

+++ AG1 +++ AuraNatura +++ Bion 3 +++ Doppelherz +++ Imupret +++ LaVita +++ Magnesium-Diasporal +++ Salus +++ Vigantolvit +++ Vitasprint
+ und weitere 290 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ AG1 +++ AuraNatura +++ Bion 3 +++ Doppelherz +++ Imupret +++ LaVita +++

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Nahrungsergänzungsmittel 2024

Werbeausgaben für 200 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Dezember 2024

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Nahrungsergänzungsmittel 2024

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



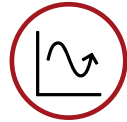
Welche der **300 Marken** sind die werbeintensivsten und -dynamischsten?



Welche **Werbetrends** sind in der Branche zu beobachten?



Über welche **Medien** kommuniziert die Branche, welches Werbemedium hat im Zeitvergleich an Bedeutung gewonnen?



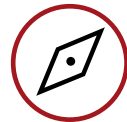
Wie **verteilen** die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?



Welchen **Werbedruck** entfalten die Top-Marken, in welchen Mediengattungen werben sie?



Welche **Werbemotive** sind in den Mediengattungen wichtig, wie viele verschiedene Motive setzen die Top-Marken ein?



Wie **positionieren** sich die Top-Marken saisonal und im Mediensplit?



Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Nahrungsergänzungsmittel

Nov. 23-Okt. 24
257 Mio. €



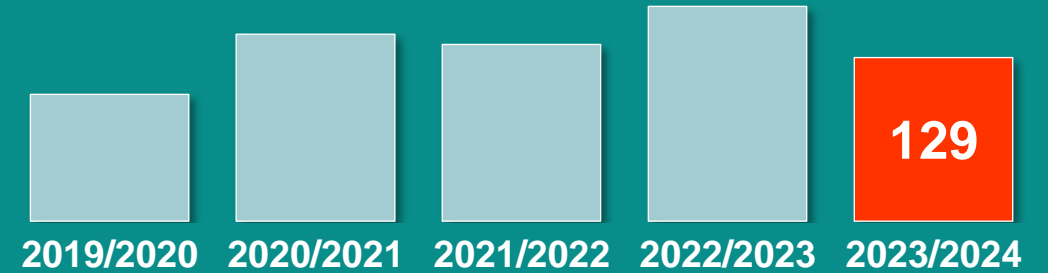
davon
23%
Im Produktmarkt
Immunsystem

Mediensplit



Internet-Werber Nr. 1:
Salus

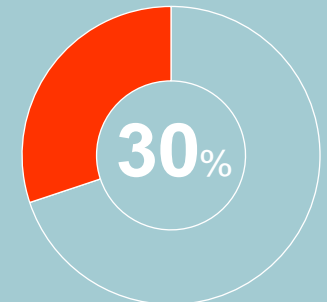
Werbungtreibende pro Monat im Ø



Werbekonzentration



Bion 3
Imupret
Vigantolvit



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

300 Nahrungsergänzungsmittel-Marken mit den höchsten Spendings

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

In **12 Produktmärkten**, darunter Immunsystem, Sport, Muskeln % Gelenke, Vitamine

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 108 PowerPoint-Seiten

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

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

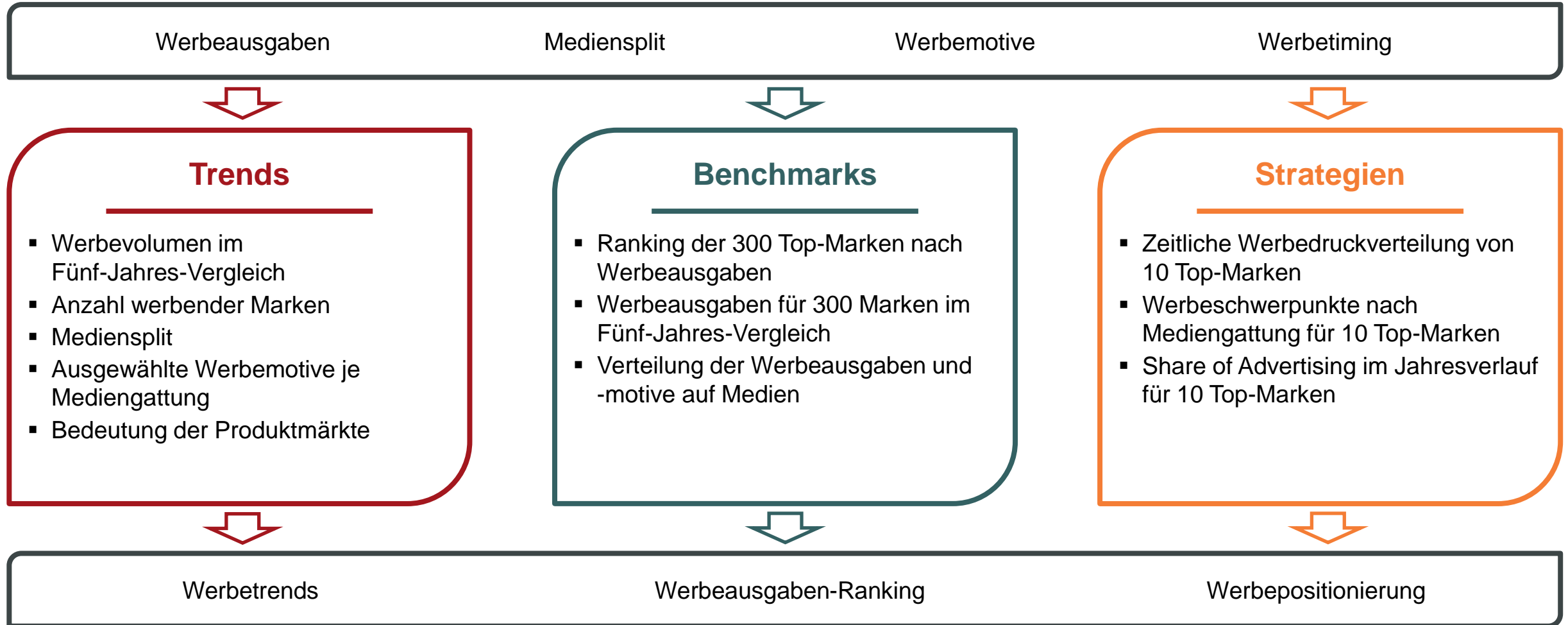
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- AG1
- AuraNatura
- Bion 3
- Doppelherz
- Imupret
- LaVita
- Magnesium-Diasporal
- Salus
- Vigantolvit
- Vitasprint
- + Spendings für 290 weitere Marken

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

300

Nahrungsergänzungsmittel-Marken

12

Produktmärkte

6

Mediengattungen

10

Top-Marken in einer Kommunikationspositionierung auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet (Internetbanner und YouTube-Werbevideos), Radio, Out-of-Home, 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 108 Seiten umfassende Studie kostet **2.200 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	14
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	15
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich	20
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2023/2024	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	27
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	34
▪ Werbeausgaben-Rankings	35
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 300-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	71
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	



Inhaltsverzeichnis

▪	Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten	78
	Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken nach Produktmärkte in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤	Strategien	81
	Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen für die Top 10-Marken mit den höchsten Werbeausgaben, Share of Advertising der Top 10-Marken im Jahresverlauf	
➤	Kommunikationspositionierung	103
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	Kontakt	107



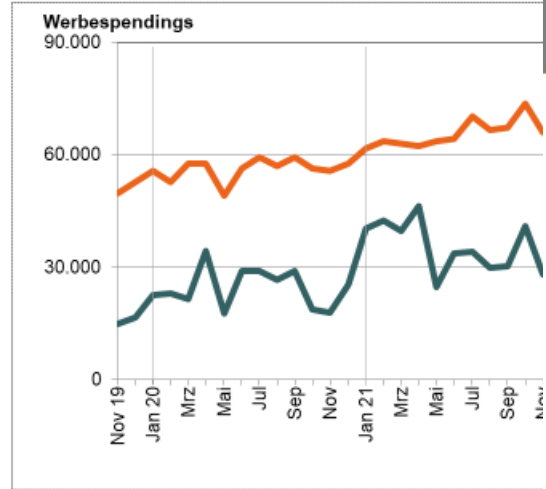
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

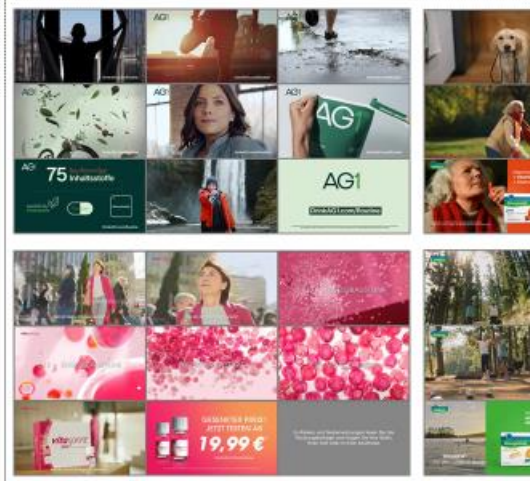
Entwicklung der Werbespendings anbietergruppenübergreifend (Angaben in T€) und Anzahl der Werbungtreibenden



Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

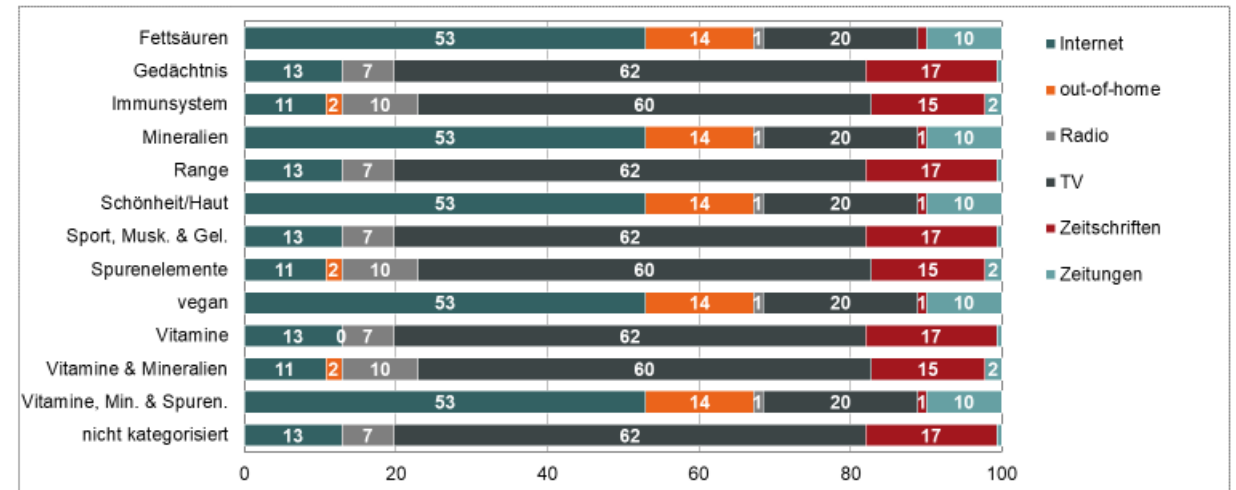
Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2023/2024



Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2023/2024 (Angaben in %)



Auf welchen Mediensplit setzen die Marken?

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Nahrungsergänzungsmittel 2024

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

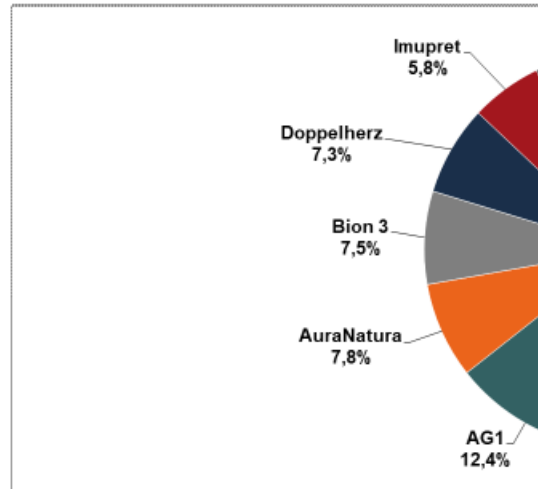
Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 300-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Nov. '19 – Okt. '20	No. Okt.
11	Basica	5.000.000	
12	Bioelectra	2.400.800	
13	Cefavit	6.000.000	
14	ESN	15.300.500	
15	Floradix	9.000.000	1
16	Hair Volume	3.260.800	
17	Nature Love	3.900.600	
18	PureSGP	2.100.800	
19	Taxofit	9.400.750	1
20	Vitamin-B-Komplex-ratiopha.	8.730.800	

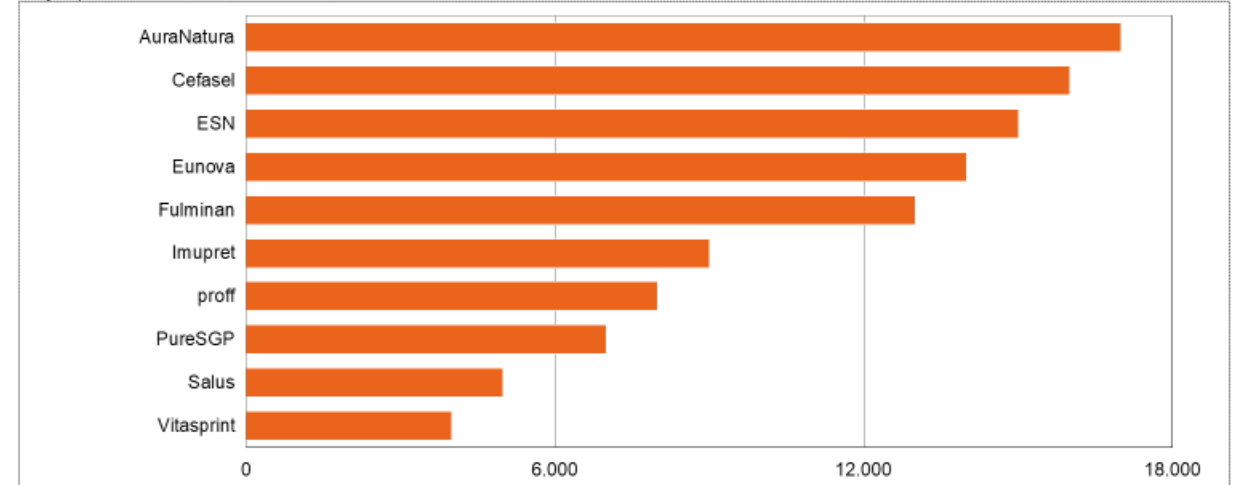
Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von November 2023 bis Oktober 2024



Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10-Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€ als Differenz von aktuellem Jahr zum Vorjahr)



Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Nah

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Nah

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Nahrungsergänzungsmittel 2024

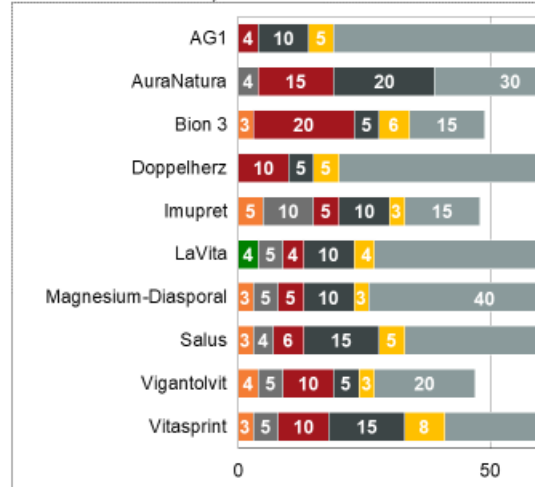
Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten

Verteilung der Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten (Angaben als Anzahl unterschiedlicher Motive)



Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung der Top 10-Marken auf Basis Mediensplit im 5-Jahres-Durchschnitt

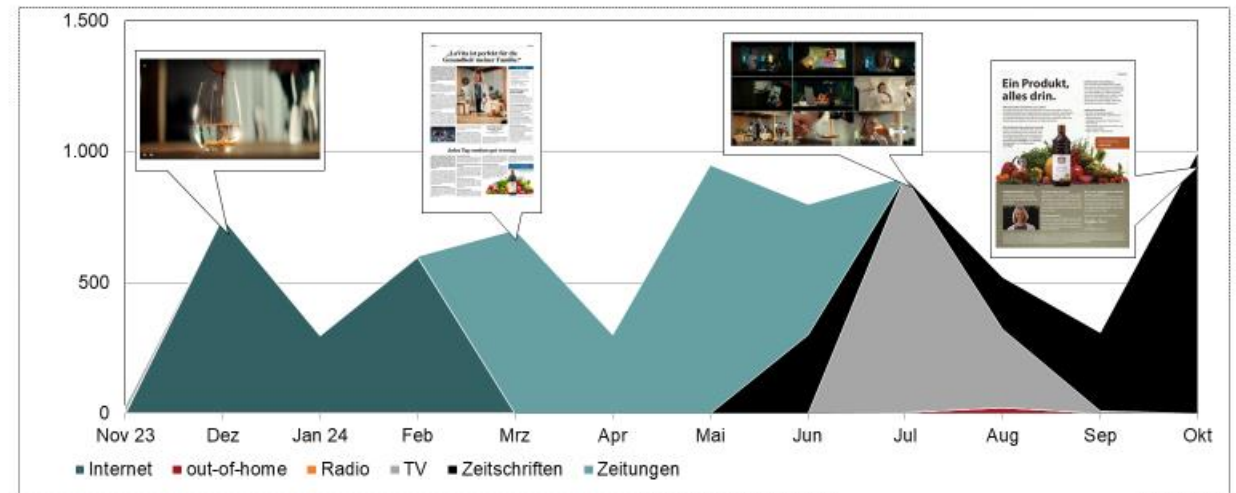


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

Strategien

Marke A

Marke A | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools

Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Nahrungsergänzungsmittel 2024

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 2.200 EUR zzgl. MwSt. die **Werbemarktanalyse Nahrungsergänzungsmittel 2024**.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

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

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Spezialist für Marketinganalyse, -controlling und -monitoring.

In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2022 über 50 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur Branche:

- Studie Social Media Ad Perception Healthcare 2024
- Studie eVisibility Medikamente 2024
- Study Social Media Performance Supplements 2024
- Werbemarktanalyse Pharmaz. Muskel- und Gelenkpräparate 2024
- Studie Paid Search Arzneimittel 2023

Branche Healthcare: Seit 2020 mehr als 50 Studien veröffentlicht

