative Leitidee, Kooperationen, Kreativagentur, Markenranking, Mediengattungen, Medienkanäle, Mediensplit, Monatsvergleich, Motivanalyse, Motivanzahl, Motivbeispiele, Motiv-Highlights, Nahrungsmittel, Nutzenargumente, Nutzenvermittlung, Periodizität, Positionierung, Produktmarkt, Produktnutzen, Pulsing-Strategie, qualitative Erfolgskriterien, quantitative Erfolgskriterien, Radio, Share of Voice, Sponsoring, stärkste Aufmerksamkeit, Strategien, teuerste Motive, Trends, Tonalität, Top 10 Anbieter, TV, Umfeld (TV), USP, Werbedruck, Werbedynamik, Werbemedium, Werbespendings, Werbetrends, Werbevolumen, Werbezeit, werbungstreibende Unternehmen, Wiedererkennbarkeit, Zeitraum Schaltungen, Zeitung, Zeitschrift, Zielgruppe, Zielsetzung