

Find Your Next *Market Trend:*

How to Use Hypes, Trends and
Megatrends to Grow Your Business

**insight
summit**
2025

Hype, Trend oder Megatrend?



Vom Trend zum Megatrend!



Wellbeing & Longevity

Gesunde Ernährung
Nahrungsergänzung
Self Care



Sustainability

Bio
Vegan / Vegetarisch
Ressourcen sparen



Technology & Digitalisation

Haushaltsroboter
Online Shopping
Trendimpulse durch
Social Media

Wellbeing & Longevity – welche Trends treiben den Megatrend?



Trends im Bereich Wellbeing & Longevity



Nahrungsergänzung

Beruhigung/Schlaf/
Melatonin 10,2 Mio € ↗

Trinkmahlzeiten 19 Mio € →

Collagen 19 Mio € ↑

Magnesium 4,5 Mio € →

Air Fryer 19 Mio € ↑

Light bei Alkoholfreien
Getränken 310 Mio € →

Omega-3 5 Mio € →

Alkoholfreies Bier 41 Mio € →

Protein Riegel 4,8 Mio € ↑

Massagematten 2,4 Mio € ↑

Protein Bunte Palette 41 Mio € →

Tuchmasken 10,2 Mio € →

Lichttherapie 2,3 Mio € →

Protein Weiße Palette 2,5 Mio € ↑

Augenmasken/
Pads 4,5 Mio € ↑

Entsafter 2,9 Mio € →

Gesunde Ernährung

Self Care

Pflegepads/ Akne
Patches 5,1 Mio € ↑

Wachstum: 1stellig ↻ 2stellig → stark ↗ sehr stark ↑

Quelle: NIQ RMS: LH+DFH inkl. Hofer/Lidl, Umsatz im Mio. im MAT 25 | GfK Market Intelligence: Sales Tracking, Umsatz im Mio. im MAT 25

Sustainability im Handel – welche Trends tragen den Megatrend?



Sustainability im Handel

Biologische Lebensmittel:
2,8 Mrd. € | + 8 %

Fleischalternativen:
61 Mio. € | + 8 %



Siebträger-
Kaffeemaschinen:
13 Mio. € | + 46 %

Natürliche Gartenchemie:
42 % Marktanteil

Milchalternativen:
92 Mio. € | + 5 %

Natürliche Pflanzenschutzmittel:
35 % Marktanteil

Natürliche Erden:
48 % Marktanteil

Wassersprudler:
10 Mio. € | +12 %

Natürliche Düngemittel:
42 % Marktanteil

Sustainability im Garten

Quelle: NIQ RMS: LH+DFH inkl. Hofer/Lidl, Umsatz im Mio. im MAT 25 | GfK Market Intelligence: Sales Tracking, Umsatz im Mio./
Umsatzanteil an jeweiliger Kategorie im MAT 25



Übernehmen Roboter den Alltag?

Saug-Roboter 49 Mio €



Mäh-Roboter 24 Mio €



Fenster-Roboter 5 Mio €



Quelle: GfK Market Intelligence: Sales Tracking, Umsatz im Mio. im MAT

Einige Trends
stehen
außerhalb der
Megatrends...

... hier sind
weitere
spannende
Impulse

Die Curly Girl Methode

Haarpflege für
Locken 4,8 Mio €



Haarstyling für
Locken 5 Mio €



Lockenstäbe 0,7 Mio €



Quelle: NIQ RMS: LH+DFH inkl. Hofer/Lidl, Umsatz im Mio. im MAT |
GfK Market Intelligence: Sales Tracking, Umsatz im Mio. im MAT

**Wachstum
allein macht
noch keinen
Trend – ein
Blick auf die
Hypes der
letzten Jahre.**

Von Influencern gepusht – Welche Produkte erzielten den höchsten Umsatz?

Vitavate Near Water	0,7 Mio €	Lindt Dubai	1,6 Mio €
Wild Crocodile	0,4 Mio €	Emyo	0,4 Mio €
Alyan Dubai Tafel	3,8 Mio €	Prime	2,2 Mio €
Dirtea	0,5 Mio €	Bratea	2,3 Mio €
MrBeast Feastables	1,6 Mio €	4Bro	0,1 Mio €
Goenergy Energy Drink	0,8 Mio €		

*) Quelle: NIQ RMS: LH+DFH inkl. Hofer/Lidl, Umsatz im Tsd./Mio. in den ersten 13 Wochen nach Listung

**Und manchmal
entspringt aus dem
Hype ein Trend**



Pistazien Produkte: **+30 Mio im MAT 25 vs. Vorjahr**

Tafelschokolade

+12,8 Mio €

Süße Brotaufstriche

+5 Mio €

Geröstete Pistazien

+4,1 Mio €

Riegel

+2 Mio €

Tiefkühl
Eis

+1,7 Mio €

Milchmischgetränke

+1,6 Mio €

Pralinen

+1,1 Mio €

Fruchtjoghurt

+1,1 Mio €

Frischedesserts

+0,9 Mio €

Kekse/Biskotten

+0,9 Mio €

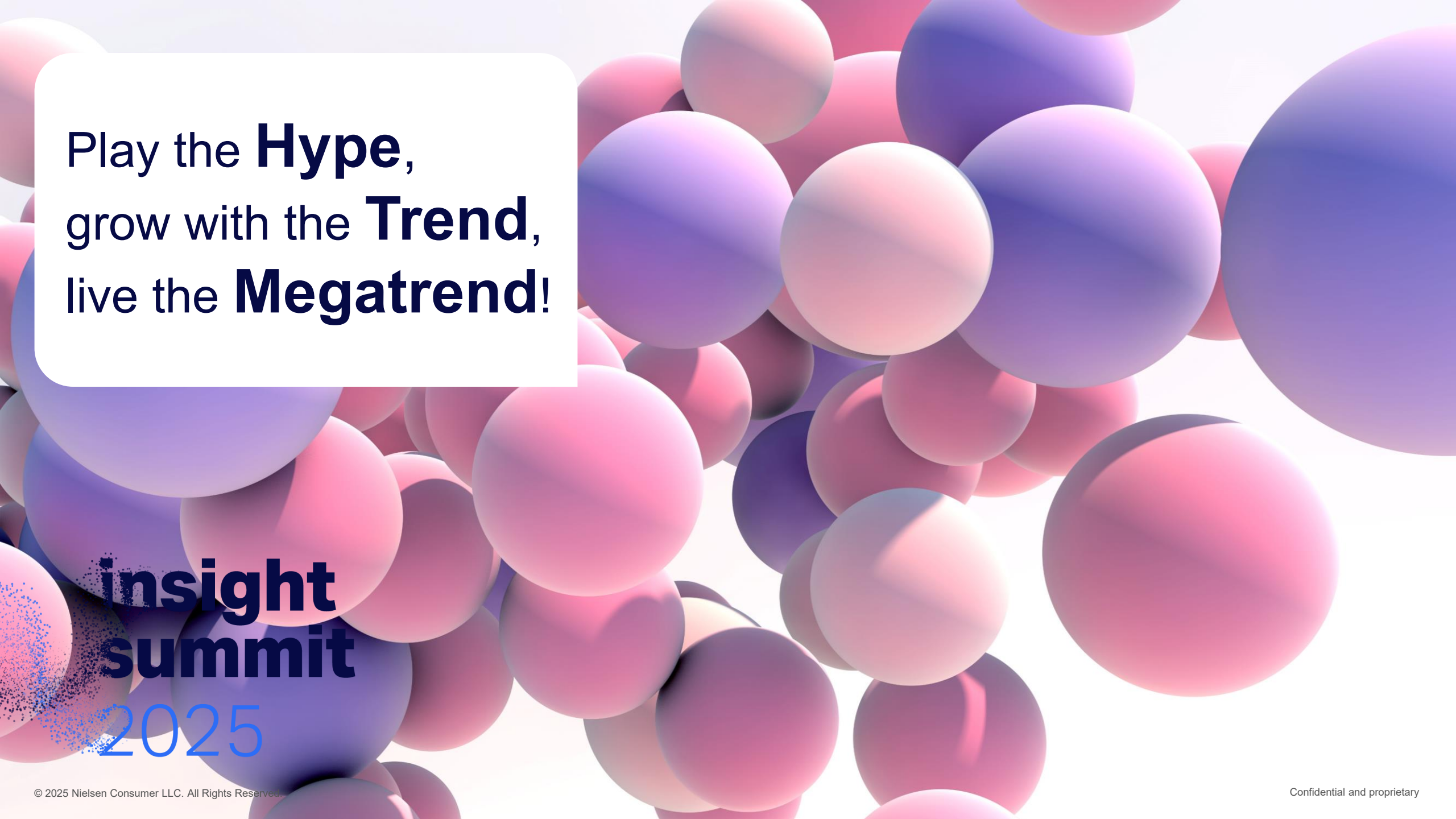
*) Quelle: NIQ RMS: LH+DFH inkl. Hofer/Lidl, Absolute Veränderung Umsatz im Mio. vs. Vorjahr, MAT 25 (bis inkl. KW 28)

So What?

- **Timing** zählt: Hypes sind kurzlebig
- **Authentizität** wirkt
- **Spitze Zielgruppen**, hohe Wirkung
- Hype kann zum **Trend** werden

- **Markenpositionierung** im Einklang bringen
- **Fokus** setzen & mutig sein
- **Don't miss out!**
- Aber: **Polarisierung** möglich



The background of the slide is a dense, overlapping cluster of 3D-rendered spheres in various shades of pink, magenta, and purple. The spheres vary in size and are arranged in a way that creates a sense of depth and movement. A white rectangular box with rounded corners is positioned in the upper left quadrant, containing the main text.

Play the **Hype**,
grow with the **Trend**,
live the **Megatrend!**

**insight
summit**
2025

Let's connect



Elisabeth Wagner

Elisabeth.Wagner@nielseniq.com
Client Delivery Manager Austria & Switzerland, NIQ