

+++ Belcando +++ Dogs'n Tiger +++ EQUIVA +++ Felix +++ Gourmet +++ Hill's +++ Miamor +++ Mrfluffyfriend +++ Rinti +++ Sheba +++  
+ und weitere 390 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ Belcando +++ Dogs'n Tiger +++ EQUIVA +++ Felix +++ Gourmet +++ Hill's +++

Studiensteckbrief

## Werbemarktanalyse

### Tiernahrung und -zubehör 2022

Werbeausgaben für 400 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

November 2022

powered by:



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse  
Tiernahrung und -zubehör 2022

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Anbieter von Tiernahrung und -zubehör innerhalb eines Jahres über 85 Millionen Euro ausgegeben.
- Der Produktmarkt Hundefutter ist der volumenstärkste und hält einen Anteil von 45 Prozent am Gesamtvolumen.
- Im Durchschnitt werben 163 Marken pro Monat für ihre Produkte.
- Das Medium Internet dominiert den Werbemarkt. Zeitschriften-Werber Nr. 1 ist Peturals.
- 16 Marken werben mit einem Volumen von mehr als einer Million Euro innerhalb eines Jahres.
- Die Werbekonzentration liegt bei 42% Anteil der Top 3-Marken.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Werbervolumen Tiernahrung und -zubehör

2021/2022

**85 Mio. €**



davon  
**45%**  
im Produktmarkt  
**Hundefutter**

### Mediensplit



Zeitschriften-Werber Nr. 1:  
**Peturals**

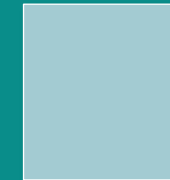
### Werbungtreibende pro Monat im Ø



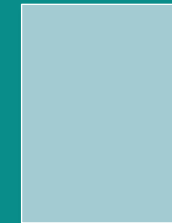
17/18



18/19



19/20



20/21



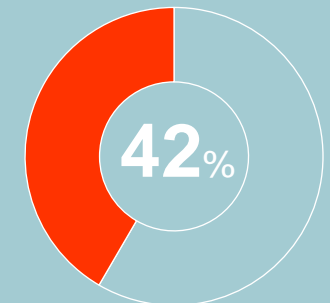
**163**

21/22

### Werbekonzentration



**Belcando**  
**Hill's**  
**Rinti**



**42%**

# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

**400 Anbieter von Tiernahrung und -zubehör** mit den höchsten Spendings

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

in **elf Produktmärkten**, darunter  
Hundefutter, Katzenfutter, Tierpflege & -zubehör, Pferdefutter

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**  
auf 121 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

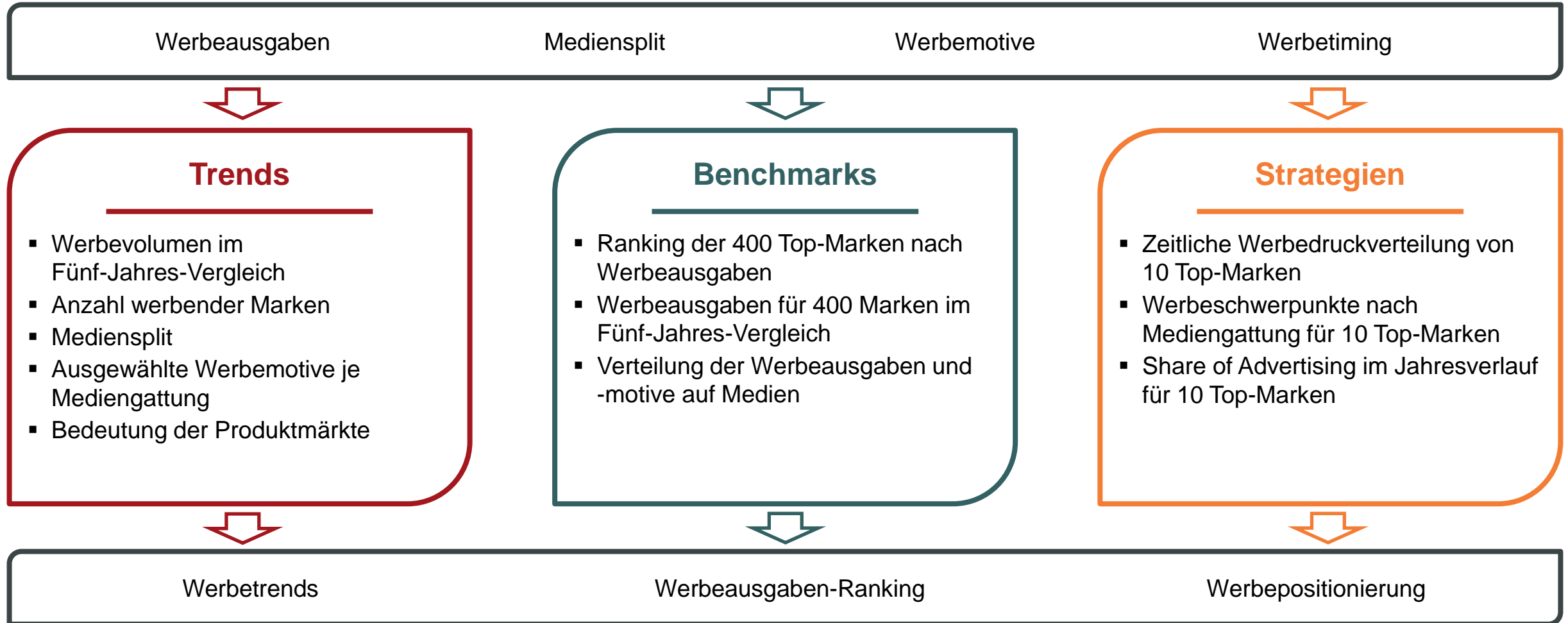
### Im Detail analysierte Marken:

- Belcando
- Dogs'n Tiger
- EQUIVA
- Felix
- Gourmet
- Hill's
- Miamor
- Mrfluffyfriend
- Rinti
- Sheba
- + Spendings für  
390 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?
- welche Entwicklungen sind in den Produktmärkten zu erkennen?
- 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, in welchen Mediengattungen werben sie?
- welches sind die werbeintensivsten und -dynamischsten Marken?
- wie positionieren sich die Top-Marken im Mediensplit?

## Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 400 Marken
- Werbespendings für 11 Produktmärkte
- Werbespendings für 6 Mediengattungen
- Kommunikationspositionierung für 10 Marken 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 121 Seiten umfassende Studie kostet **1.900 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 2021/2022	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	29
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	36
▪ Werbeausgaben-Rankings	37
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 400-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	84
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	91
	Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken nach Produktmärkten in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤	Strategien	94
	Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen für die 10-Marken mit den höchsten Werbeausgaben, Share of Advertising der Top 10-Marken im Jahresverlauf	
➤	Kommunikationspositionierung	116
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	Kontakt	120





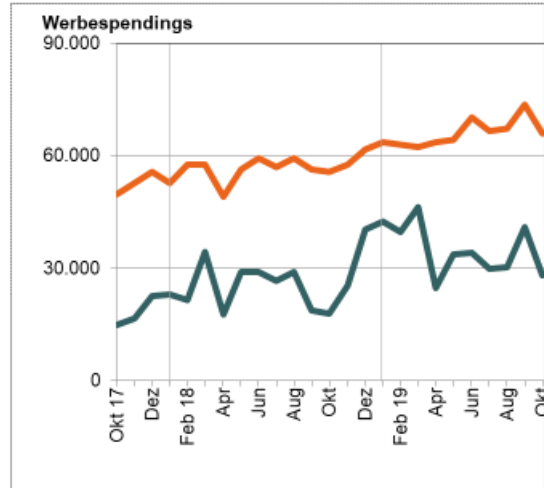
# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

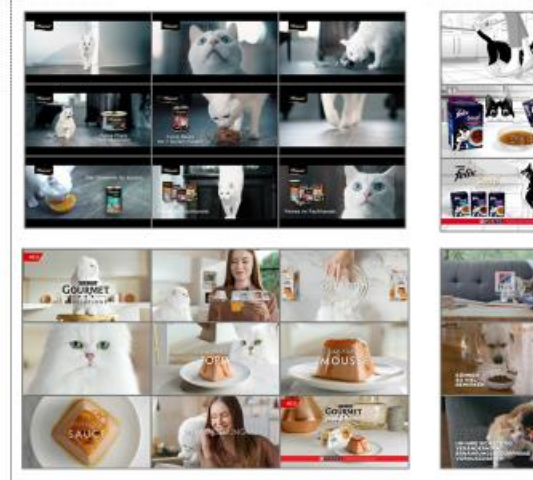


Werbemarktar

### Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2021/2022



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



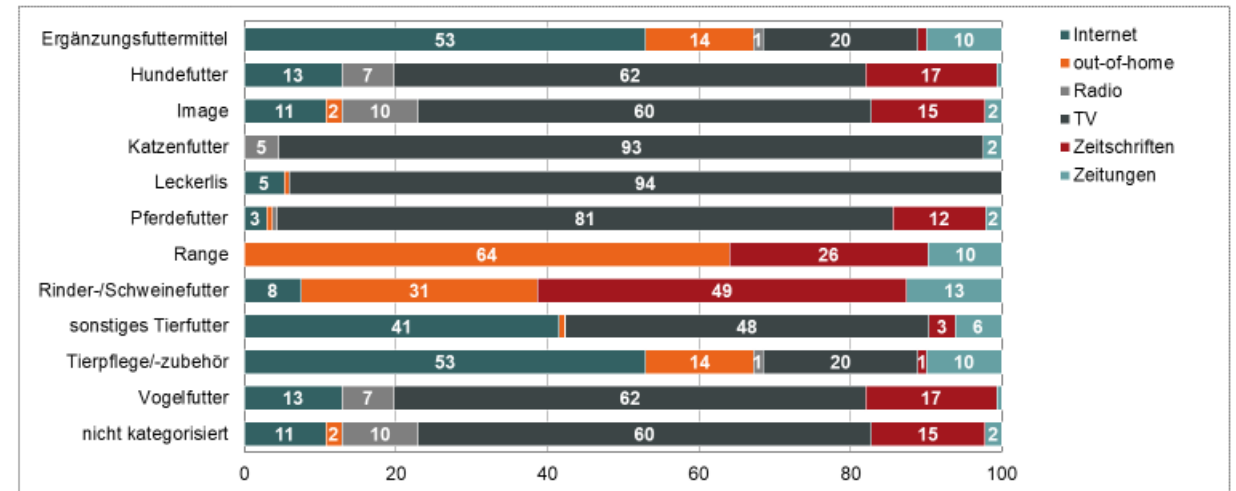
Werbemarktar

**Auf welchen Mediensplit setzen die Anbieter?**

### Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2021/2022 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studiensteckbrief  
Werbemarktanalyse Tiernahrung und -zubehör 2022

**Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?**

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 400-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Okt. '17 – Sep. '18	Okt. Sep.
11	Almo Nature	5.000.000	
12	Dentastix	2.400.800	
13	Finnern	6.000.000	
14	Kattovit	15.300.500	
15	ONE	9.000.000	1
16	Premiopet	3.260.800	
17	Royal Canin	3.900.600	
18	Vom Feinsten	2.100.800	
19	Whiskas	9.400.750	1
20	Wolfsblut	8.730.800	

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital.

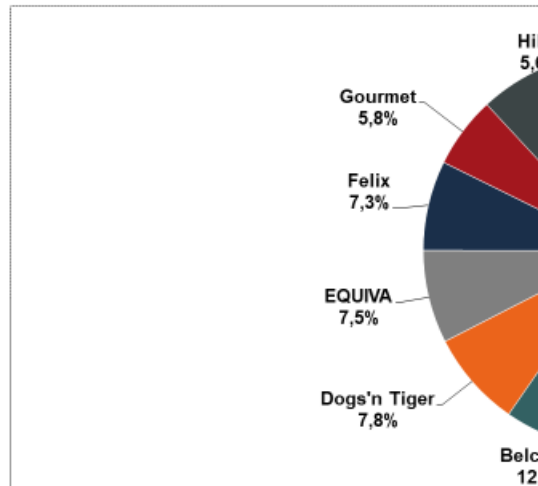


Werbemarktar

### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von Oktober 2021 bis September 2022



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



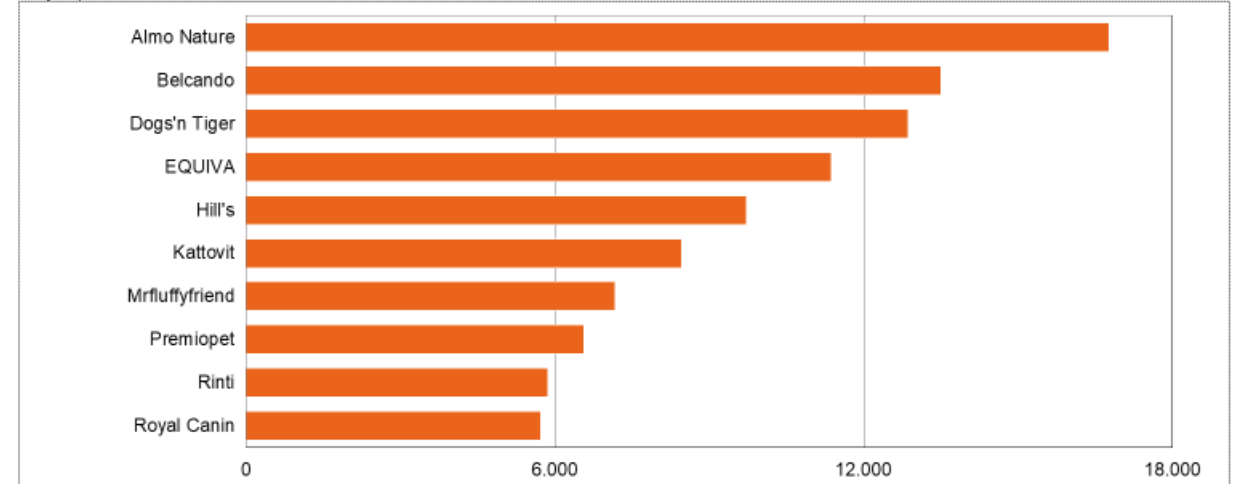
Werbemarktar

Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studiensteckbrief  
Werbemarktanalyse Tiernahrung und -zubehör 2022

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

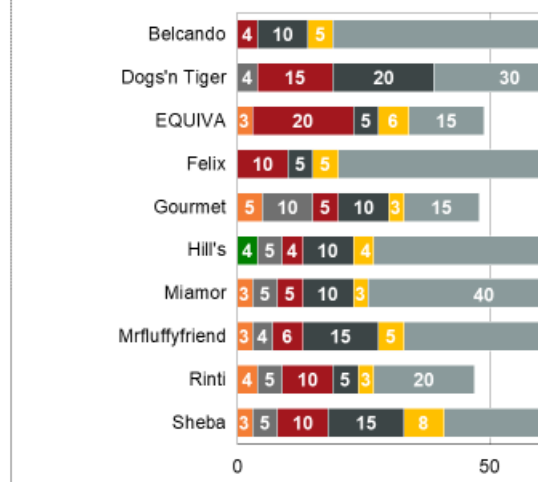
# Analysebeispiele (3)

## 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)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktar

### Kommunikationspositionierung

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



Miar

Rinti ●

SI

research tools

Werbemarktar

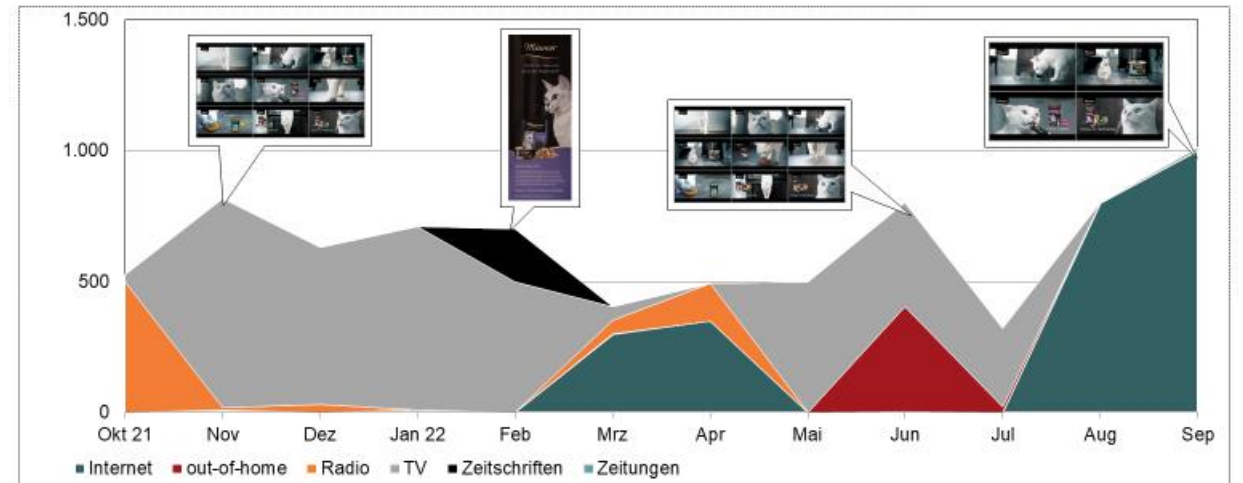
Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

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€)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studiensteckbrief  
Werbemarktanalyse Tiernahrung und -zubehör 2022

# Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

**E-Mail:** [uwe.matzner@research-tools.net](mailto: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 1.900 EUR zzgl. MwSt. die  
**Werbemarktanalyse Tiernahrung und -zubehör 2022.**

**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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

research tools  
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar  
[www.research-tools.net](http://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 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

### Zuletzt erschienene Studien zur Tierbranche:

- Studie Social Media-Performance Tiernahrung 2021
- Studie eVisibility Heimtierbedarf 2021
- Werbemarktanalyse Tierfutter 2020
- Studie eVisibility Heimtierbedarf 2019
- Studie eVisibility Heimtierbedarf 2017
- Studie eVisibility Tierbedarf 2016

Tierbranche: seit 2015 ca. zehn Studien veröffentlicht

