

+++ Felix +++ Gourmet +++ Miamor +++ ONE +++ Pedigree +++ PETS DELI +++ Rinti +++ Sheba +  
+++ Vet-Concept +++ Whiskas +++ und weitere 240 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ Felix +

Studiensteckbrief

# Werbemarktanalyse Tierfutter 2020

Werbeausgaben für 250 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

November 2020



powered by:



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief  
Werbemarktanalyse Tierfutter 2020

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die Anbieter von Tierfutter beispielsweise für Katzen, Hunde, Pferde innerhalb eines Jahres rund 57 Millionen Euro ausgegeben.
- Das Werbevolumen erhöht sich innerhalb von zwölf Monaten um 8%.
- Volumenstärkster Teilmarkt ist die Produktkategorie Katzenfutter. Den stärksten prozentualen Rückgang des Werbevolumens verzeichnen die Ergänzungsfuttermittel.
- Im Durchschnitt werben 94 Marken pro Monat für ihre Produkte. Innerhalb der vergangenen fünf Jahre ist die Anzahl Werbungtreibender stetig gestiegen.
- TV ist das Top-Werbemedium. Internetbanner-Werber Nummer eins ist Purina.
- Elf Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro innerhalb der letzten zwölf Monate, sechs davon mit steigenden Spendings.
- Die Werbekonzentration liegt bei 48% Anteil für die Top 3-Marken.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Werbevolumen Tierfutter

2018/2019:  
**52** Mio €

2019/2020:  
**57** Mio €

### Mediensplit



Internetbanner-Werber Nr. 1:  
**Purina**

### 9 Produktmärkte



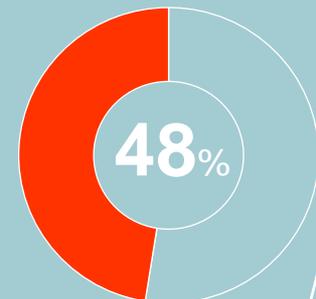
Top-Volumenmarkt:  
**Katzenfutter**

stärkster relativer  
Ausgabenrückgang:  
**Ergänzungsfuttermittel**

### Werbekonzentration



**Felix**  
**Gourmet**  
**Miamor**



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

**250 Anbieter von Tierfutter**  
mit den höchsten Spendings

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

in **9 Teilmärkten**, darunter  
Ergänzungsfuttermittel, Hundefutter, Katzenfutter

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**  
auf 85 PowerPoint-Seiten

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

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

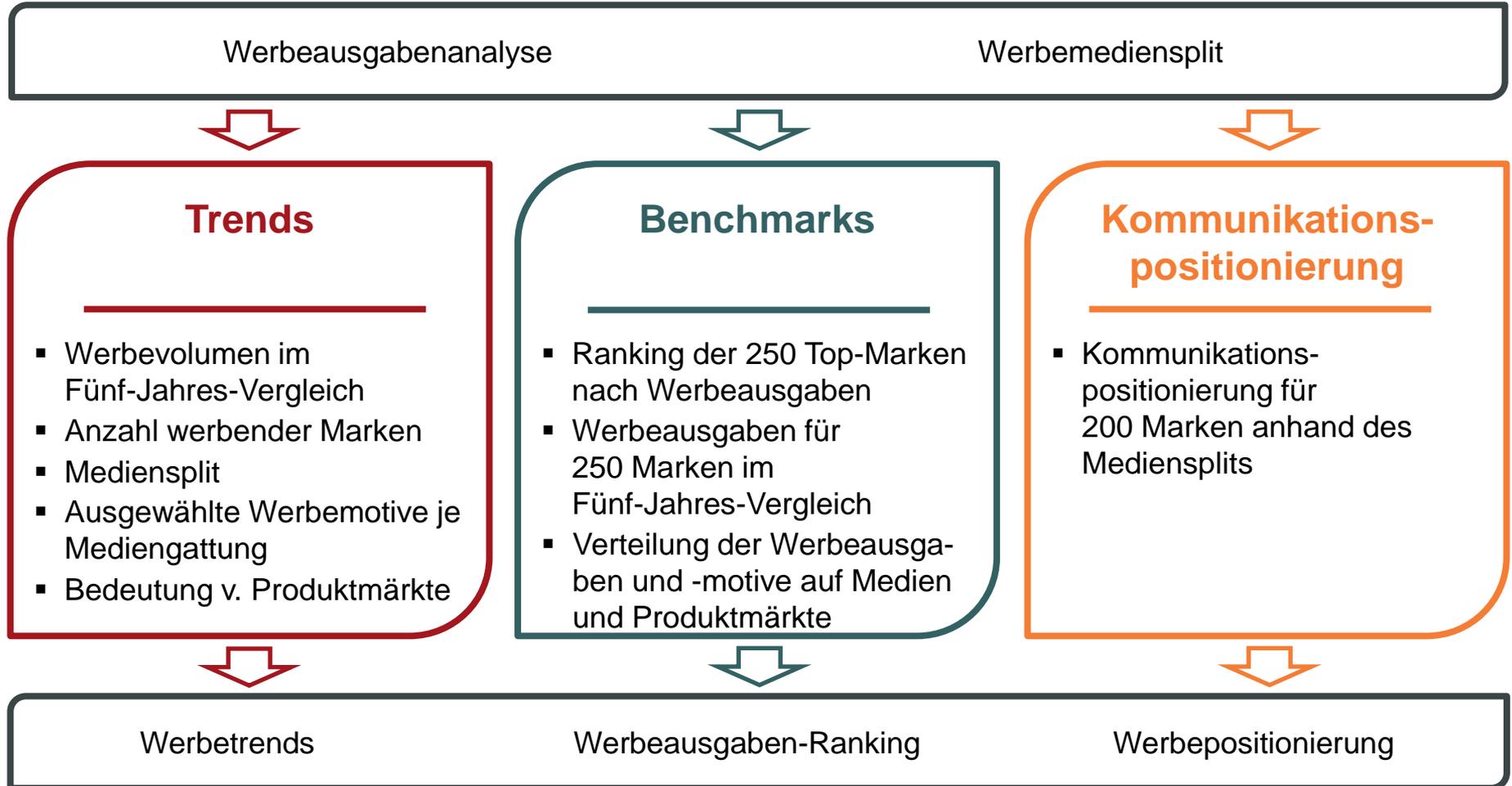
**Nutzen:** Analyse von Trends und Benchmarks ermöglichen  
einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

## Im Detail analysierte Marken:

- Felix
- Gourmet
- Miamor
- ONE
- Pedigree
- PETS DELI
- Rinti
- Sheba
- VET-Concept
- Whiskas
- + Spendings für  
240 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?
- 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 250 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in 9 Produktmärkten
- Werbespendings für sechs Mediengattung.
- Positionierungsanalyse auf Basis Mediensplit für 200 Marken

## Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet-Bannerwerbung, Out-of-Home, 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 85 Seiten umfassende Studie kostet **1.600 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	10
➤ Trends	14
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	17
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	22
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2019/2020	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	30
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	



# Inhaltsverzeichnis

➤	<b>Benchmarks</b>	<b>37</b>
	▪ <b>Werbeausgaben-Rankings</b>	<b>40</b>
	Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
	▪ <b>Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich</b>	<b>70</b>
	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	
	▪ <b>Verteilung der Werbeausgaben/-Motive in den letzten zwölf Monaten</b>	<b>76</b>
	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	
➤	<b>Kommunikationspositionierung</b>	<b>79</b>
	Kommunikationspositionierung von 200 Marken auf Basis Mediensplit	
➤	<b>Kontakt</b>	<b>84</b>



# Analysebeispiele (1)

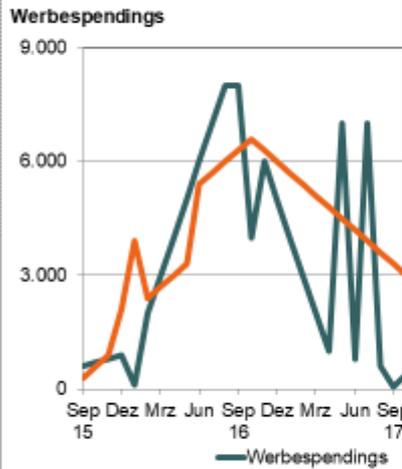
## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

**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 2019/2020



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

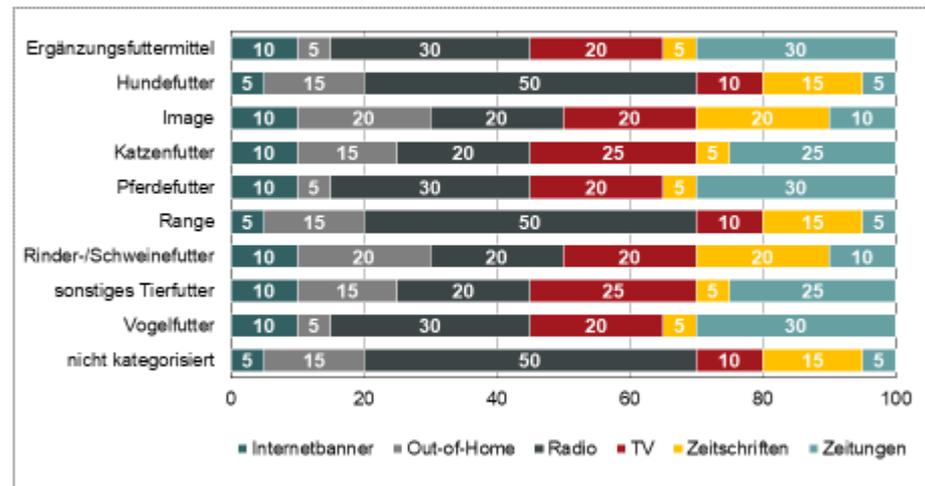


**Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?**

### Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2019/2020 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse  
Tierfutter 2020

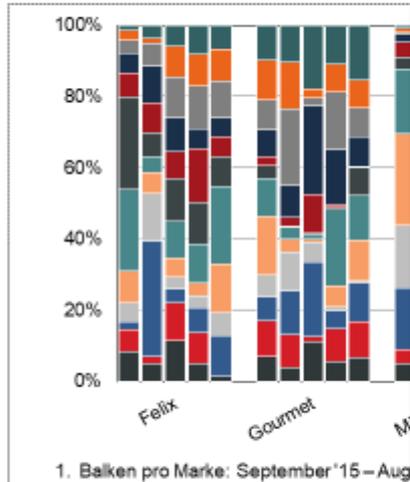
# Analysebeispiele (2)

## 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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 250-Marken nach Werbevolumen (letzter 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Sep. '15 – Aug. '16	
		1.000.000	€
11	Carny	1.000.000	€
12	Finnern	900.000	€
13	Graf Barf	800.000	€
14	Mera	700.000	€
15	Narumed	600.000	€
16	Perfect Fit	500.000	€
17	Platinum	400.000	€
18	Purina	300.000	€
19	Vom Feinsten	200.000	€
20	Wolfsblut	100.000	€

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

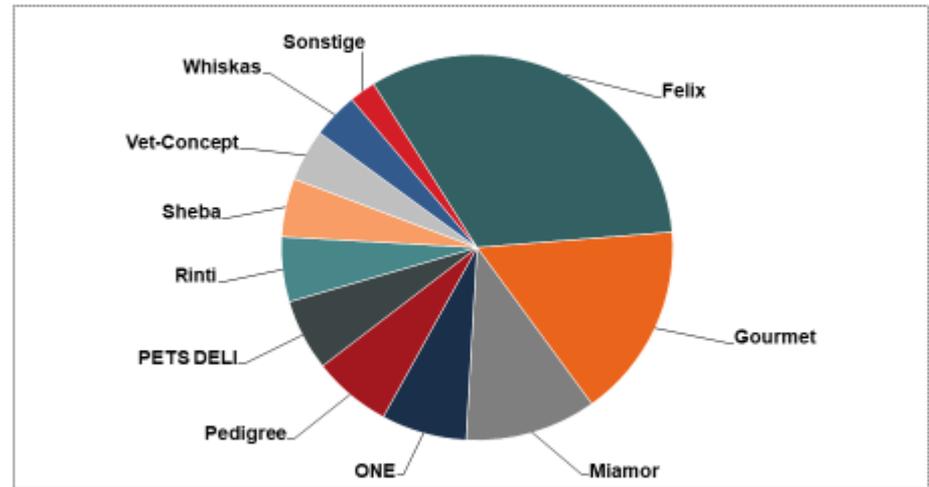


Welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken?

### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von September 2019 bis August 2020



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

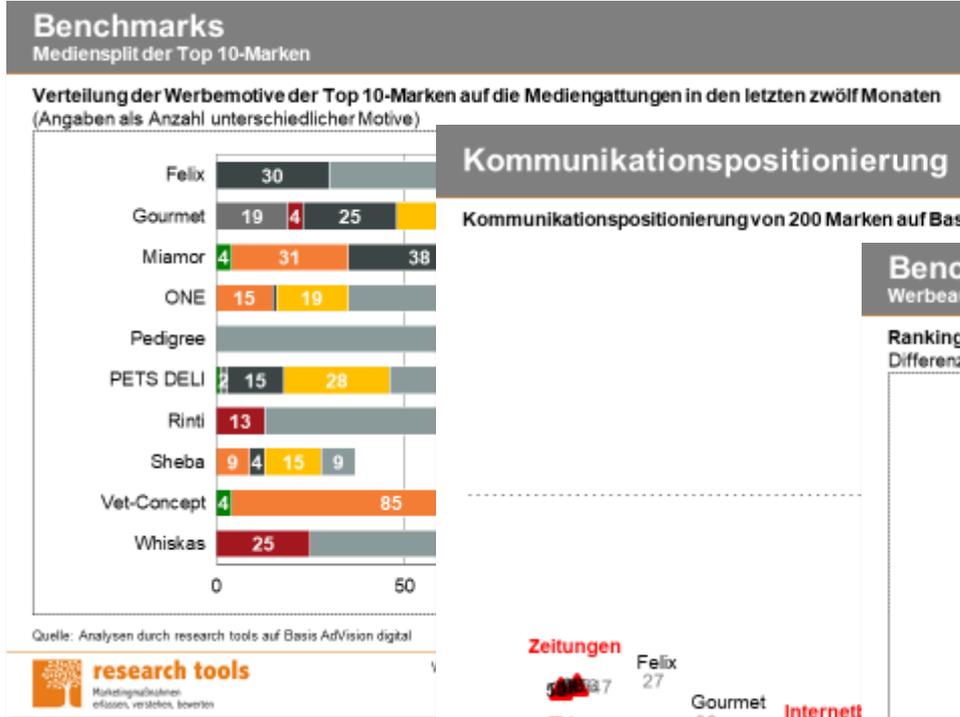


Werbemarktanalyse  
Tierfutter 2020

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



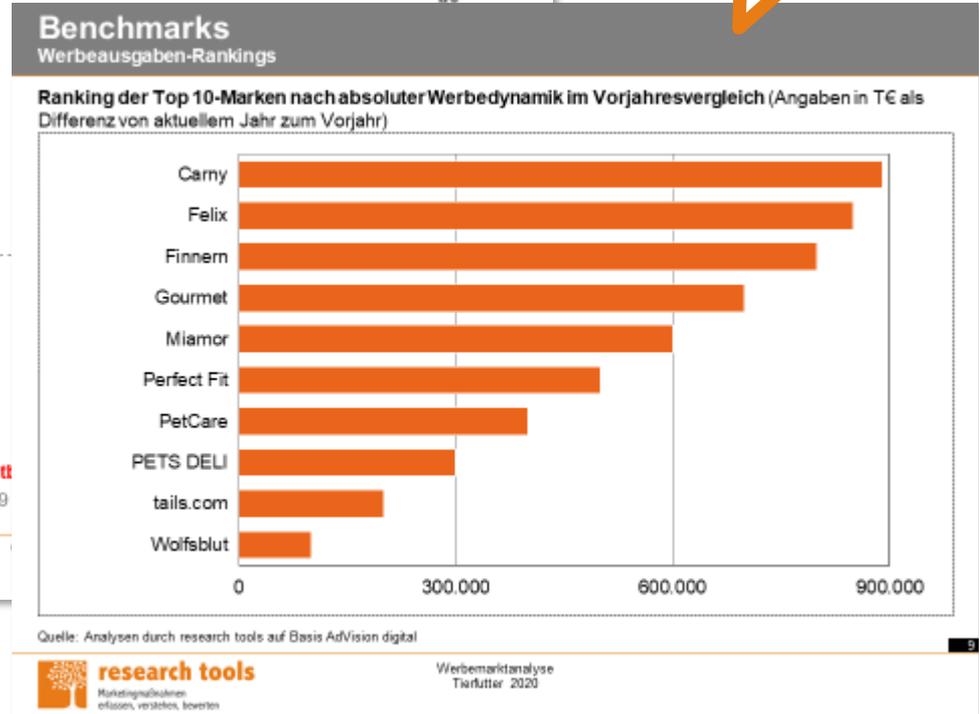
### Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung von 200 Marken auf Basis Mediensplitt



Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

Welche Marken zeigen die größte Dynamik?



# 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 1.600 EUR zzgl. MwSt. die  
**Werbemarktanalyse Tierfutter 2020.**

**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](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

### Zuletzt erschienene Studien zur Tierbranche :

- Studie eVisibility Heimtierbedarf 2019
- Studie eVisibility Imkereibedarf 2018
- Studie eVisibility Reitsport 2018
- Studie eVisibility Heimtierbedarf 2017
- Studie eVisibility Tierbedarf 2016
- Marketing-Mix-Analyse Hundetrockenfutter 2015

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 60 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

