

Pressemeldung

Powerbar ist die bekannteste Marke für Sporternährung

Studie untersucht die Markenbekanntheit von Anbietern im Bereich Sporternährung

Herford, 05.03.2009: Powerbar, Multipower und Best Body Nutrition sind die drei bekanntesten Marken im Bereich Sporternährung. Dies sind die zentralen Ergebnisse des Markenmonitors „Sporternährung“ den die Smart-Research GmbH Anfang 2009 durchgeführt hat. Hiernach führt die Firma Powerbar das Ranking mit einer gestützten Markenbekanntheit von 73 Prozent an. Dicht gefolgt von der Marke Multipower mit 69 Prozent. Auf Platz 3 folgt mit etwas Abstand die Marke Best Body Nutrition mit 49 Prozent. Befragt wurden 201 regelmäßige Nutzer von Nahrungsergänzungsmitteln aus dem Bereich Sporternährung.

Produkte der Marke Powerbar werden am häufigsten verwendet

Die hohe Markenbekanntheit spiegelt sich auch in der Verwendung der Produkte von Powerbar wider. 32 Prozent aller Käufer von Sporternährungsprodukten nutzen Produkte der Marke Powerbar. Nur knapp dahinter liegt die Marke Multipower mit 28 Prozent. Auf den Plätzen 3 bis 5 folgen mit einigem Abstand Best Body Nutrition (12 Prozent), All Stars und Ultimate Nutrition (je 10 Prozent). Im Hinblick auf die Zukunft ist mit einer zunehmenden Verwendungshäufigkeit von Nahrungsergänzungsmitteln zu rechnen. Immerhin 41 Prozent der Befragten schätzen die Entwicklung Ihres Konsums „steigend“ ein. 55 Prozent wollen gleichviel und nur 4 Prozent der Befragten wollen weniger konsumieren.

Vitamin- und Mineralstoffe bei der Verwendung vorne

Bei den Verbrauchern besonders hoch im Kurs stehen Vitaminpräparate und Mineralstoffe, die von 66 bzw. 61 Prozent genutzt werden. Eiweißprodukte werden immerhin von 50 Prozent der Sporternährungsnutzer verwendet. Kohlehydratprodukte sowie Aminosäuren, Fatburner und Creatinprodukte kommen auf Nutzungswahrscheinlichkeiten zwischen 12 und 16 Prozent.

Internet als Informationsquelle

Wie in vielen anderen Lebensbereichen so ist auch im Bereich Sporternährung das Internet die Informationsquelle Nr. 1. 77 Prozent der Nutzer von Sporternährungsprodukten informieren sich online. Und da der Weg von der Informationssuche zum Bestellprozess im Internet besonders kurz ist, haben bereits 56 Prozent der Nutzer Ihre Einkäufe schon einmal online getätigt.

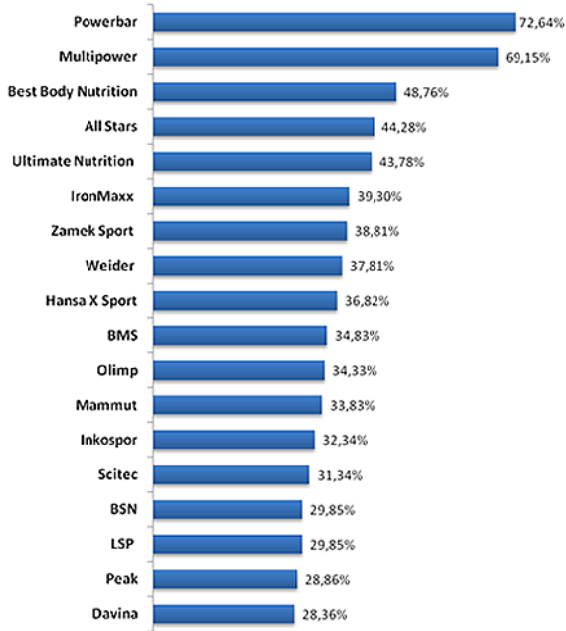
Methodik

Zum Markenmonitor „Sporternährung“ wurden 201 Personen aus dem Online-Panel "Panopia" der Smart-Research GmbH befragt. Zur Befragung wurden nur Personen zugelassen, die regelmäßig Sport treiben und mindestens einmal pro Monat Produkte aus dem Segment Sporternährung nutzen. Der Untersuchungszeitraum lag zwischen dem 9. Januar und 24. Februar 2009.

Diagramme

Markenbekanntheit Sporternährung

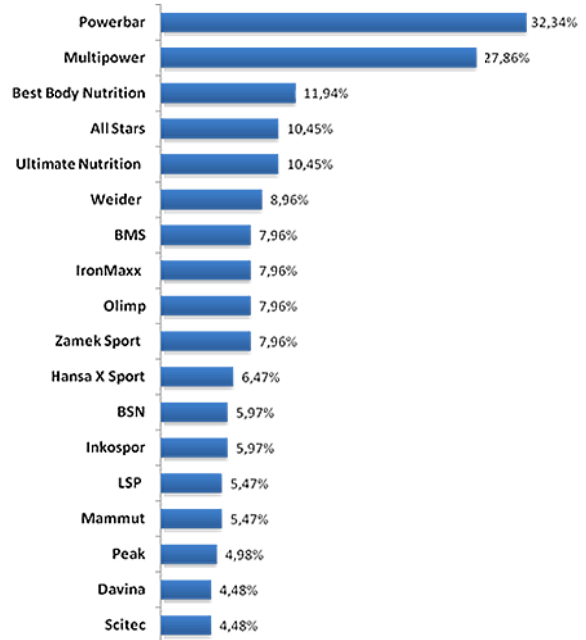
Prozentsatz an Nutzern von Produkten aus dem Bereich Sporternährung, die folgende Marken kennen (gestützte Markenbekanntheit)



(c) Smart-Research GmbH, 2009

Nutzung Sporternährung

Prozentsatz an Nutzern von Produkten aus dem Bereich Sporternährung, die folgende Marken verwenden



(c) Smart-Research GmbH, 2009

Informationsquellen Sporternährung

Prozentsatz an Nutzern von Produkten aus dem Bereich Sporternährung, die sich über folgende Medien zum Thema Sporternährung informieren.



(c) Smart-Research GmbH, 2009

Internetbestellung

Prozentsatz an Nutzern von Produkten aus dem Bereich Sporternährung, die Nahrungsergänzungsmittel über das Internet bestellt haben.



(c) Smart-Research GmbH, 2009

Unternehmensinformationen:

Das Marktforschungsinstitut Smart-Research GmbH ist Spezialist auf dem Gebiet internetbasierter Marktforschungsprojekte. Das Unternehmen mit Sitz im westfälischen Herford wurde 2002 von Renee Willms und Sascha Theismann gegründet und berät seitdem nationale und internationale Unternehmen bei der erfolgreichen Realisierung onlinebasierter Forschungsprojekte. Zu den Kernkompetenzen der Smart-Research GmbH gehören die Planung, Durchführung und Auswertung von Produkt-, Konzept- und Werbetests sowie Kundenzufriedenheitsstudien und Imageanalysen. Die Basis zur Beantwortung der verschiedenen kundenspezifischen Fragestellungen bildet das High-Quality-Panel „Panopia“, das mit seinen mehr als 15.000 aktiven Mitgliedern einen validen Einblick in das zukünftige Marktgeschehen ermöglicht. Zahlreiche Kooperation mit wissenschaftlichen Forschungseinrichtungen sowie die Mitgliedschaft im Berufsverband deutscher Markt- und Sozialforscher e.V. bilden ein solides Fundament, um aktuelle Forschungsergebnisse zeitnah und zuverlässig in die Praxis umzusetzen.

Zur Veröffentlichung freigegeben

Pressekontakt:

Sascha Theismann
Smart-Research GmbH
Goebenstraße 11
32052 Herford
Telefon: 05221-7643302
sascha.theismann@smart-research.de

Internet:

Firmenpräsenz: www.smart-research.de
Online-Panel: www.panopia.de
