

+++ Carny +++ Felix +++ Gourmet +++ Miamor +++ ONE +++ Perfect Fit +++ Rinti +++ Sheba +++ tails.com +++ Whiskas +++ und weitere 390
Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ Carny +++ Felix +++ Gourmet +++ Miamor +++ ONE +++ Perfect Fit +++ Rinti +++ Sheba +++ ta

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Tiernahrung und –zubehör 2024

Werbeausgaben für 400 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Dezember 2024



powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Tiernahrung und –zubehör 2024

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



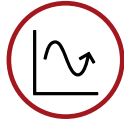
Welche der **400 Marken** sind die werbeintensivsten und -dynamischsten?



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



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



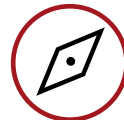
Wie **verteilen** die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?



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:

Werbervolumen Tiernahrung und -zubehör

Nov. 23-Okt. 24

91 Mio. €



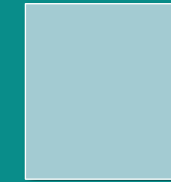
davon
50%
Im Produktmarkt
Katzenfutter

Mediensplit



Internet-Werber Nr. 1:
Mera

Werbungtreibende pro Monat im Ø



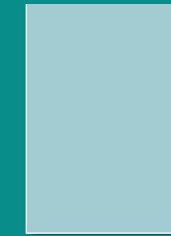
2019/2020



2020/2021



2021/2022



2022/2023

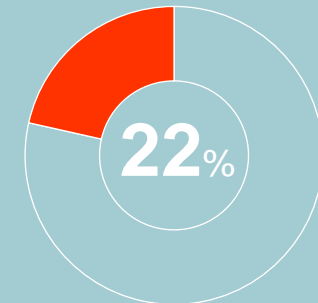


159
2023/2024

Werbekonzentration



**Gourmet
Sheba
tails.com**



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Tiernahrung und -zubehör 2024

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

400 Tiernahrung und -zubehör-Marken mit den höchsten Spendings

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

In **11 Produktmärkte**, darunter Hundefutter, Katzenfutter

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 119 PowerPoint-Seiten

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

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

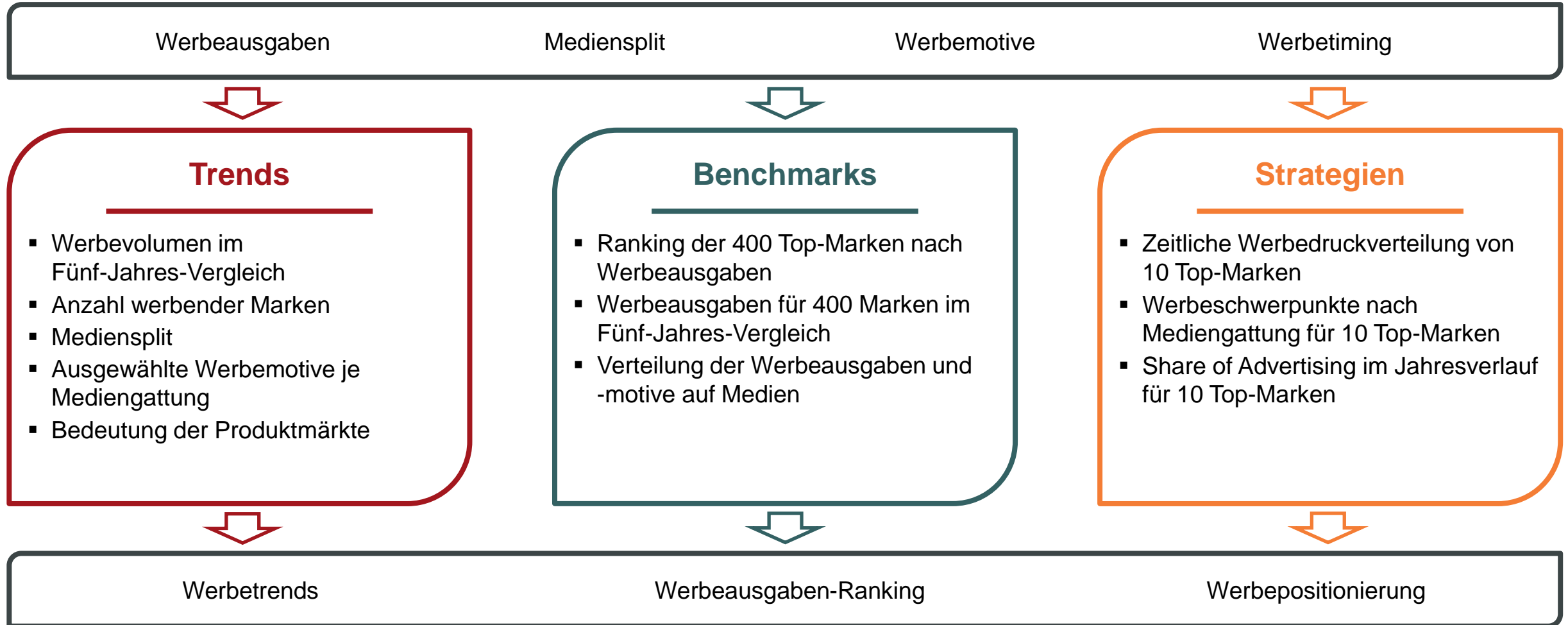
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- Carny
- Felix
- Gourmet
- Miamor
- ONE
- Perfect Fit
- Rinti
- Sheba
- tails.com
- Whiskas
- + Spendings für 390 weitere Marken

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

400

Tiernahrung und -zubehör-Marken

11

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 119 Seiten umfassende Studie kostet **2.200 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|----|
| ➤ Management Summary | 4 |
| ➤ Forschungsdesign | 9 |
| ➤ Trends | 13 |
| ▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt | 14 |
| 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 | 15 |
| Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2023/2024 | |
| ▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente | 27 |
| Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien | |
| ➤ Benchmarks | 35 |
| ▪ Werbeausgaben-Rankings | 36 |
| 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 | 82 |
| 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 | 89 |
| | 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 | 92 |
| | 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 | 114 |
| | Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt | |
| ➤ | Kontakt | 118 |



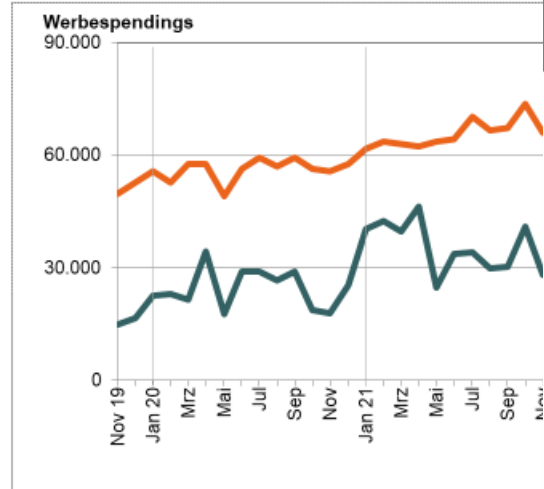
Analysebeispiele (1)

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

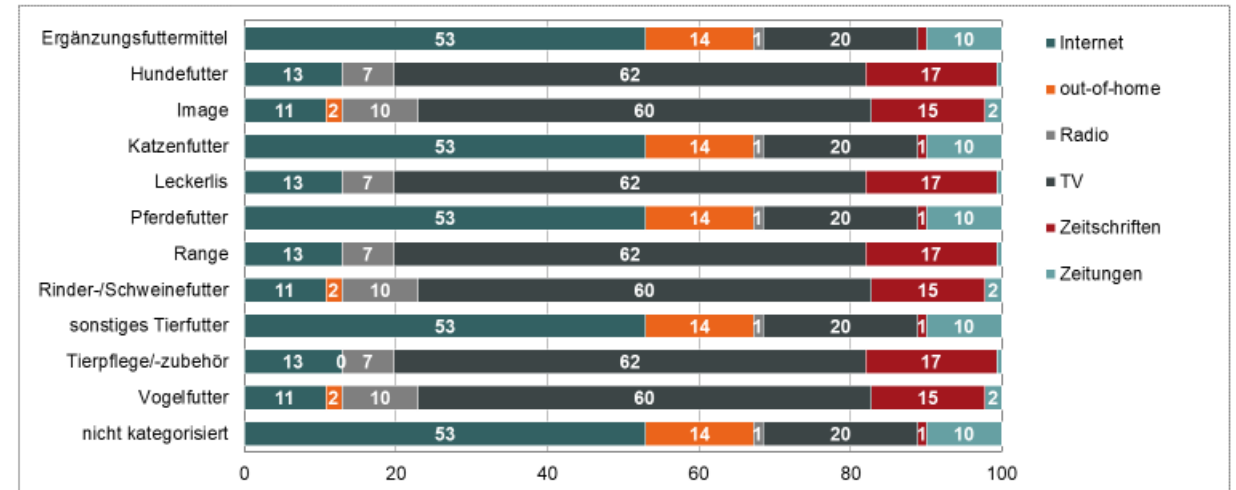
Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2023/2024



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
Tiernahrung und -zubehör 2024

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

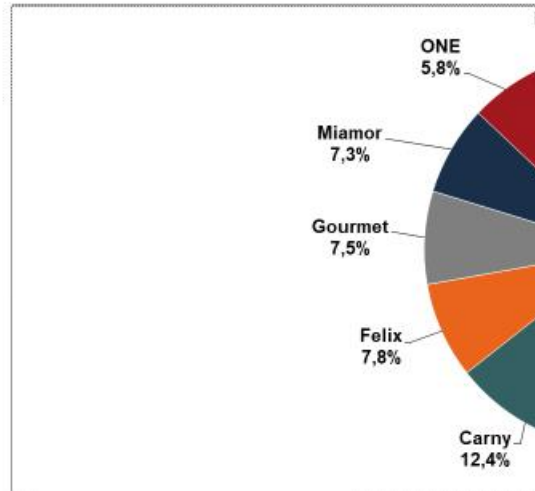
Benchmarks
Werbeausgaben-Rankings

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

| Rang | Marken | Nov. '19 – Okt. '20 | No. Okt. |
|------|--------------|---------------------|----------|
| 11 | Barfer's | 5.000.000 | |
| 12 | Bozita | 2.400.800 | |
| 13 | Cat's Best | 6.000.000 | |
| 14 | Cesar | 15.300.500 | |
| 15 | Dentastix | 9.000.000 | 1 |
| 16 | Dogs'n Tiger | 3.260.800 | |
| 17 | Fantail | 3.900.600 | |
| 18 | Josera | 2.100.800 | |
| 19 | Mera | 9.400.750 | 1 |
| 20 | Purina | 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)

| Brand | Difference (T€) |
|-------------|-----------------|
| Barfer's | ~17.000 |
| Bozita | ~15.000 |
| Carny | ~13.500 |
| Dentastix | ~12.500 |
| Fantail | ~11.500 |
| Gourmet | ~8.500 |
| Josera | ~7.500 |
| Perfect Fit | ~6.500 |
| Sheba | ~5.500 |
| Whiskas | ~4.500 |

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Tiernahrung und -zubehör 2024

Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

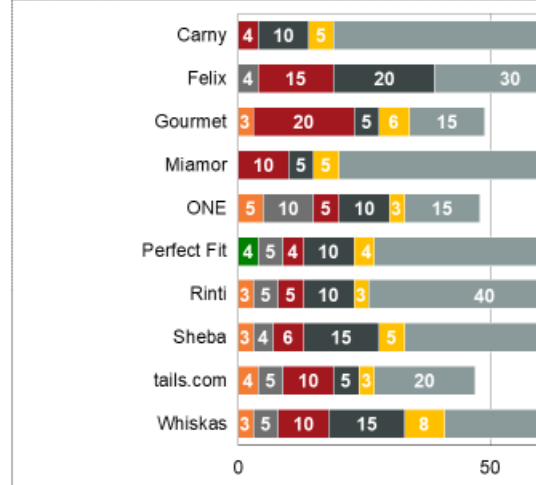
Analysebeispiele (3)

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)



Kommunikationspositionierung

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

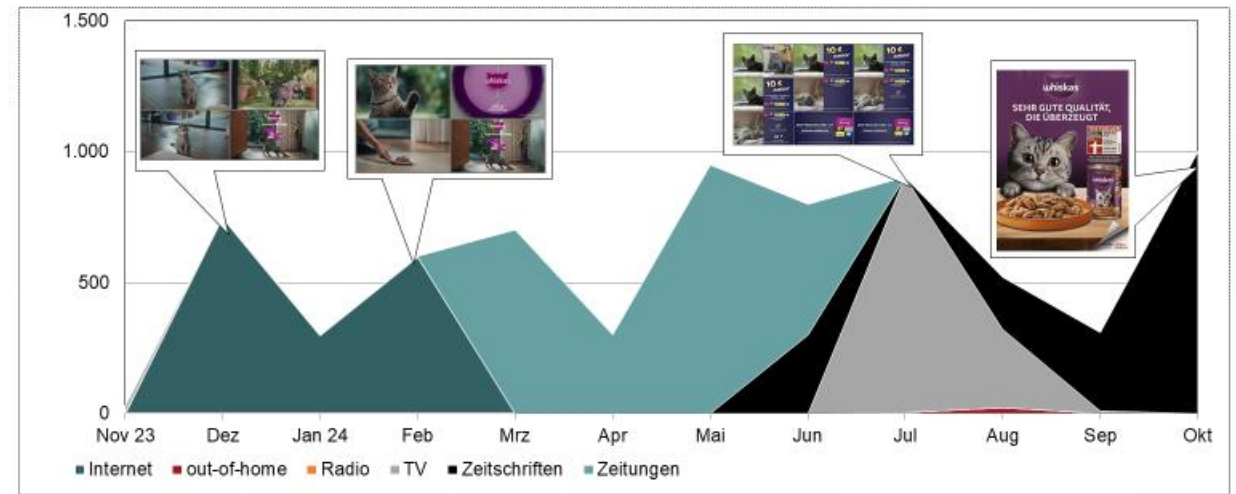


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

Strategien

Marke A

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



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 2.200 EUR zzgl. MwSt. die **Werbemarktanalyse Tiernahrung und –zubehör 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:

- Werbemarktanalyse Fette und Öle 2024
- Werbemarktanalyse Milch und Milchersatzprodukte 2023
- Studie eVisibility Lieferservice Lebensmittel 2023
- Studie eVisibility Heimtierbedarf 2023
- Werbemarktanalyse Nahrungsergänzungsmittel 2022
- Studie Social Media-Performance Tiernahrung 2021

Branche FMCG: Seit 2020 mehr als 80 Studien veröffentlicht

