



CASE STUDY

SEO

SEA

CRM



Zwei Supplement-Marken, ein Search-Partner.

Die Vanatari Group entwickelt und skaliert vegane Marken für präventive Gesundheit, darunter Vegavero und wowtamins. Diese Case Study zeigt, wie pan pan die organische und bezahlte Suche für diese Marken betreut und warum die Gruppe ihre Kanäle bewusst bei einem Partner bündelt. Bei wowtamins liegt das Wachstum im dritten Jahr in Folge bei über 30 % pro Jahr; für Vegavero setzen wir seit einem Jahr denselben Ansatz um.



"You're not one of these agencies that just waits for you to tell them what to do. You bring a lot of ideas to the table – more of a partner than someone who just implements."



Giulio
CEO, Vanatari Group

ZEITRAUM

seit 2024 · laufend

LEISTUNG

SEO, SEA & E-Mail

MARKT

EUROPA · B2C

Die Ausgangslage

Die Vanatari Group entwickelt vegane Nahrungsergänzung, produziert in Deutschland und verkauft europaweit über eigene Shops und Amazon. Die Kids-Brand wowtamins betreut pan schon länger: SEO, SEA und E-Mail-Marketing aus einer Hand. Vegavero lief bis Ende 2025 nur über Amazon und hat dann einen eigenen Shop gelaunched. Seither wird die Google Suche zur zweiten Säule.

DIE AUFGABE

Das Search-Marketing beider Marken aus einer Hand steuern: organische und bezahlte Suche verzahnen, das Kategorie-Wissen aus wowtamins auf Vegavero übertragen und beide Marken planbar wachsen lassen.

PROJEKT-FAKTEN

BRANCHE

Vegane Nahrungsergänzung

LEISTUNG

SEO, SEA & E-Mail-Marketing

ZEITRAUM

seit 2024 · laufend

MARKT

Europa · B2C

MARKEN

wowtamins · Vegavero

ERGEBNISSE AUF EINEN BLICK

> 30 %

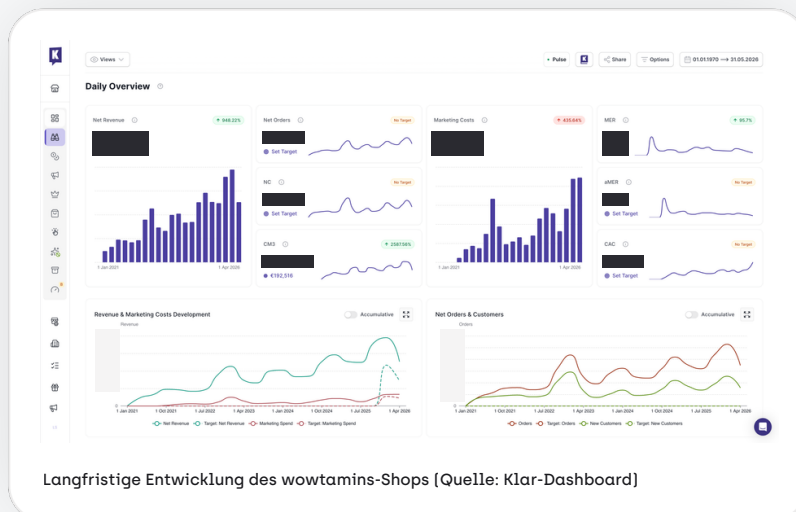
wowtamins-Wachstum;
das dritte Jahr in Folge

300%

Umsatzskalierung im ersten Jahr
nach Shop-Launch Vegavero

>2 Jahre

Kontinuierliche Partnerschaft



"For wowtamins we're maintaining strong growth of around 30% a year – and I see just as much potential for another year like this."

GIULIO, CEO · VANATARI GROUP

Der Search-Aufbau in Kürze

• PHASE 01

1

Kategorie-Wissen als Fundament

Supplements sind streng reguliert: Gesundheitsangaben (Health Claims) bestimmen, was man sagen darf. Auch bei Google gelten strenge Your Money Your Life-Qualitätsrichtlinien, insbesondere bei Kindern. pan pan ist dank einiger Kundenprojekte Profi auf dem Gebiet.

• PHASE 02

2

SEO und SEA verzahnen

SEO und SEA gehören zusammen. Das sehen wir in Nutzerdaten zur Customer Journey. Kunden dann lernen die Marke über SEO kennen, und kaufen später über eine Ad. Wir steuern beide Kanäle aus einer Hand und machen uns so die Synergien der Google-Suche zum Vorteil.

• PHASE 03

3

Wissen zwischen Marken übertragen

Content-Strategien & Kampagnenstrukturen, die bei wowtamins funktionieren, haben wir auf Vegavero übertragen. So kam der neue Vegavero-Shop schnell in Fahrt und skaliert im ersten Jahr bereits auf eine relevante Größe aus Sicht der Geschäftsführer.

• PHASE 04

4

Ausbauen und international wachsen

Jetzt geht für wowtamins der Blick über Deutschland hinaus: IT, FR & ES. Für Vegavero steht das nächste starke Q4 an, mit allem, was wir 1 Jahr lang aufgebaut haben. So treiben wir das Wachstum der Gruppe Marke für Marke weiter.

Hast du ähnliche Ziele wie die Vanatari Group?

Mach den kostenlosen Pre-Check