



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Preisvergleich und Werbung sind relevante Erwerbsanlässe bei Arzneimitteln



Im Arzneimittelmarkt bleiben mehr als zwei Drittel der Kunden der Marke treu und nehmen bei erneutem Erwerb innerhalb des Anwendungsgebiets keinen Wechsel vor. Sichtungen in Preisvergleichsportalen sowie wahrgenommene Werbung sind wichtige Erwerbsanlässe.

Esslingen am Neckar, 05. Juni 2019 – Die ‚Studie Unternehmensprofile Healthcare 2019‘ analysiert auf Basis von rund 4.100 Produkterwerben Struktur und Verhalten der Kunden von 14 Arzneimittelmarken. Die Produktgruppen Schmerzmittel sowie Erkältungs- und Grippemittel verfügen über die meisten Erwerbe. Mit deutlichem Abstand folgen die Gruppen Herz-Kreislauf/Gefäße sowie Magen-Darm. Die Marke ratiopharm gehört zu den Top-Arzneimittelmarken mit den höchsten Anteilen. In elf der 14 analysierten Produktgruppen zählt die Marke zu den Top 3 der von den Kunden gewählten Marken. Bei der Frage nach der Erwerbsabsicht verfügen Aspirin und ratiopharm über die höchsten Anteile.

Ein Großteil der Kunden wählt dieselbe Marke wiederholt. 69 Prozent der Kunden erwerben bei einem erneuten Bedarf dasselbe Präparat ohne Wechsel der Marke. Immerhin 15 Prozent nehmen beim nächsten Kauf im selben Anwendungsgebiet einen Markenwechsel vor. Hier schwanken die Werte je nach Marke beträchtlich. Die Spannweite beträgt 8 bis 31 Prozent.

Bei den Erwerbsanlässen von Arzneimitteln dominiert wenig überraschend der konkrete Bedarf. 14 Prozent erwerben ein Produkt nach Sichtung in einem Preisvergleichsportal. Wahrgenommene Werbung wiegt ähnlich stark mit einem Anteil von zwölf Prozent.

Über die Studie:

Die „Studie Unternehmensprofile Healthcare 2019“ von research tools gibt auf 124 Seiten Einblick in Struktur und Verhalten der Kunden von 14 Arzneimittelmarken auf Basis von 2.000 online-repräsentativen Interviews und 4.079 Produkterwerben. Diverse Marketing-Kennzahlen wie beispielsweise Kundenausschöpfung, Kundenloyalität, Erwerbsabsicht zeigen Unterschiede der Unternehmen auf und liefern Benchmarks.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-unternehmensprofile-healthcare-2019/>

Der Studienherausgeber:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner

research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 - 55090381
Fax +49 (0)711 - 55090384
uwe.matzner@research-tools.net