



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Acht Gesundheitsdienstleister mit Werbung in Millionenhöhe



Mehr als 42 Millionen Euro fließen in die Werbung von Kliniken, Gesundheitszentren und Arztpraxen. Der Vergleich zum Vorjahreszeitraum bescheinigt eine Fortsetzung des Wachstumstrends. Top-Werber sind aktuell Krankenhäuser und Privatkliniken, Fachkliniken stehen an zweiter Stelle.

Esslingen am Neckar, 22. Juni 2016 – Die Werbeausgaben von Kliniken, Gesundheitszentren und Arztpraxen haben innerhalb von zwölf Monaten um mehr als 50 Prozent zugelegt und damit den Wachstumstrend der vergangenen Jahre fortgesetzt. Volumenstärkster Teilmarkt bilden Krankenhäuser und Privatkliniken mit 16 Millionen Euro. Fachkliniken folgen auf Platz zwei und platzieren sich vor Arztpraxen, die mit mehr als acht Millionen Euro auf ihre Dienste aufmerksam machen.

Neben Privatkliniken und Krankenhäusern, die die Hälfte der zehn Topwerber stellen, zeigen sich zudem Fachkliniken für Augenlasern, Schönheitschirurgie und Medical Spas werbestark. Aufsteiger in die Top 10 ist neben dem Internetportal zur Arztsuche eHealth MediDate der Augenlaser spezialist Care Vision. Beide investieren mehr als eine Million Euro im Untersuchungszeitraum in Werbung.

Die Topwerber heben sich in der Werbelandschaft durch das Werbemedium voneinander ab. Während Kliniken und Krankenhauskonzerne überwiegend in Tageszeitungen Werbung schalten, nutzen Medical Spas in größerem Umfang auch Zeitschriften zur Verbreitung der Werbebotschaft. Allein Medical One wirbt mit TV-Spots.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Kliniken 2016“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben von Kliniken, Gesundheitszentren und Arztpraxen in Deutschland. Sie gibt auf 109 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in sieben Teilmärkten, darunter Krankenhäuser, Fachkliniken, Arztpraxen, Medical Spas, Portale Arztsuche sowie Zahnkliniken. Neben der Entwicklung von Werbespendings der Top 50 Werber werden Fünf-Jahres-Trends erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive. Die vorliegende Werbemarktanalyse basiert auf Daten und Motiven von AdVision digital.

Über research tools:

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