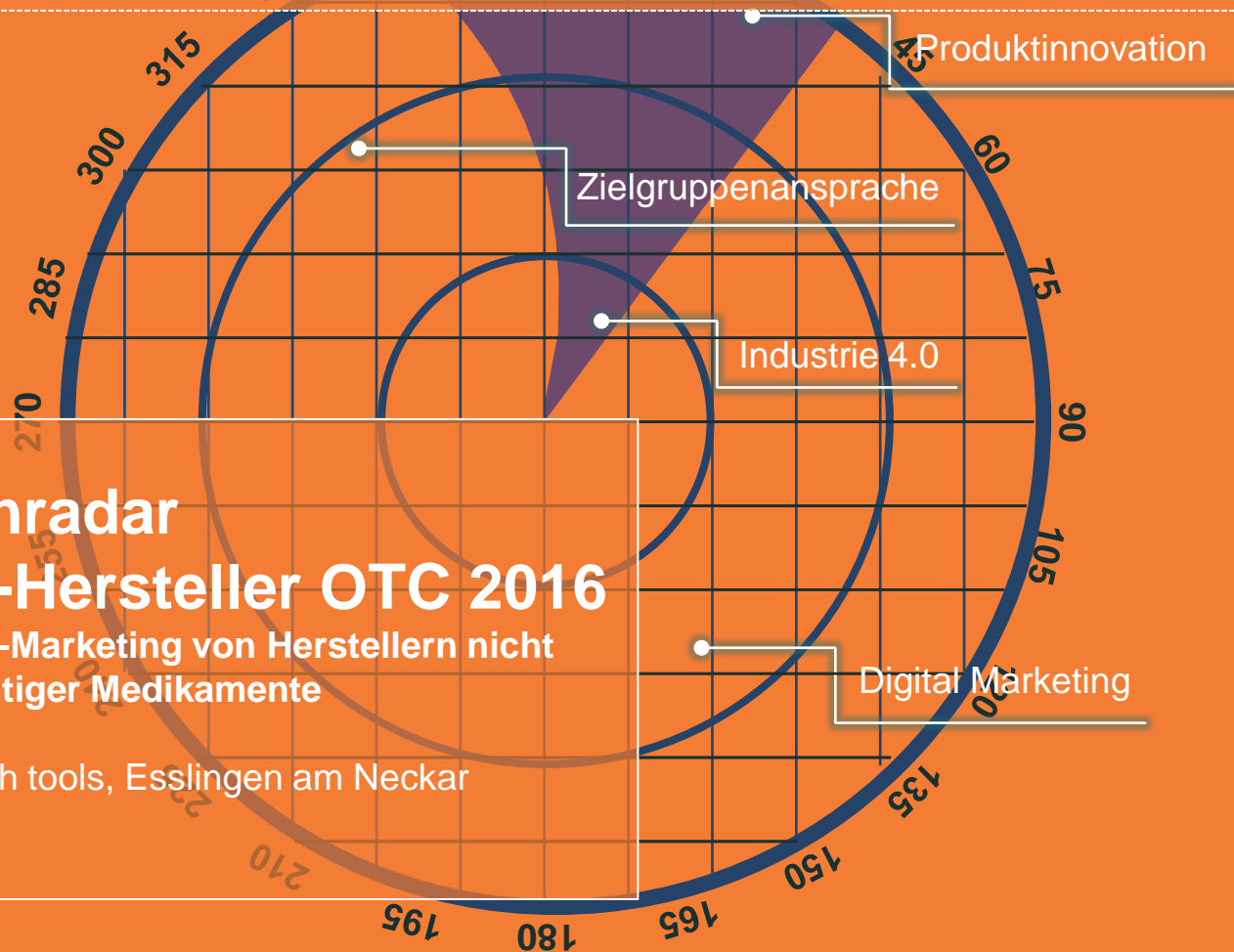


+++ Bayer +++ Bausch & Lomb +++ Beiersdorf +++ Bionorica +++ Boehringer-Ingelheim +++ DHU +++ Glaxo
 SmithKline +++ Heel +++ Hexal +++ Johnson & Johnson +++ Meda +++ Medice +++ Merck +++ Pfizer +++ rati
 opharm +++ Roche +++ Schwabe +++ Stada +++ Wick +++ Bayer +++ Bausch & Lomb +++ Beiersdorf +++ Bio



Studiensteckbrief

Marktthemenradar

Arzneimittel-Hersteller OTC 2016

Eine Studie zum B2B-Marketing von Herstellern nicht verschreibungspflichtiger Medikamente

erarbeitet von: research tools, Esslingen am Neckar

Dezember 2016

©kiss/123RF.COM, modifiziert

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse

- Ein Themenbereich dominiert derzeit die Überlegungen der Pharmahersteller.
- Im Wettbewerbsumfeld sind Wachstum, Expansion und Ausbau der Marktposition wesentliche Kernpunkte. Daneben wird der im Markt bestehende Preisdruck thematisiert.
- Ein Thema im Marktthemenranking wird aktuell von allen befragten Arzneimittel-Herstellern als sehr wichtig oder zumindest wichtig bewertet.
- Die Abfrage herausragender Marketingmaßnahmen zeigt ein breites Themenspektrum, dabei fällt der Fokus der Branche auf Werbemaßnahmen auf.
- Als wesentliche Hemmnisse für die Implementierung von Industrie 4.0 werden hauptsächlich zu wenig Ressourcen genannt.
- Ein überraschend großer Anteil der Unternehmen verfügt bereits über einen Online-Shop. Soziale Netzwerke werden von weniger als der Hälfte der Pharmaunternehmen genutzt.

Informationen zur Studie

Studieninhalte

- **Aktuelle Themen**
Mit welchen Herausforderungen und Problemen beschäftigen sich die Unternehmen momentan?
- **Marktthemenranking**
Wie wichtig sind einzelne Themen in der Branche und warum?
- **Herausragende Marketingmaßnahmen**
Welche Marketingmaßnahmen welcher Unternehmen werden in der Branche als vorbildlich erachtet?
- **Marketingranking der Unternehmen**
Bekanntheit und Bewertung des Marketings führender Unternehmen der Branche aus Sicht der Marktteilnehmer
- **Themenspecial: Industrie 4.0**
Stand der Umsetzung - wo liegen die Barrieren?
- **Themenspecial: Digitales Marketing**
Welche Aktivitäten werden heute eingesetzt, welche sind künftig geplant?

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Darstellung aktueller **Themen** und **Herausforderung**

Marktthemenranking nach Unternehmensgrößenklassen

Herausragende **Marketingmaßnahmen** der Branche

Ranking **Marketing-Mix** großer Unternehmen der Branche

alle Informationen als PDF- und PPT-Datei
kurzfristig verfügbar

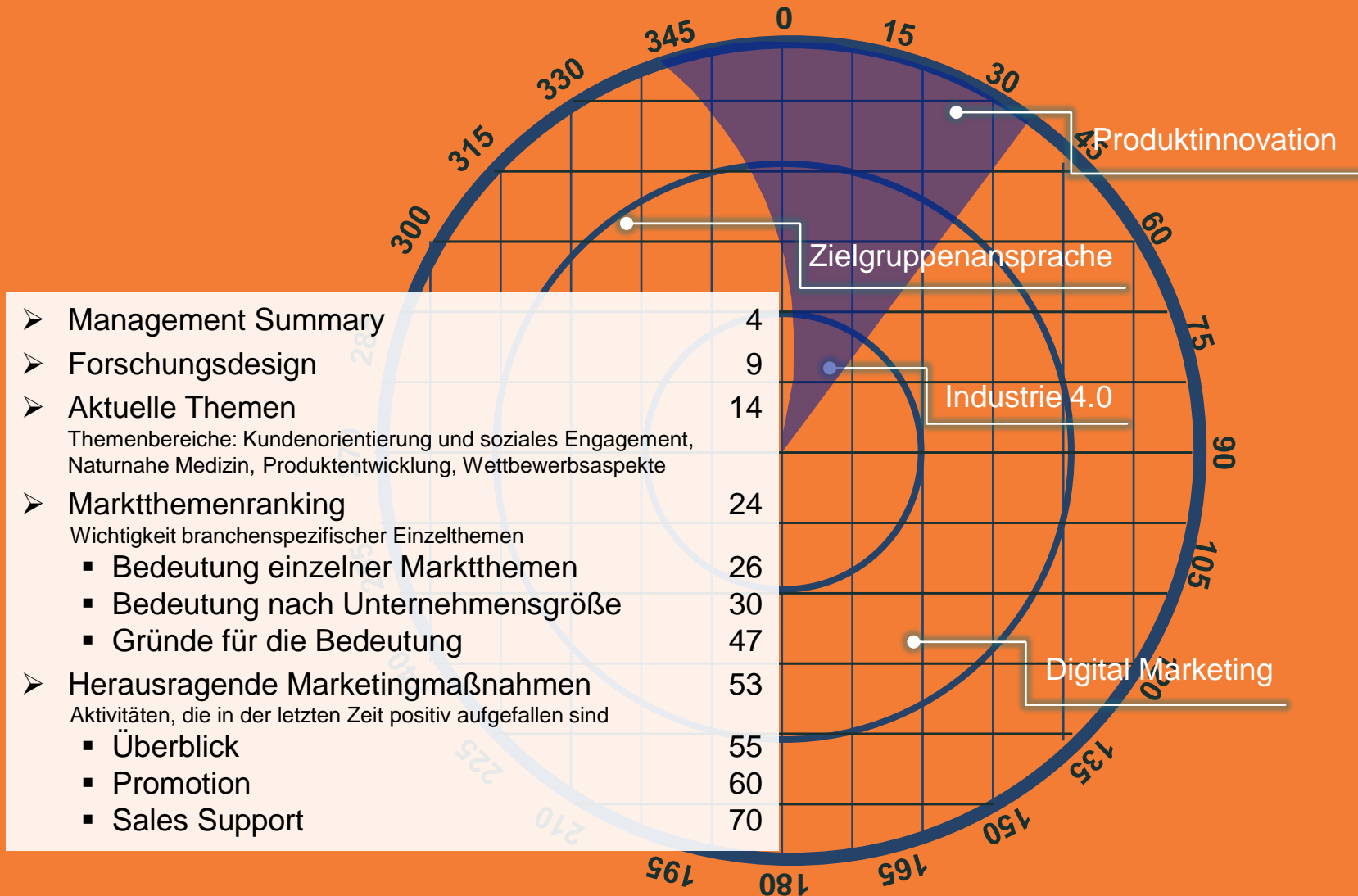
die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

Nutzen: Anregung für die aktuelle Ausrichtung
im Markt und das eigene Marketing

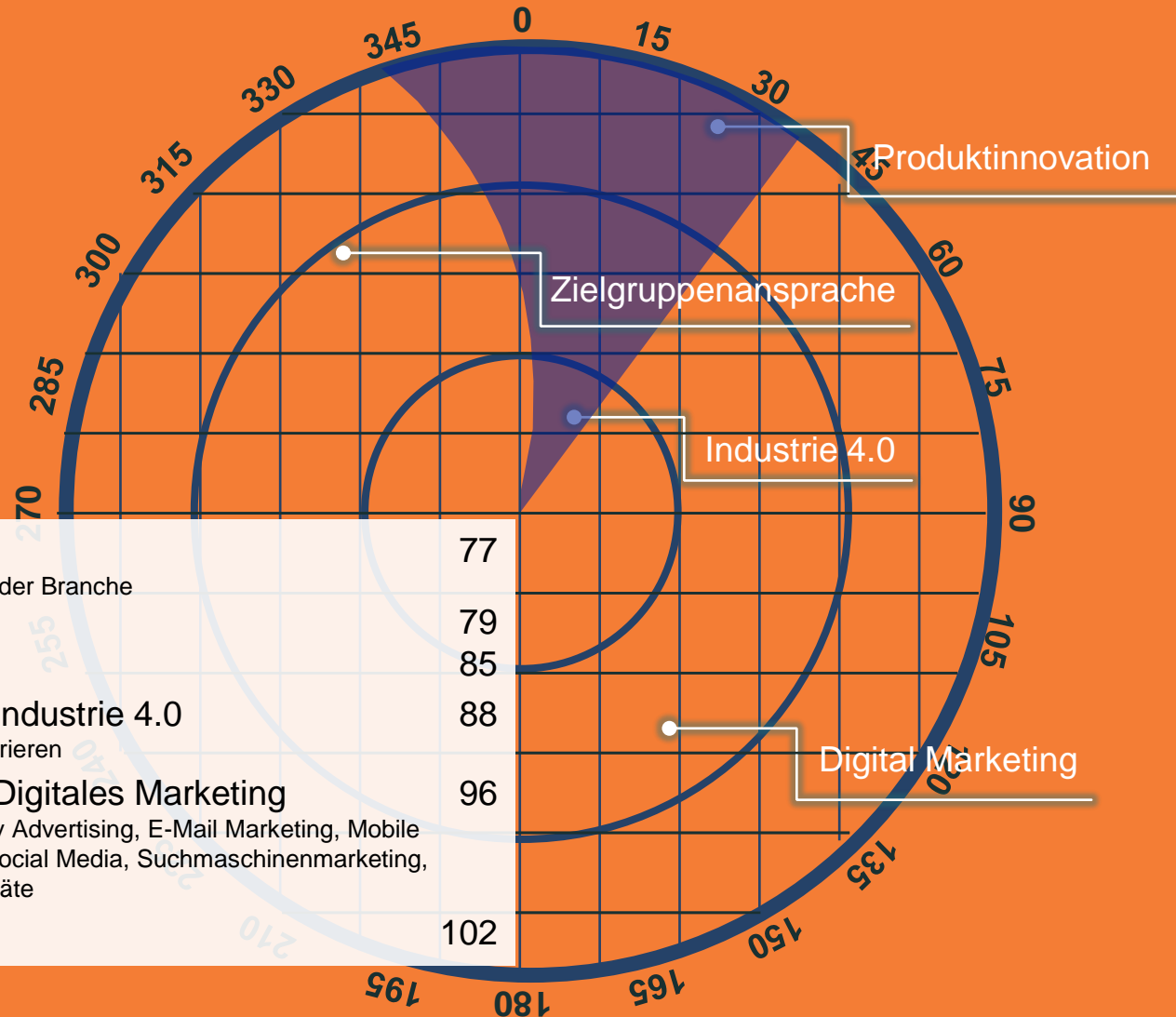
20 Unternehmen im Marketing-Mix-Ranking

Bayer,
Bausch & Lomb,
Beiersdorf,
Bionorica,
Boehringer-Ingelheim,
DHU,
GlaxoSmithKline,
Heel, Hexal,
Johnson & Johnson
Klosterfrau,
Meda, Medice,
Merck,
Pfizer,
ratiopharm,
Roche,
Schwabe,
Stada, Wick

Inhaltsverzeichnis

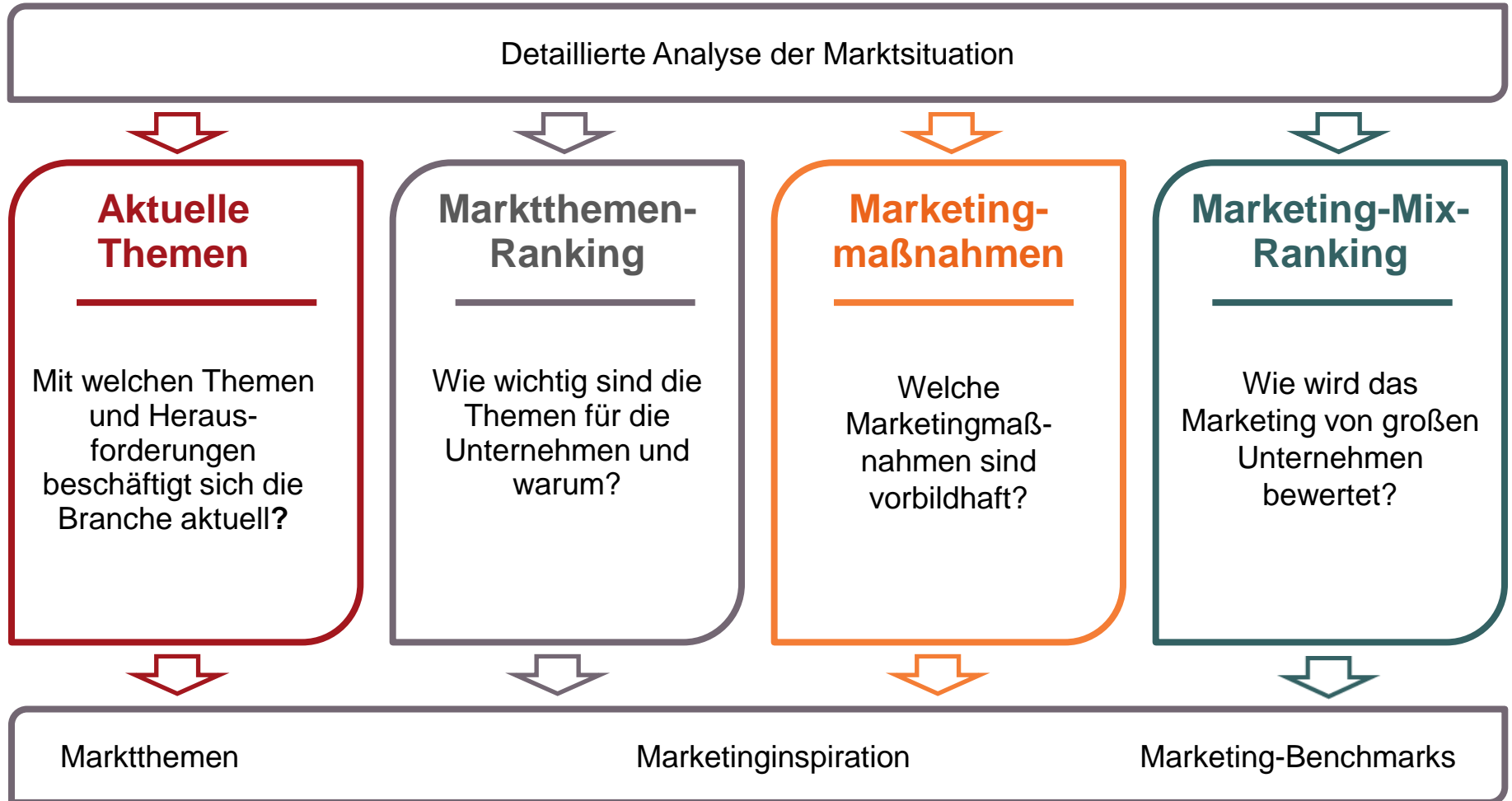


Inhaltsverzeichnis



➤ Marketing-Ranking	77
Benchmark-Unternehmen der Branche	
▪ Evaluation	79
▪ Begründung	85
➤ Themenspecial 1: Industrie 4.0	88
Stand der Umsetzung, Barrieren	
➤ Themenspecial 2: Digitales Marketing	96
Content Marketing, Display Advertising, E-Mail Marketing, Mobile Marketing, Online-Shop, Social Media, Suchmaschinenmarketing, Website für mobile Endgeräte	
➤ Kontakt	102

Informationen zur Studie



Informationen zur Studie

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- aktuell wichtige Marktthemen und Herausforderungen von Herstellern nicht verschreibungspflichtiger Medikamente
- Grundstimmung der Branche durch wortgetreue Wiedergabe der Einzelnennungen und Begründung der aktuellen Relevanz
- Marktthemen-Ranking, differenziert nach Unternehmensgrößenklassen
- Herausragende, aktuelle Marketingmaßnahmen einzelner Unternehmen mit Begründung der Alleinstellung dieser Maßnahmen
- Marketing-Mix-Ranking Awareness und Bewertung zu 20 großen Unternehmen der Branche
- Stand der Umsetzung Industrie 4.0
- Einsatz digitaler Marketingaktivitäten

Die Studie in Zahlen:

- Befragung von 50 Anbietern im Okt./Nov. 2016
- 20 Marktthemen im Ranking
- 4 Themenbereiche
- 15 Beispiele für herausragende Marketingmaßnahmen
- 20 Unternehmen im Marketing-Ranking
- 2 Themenspecials

Forschungsdesign:

Die Studie basiert auf einer telefonischen Befragung von 50 Herstellern nicht verschreibungspflichtiger Medikamente im deutschsprachigen Raum. Die Befragung fand im Oktober/November 2016 statt. Die Studie wurde von research tools im Eigenauftrag durchgeführt und liefert deshalb objektive, unabhängige, neutrale Ergebnisse. Die Studie ist im Dezember 2016 erschienen.

Preis der Studie: Die 103 Seiten umfassende Studie kostet **680 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer. Abonnenten der Fachzeitschrift Pharma Relations erhalten 10% Rabatt.

Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Aktuelle Themen

Wettbewerbsaspekte (Einzelnennungen im O-Ton)

Im Wettbewerbe ist Wachstum eine der führe

- Wachsender Druck durch
- Niedrige Preise bieten
- Unsere stolze Tradition aufrecht erhalten
- Die Führung in der Branche übernehmen
- Noch weiter wachsen
- Weiterer Einfluss auf Onlineapoth
- Sich noch mehr Anteile am Markt sichern
- Daran festhalten, dass wir ein neues
- Unsicherheit am Markt durch Gesetzesänd
- Mita
- Firmenzugehörigkeit - Wer zusammenhält kan

Frage: Welche Themen und Herausforderungen spielen derzeit in

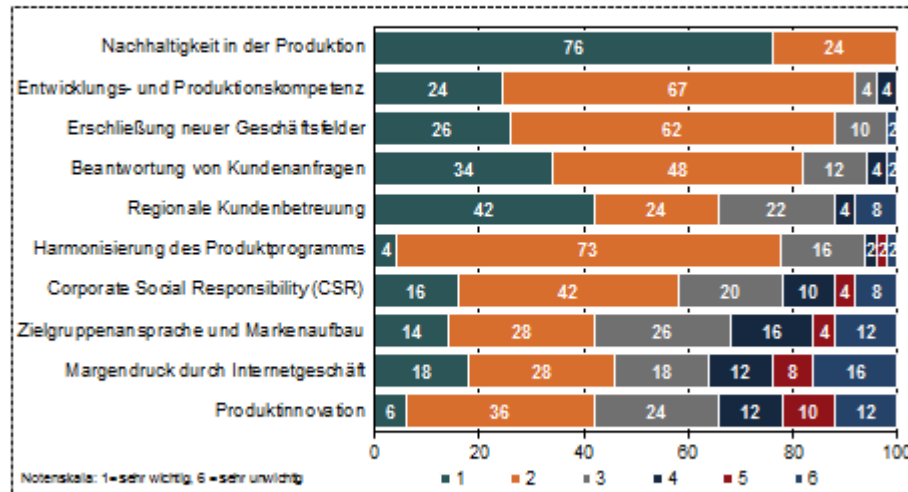


Arzneim

Markthemenranking

Bedeutung einzelner Markthemen

Verteilung der Noten 1/2 (Angaben in %)

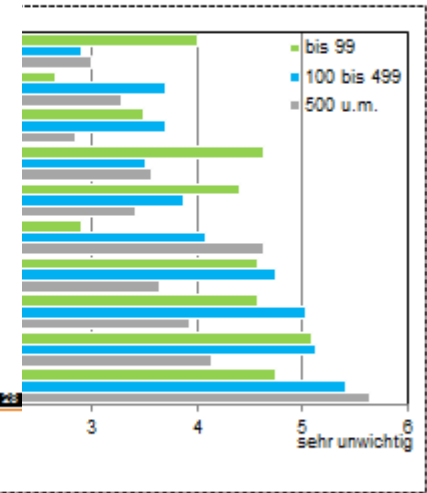


Notenskala: 1 = sehr wichtig, 6 = sehr unwichtig

Welche Themen sind laut Themenranking aktuell top?

Welche Herausforderungen bewegen die Branche?

Deutschland (2/2)



Markthemenradar
Arzneimittel-Hersteller OTC 2016

Exklusiver Medienpartner:
pharma



Markthemenradar
Arzneimittel-Hersteller OTC 2016

Exklusiver Medienpartner:
pharma

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Markthemenranking

Gründe für die Bedeutung

Gründe für die Einstufung der Wichtigkeit (3)

Markthema	Begründungen (O-Ton)
Harmonisierung Produktprogramm	<ul style="list-style-type: none"> Reibungslose Abläufe Packungsgrößen anpassen
Corporate Social Responsibility (CSR)	<ul style="list-style-type: none"> Seit Jahrzehnten engagiert und setzen uns für die Welt ein Wir stehen für Familienhandeln auch dementsprechend
Zielgruppenansprache und Markenaufbau	<ul style="list-style-type: none"> Wir wollen Marktführer werden Wir sind ein Unternehmen, das auf diese Ziele abzielt Es gibt viel Wettbewerb
Margendruck durch wachsendes Internetgeschäft	<ul style="list-style-type: none"> Bisher weiß noch niemand Das Geschäft wird voran gedrückt Das Internet war immer in der Hauslieferung. Mit Schwierigkeiten bringen

Frage: Nachfolgendes Thema haben Sie als sehr wichtig eingestuft

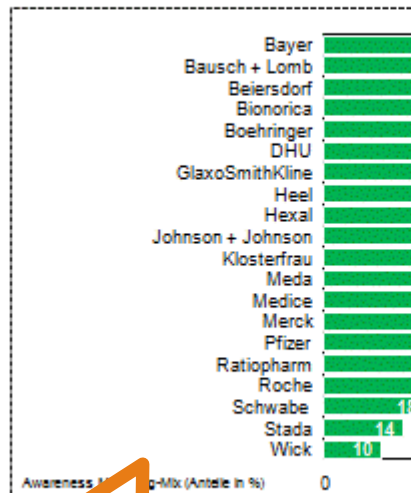


Arznei

Marketing-Ranking

Evaluation

Awareness Marketing-Mix (Anteile in %)



Awareness Marketing-Mix (Anteile in %) 0

research tools

Arznei

Welche Firmen sind im Marketing die Benchmarks?

Welche Marketingmaßnahmen ragen heraus?

Herausragende Marketingmaßnahmen

Überblick

Überblick vorbildliche Marketingmaßnahmen



Markthemenradar
Arzneimittel-Hersteller (OTC) 2016



Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Herausragende Marketingmaßnahmen

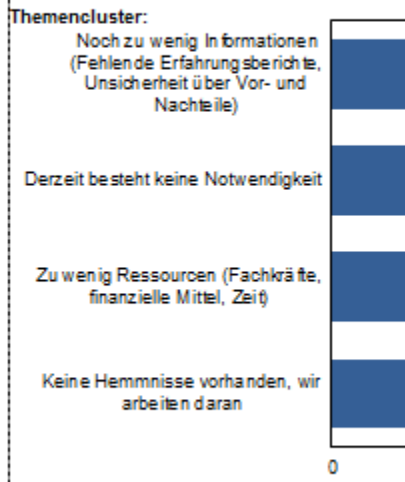
Überblick

Übersicht (2)

Unternehmen	Maßnahme	W
DHU	Promi Werbung	G B
Hevert	Sehr guter Außendienst	F
Johnson & Johnson	Digitalikampagne Listerine	A a
Klosterfrau	Neuer Markenauftritt	M B
Klosterfrau	Social-Mediaauftritt	E
Ratiopharm	Werbung mit Zwillingen	Z h
Ratiopharm	Eingängige Slogans	V
Wick	TV Spot	L

Themenspecial 1: Industrie 4.0

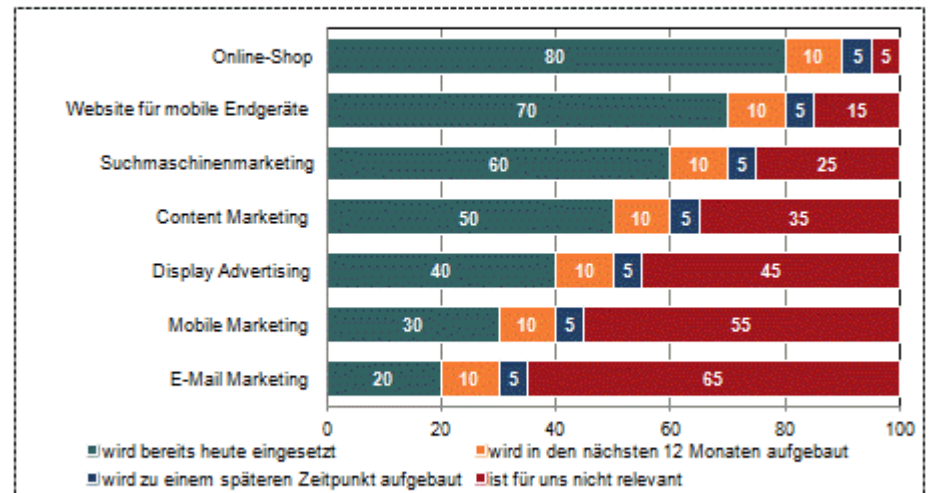
Wesentliche Hemmnisse für die Implementierung von Industrie 4.0
(Angaben in % aller Nennungen, Mehrfachnennungen möglich)



Welche digitalen Maßnahmen sind geplant?

Themenspecial 2: Digitales Marketing

Nutzung von Digitalen Marketingmaßnahmen (Angaben in %)



Wie weit ist Industrie 4.0 fortgeschritten?



Arzneimittel



Arzneimittel



Marktthemenradar
Arzneimittel-Hersteller (OTC) 2016



Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Marktthemenradar
Arzneimittel-Hersteller OTC 2016



Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: rainer.dieringer@research-tools.net

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 680 EUR zzgl. MwSt. die Studie
Marktt Themenradar Arzneimittel-Hersteller OTC 2016

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Wir sind Abonnent der Zeitschrift Pharma Relations

Datum, Ort, Unterschrift:

Kontakt / Branchenerfahrung

Ihre Ansprechpartner für diese Studie sind:

Rainer Dieringer



Diplom-Ökonom
Mobil +49 173 2437 469
E-Mail: rainer.dieringer@research-tools.net

Uwe Matzner



Geschäftsführer
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM
E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen
erfassen – verstehen – bewerten.

In der Reihe
Marktthemenradar
sind bisher erschienen:

- Antriebstechnik 2015
- Verfahrenstechnik 2016
- Nahrungsmittel- und
Verpackungsmaschinen 2016
- Mobile Antriebsmaschinen
2016
- Messebau 2016
- Arzneimittel-Hersteller OTC
2016