

Studiensteckbrief

# Marktthemenradar Medizintechnik 2017

Die Marktthemen der Hersteller  
medizinischer Geräte und deren Marketing

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2017



# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Ergebnisse

- Auf den Themenbereich ‚Rahmenbedingungen‘ entfällt derzeit der größte Teil der Herausforderungen und Probleme der Hersteller medizintechnischer Geräte.
- Gesetzliche Vorgaben, Produktqualität, Wachstum und auch individuelle Wertvorstellungen sind wichtige Einzelthemen, die von den Herstellern innerhalb der einzelnen Cluster thematisiert werden.
- Das derzeitige Top-Thema der Branche ist kein innovatives Thema und dadurch eine richtige Überraschung.
- Bei den als vorbildlich genannten Marketingmaßnahmen entfallen etliche Nennungen auf Informationen und Visualisierungen von Produkten.
- Industrie 4.0 fasst in der Branche langsam Fuß. Über ein Drittel der Hersteller beschäftigt sich konkret damit oder hat bereits Maßnahmen umgesetzt.
- Digitales Marketing wird in der Branche von einigen Unternehmen bereits intensiv betrieben. Ein Großteil betreibt einen Onlineshop.

# 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 **Herausforderungen**

**Marktthemenranking** nach Unternehmensgrößenklassen

Herausragende **Marketingmaßnahmen** der Branche

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

alle Informationen als PDF- und PPT-Datei  
**kurzfristig** verfügbar

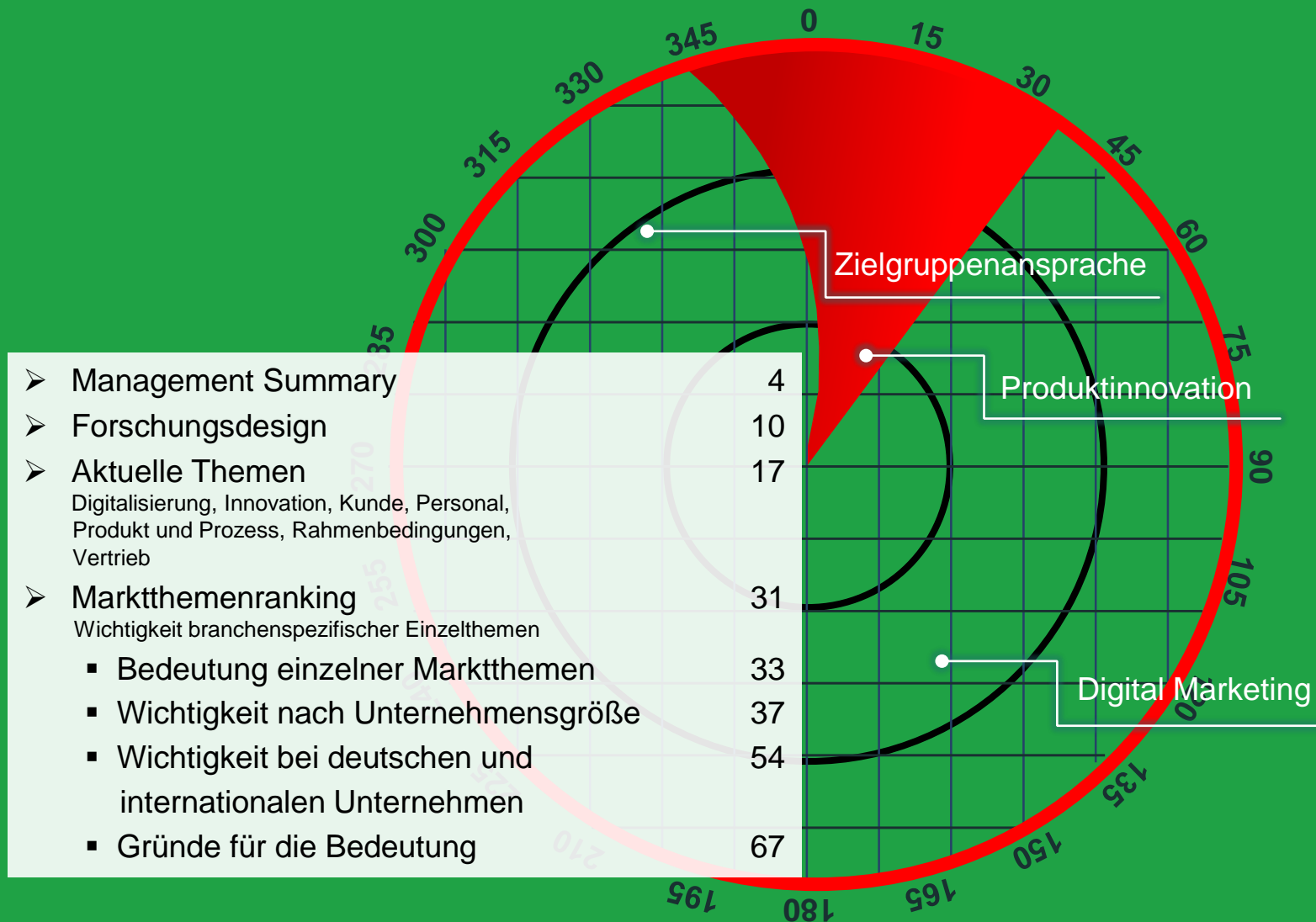
die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

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

## 24 Unternehmen im Marketing-Mix-Ranking

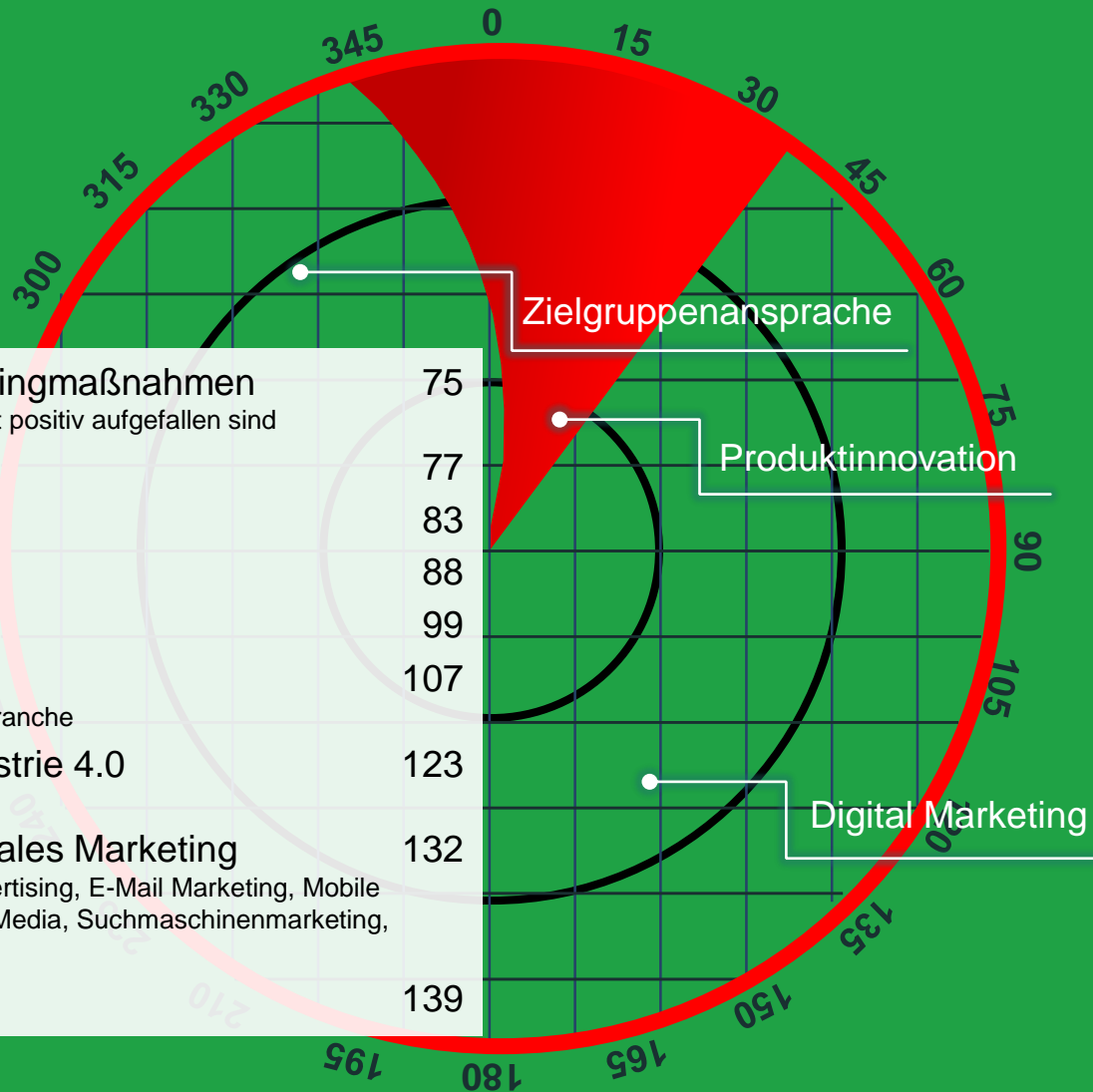
Aesculap,  
Atmos Medizintechnik,  
B. Braun, Biotronik,  
BSN Medical, Covidien,  
Drägerwerk, Fresenius,  
GE Healthcare,  
Getinge, Hartmann,  
Johnson+Johnson,  
Medtronic,  
Münchner Medizin Mechanik,  
Olympus, Philips Healthcare,  
Richard Wolf,  
Schmitz u. Söhne, Seca,  
Siemens Healthineers,  
Storz, Teleflex,  
Ulrich Medical,  
Weinmann Emergency

# Inhaltsverzeichnis

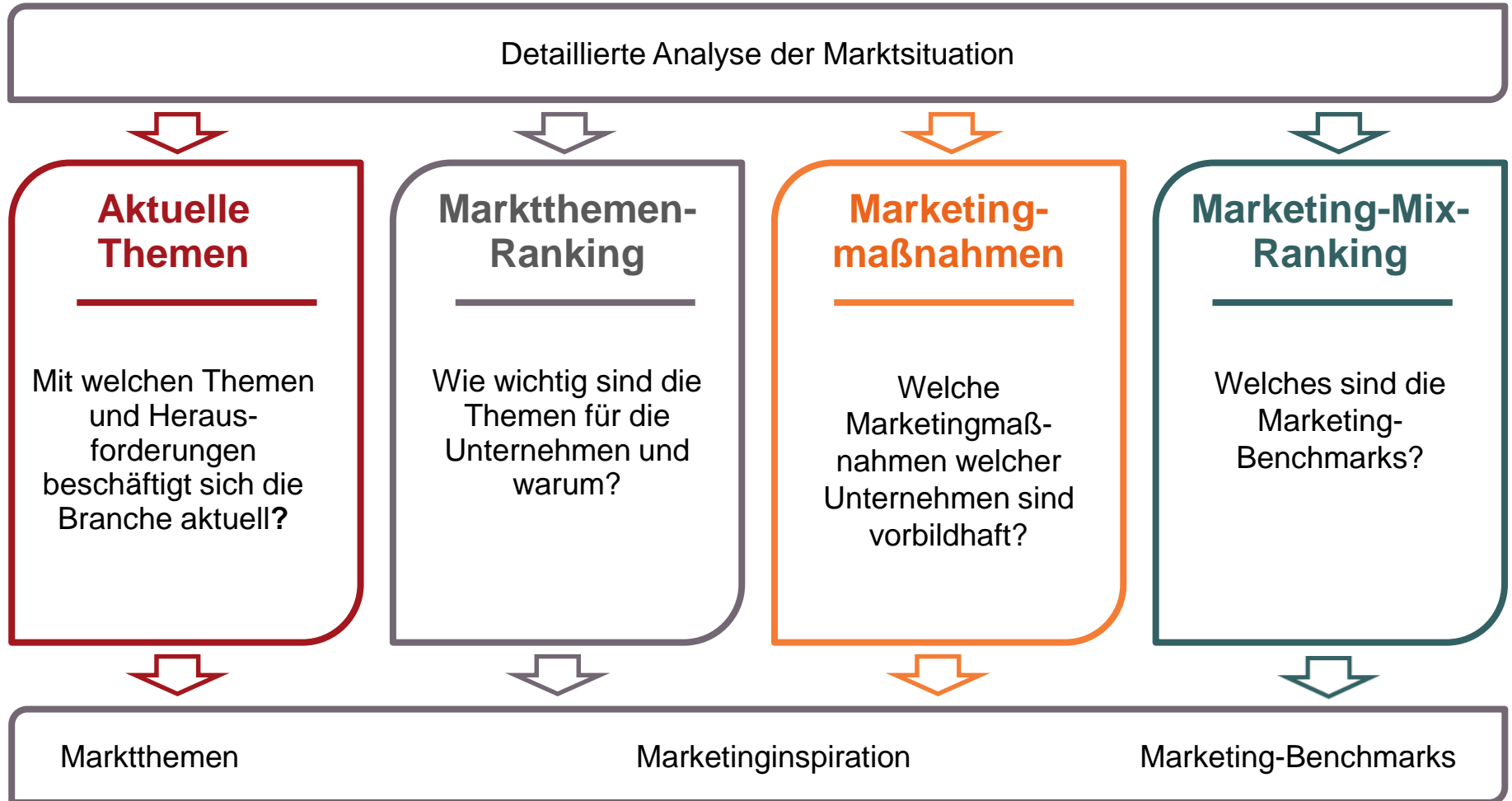


# Inhaltsverzeichnis

- **Herausragende Marketingmaßnahmen** 75  
Aktivitäten, die in der letzten Zeit positiv aufgefallen sind
  - Überblick 77
  - Messeauftritt 83
  - Promotion 88
  - Wissenstransfer 99
- **Marketing-Ranking** 107  
Benchmark-Unternehmen der Branche
- **Themenspecial 1: Industrie 4.0** 123  
Stand der Umsetzung, Barrieren
- **Themenspecial 2: Digitales Marketing** 132  
Content Marketing, Display Advertising, E-Mail Marketing, Mobile Marketing, Online-Shop, Social Media, Suchmaschinenmarketing, Website für mobile Endgeräte
- **Kontakt** 139



# Informationen zur Studie



# Informationen zur Studie

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

- aktuell wichtige Marktthemen und Herausforderungen von Herstellern medizintechnischer Geräte
- 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 24 großen Unternehmen der Branche
- Stand der Umsetzung Industrie 4.0
- Einsatz und Planung digitaler Marketingaktivitäten

**Die Studie in Zahlen:**

- Befragung von 50 Anbietern im April/Mai 2017
- 20 Marktthemen im Ranking
- 7 Themenbereiche
- 20 Beispiele für herausragende Marketingmaßnahmen
- 24 Unternehmen im Marketing-Ranking
- 2 Themenspecials

## **Forschungsdesign:**

Die Studie basiert auf einer telefonischen Befragung von 50 Herstellern medizintechnischer Geräte in Deutschland. Die Befragung fand im April/Mai 2017 statt. Die Studie wurde von research tools im Eigenauftrag durchgeführt und liefert deshalb objektive, unabhängige, neutrale Ergebnisse. Die Studie ist im Juli 2017 erschienen.

**Preis der Studie:** Die 140 Seiten umfassende Studie kostet **800 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer. Abonnenten der Fachzeitschrift MTDialog erhalten 10% Rabatt.



# Beispielseiten (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Aktuelle Themen

Kunde (Einzelnennungen im O-Ton)  
Die Wertschätzung der Kunden ist ein wichtiges Thema

Bei uns steht die Zufriedenheit der Kunden im Vordergrund und wir sind stets bemüht, unsere Kunden zu begeistern. Uns immer verbessern, um den Kunden noch mehr zu bieten. Kunden möchten kompetent beraten werden. Weiterhin unsere Kunden vollkommen zufrieden sein. Sonderanfertigung, jeden Kundenwunsch erfüllen. Kompetente Kundenbetreuung. Für unsere Kunden ein Wohlgefühl erschaffen. Kundenzufriedenheit. Das ist unser Ziel.

Frage: Welche Themen und Herausforderungen spielen derzeit in Ihrer Branche eine wichtige Rolle?



### Marktthemenranking

Bedeutung einzelner Marktthemen

Verteilung der Noten (2/2) (Angaben in %)

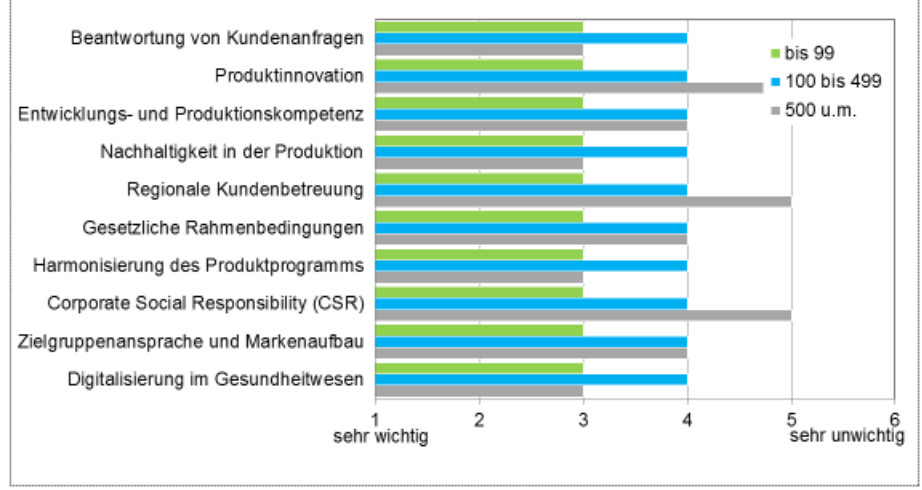


Welche Themen sind laut Themenranking aktuell top?

### Marktthemenranking

Wichtigkeit nach Unternehmensgröße

Wichtigkeit der Themen nach Anzahl der Mitarbeiter in Deutschland (1/2) (Angaben als Mittelwert)



Welche Herausforderungen bewegen die Branche?



Marktthemenradar  
Medizintechnik 2017



# Beispielseiten (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Markthemenranking

Gründe für die Bedeutung

Gründe für die Einstufung der Wichtigkeit (3/5)

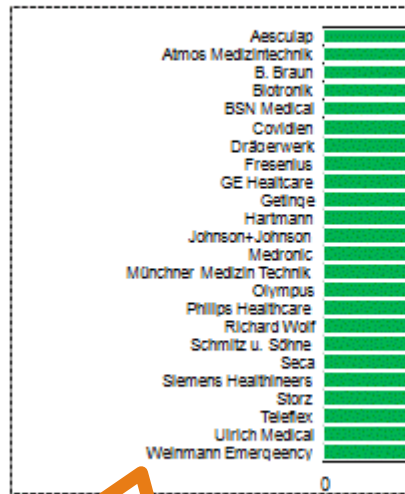
Markthema	Begründungen (O-Ton)
Gesetzliche Rahmenbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>MDR, Umsetzungen n</li> <li>Die Gesetze haben sich noch kein Ende in Sicht bleiben.</li> </ul>
Harmonisierung des Produktprogramms	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einzelne Produkte, die Programm nehmen.</li> <li>Das Produktprogramm</li> <li>Produkte raus streiche</li> </ul>
Corporate Social Responsibility (CSR)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Der Kunde verlangt da Ressourcen und Nach</li> <li>Das wichtigste für uns gesündere Menschen.</li> </ul>
Zielgruppenansprache und Markenaufbau	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wir wollen DER Anspr</li> <li>Es ist immer wichtig, d sich, wünschenswerte</li> <li>Direkte Kommunikation</li> <li>Vernünftige gezielte Ar</li> </ul>

Frage: Nachfolgendes Thema haben Sie als sehr wichtig eingestuft



### Marketing-Ranking

Awareness Marketing-Mix (Anteile in % aller Befragten) (1/2)

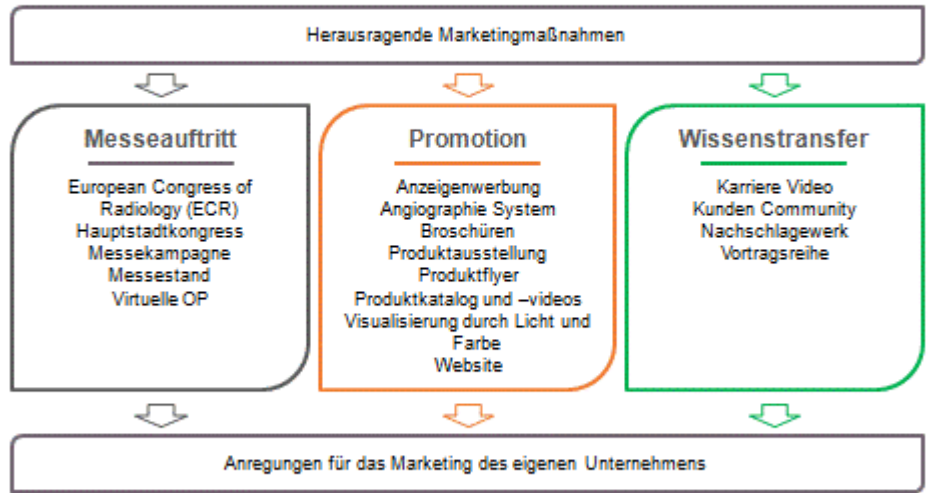


Welche Marketingmaßnahmen ragen heraus?

### Herausragende Marketingmaßnahmen

Überblick

Überblick vorbildliche Marketingmaßnahmen



Welche Unternehmen sind im Marketing die Benchmarks?



Markthemenradar Medizintechnik 2017

Exklusiver Medienpartner:



# Beispielseiten (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Herausragende Marketingmaßnahmen

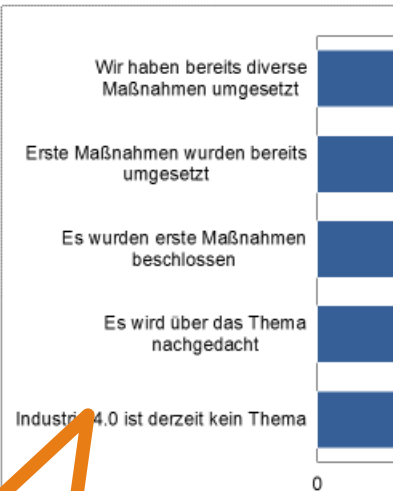
Überblick

Übersicht (2/3)

Unternehmen	Maßnahme	V
GE Healthcare	Kunden Community GE Cares	I
Hartmann	Wundforum	K R
Hartmann	Teilnahme Wund- Kongress 2016	I P
Johnson + Johnson	Anzeigenwerbung ACUVUE	A
Johnson + Johnson	Website	S P
Medtronic	Produktkampagne und Messeauftritt	S P
Otto Bock	Anzeigenwerbung Genium Beinprothesen	A d

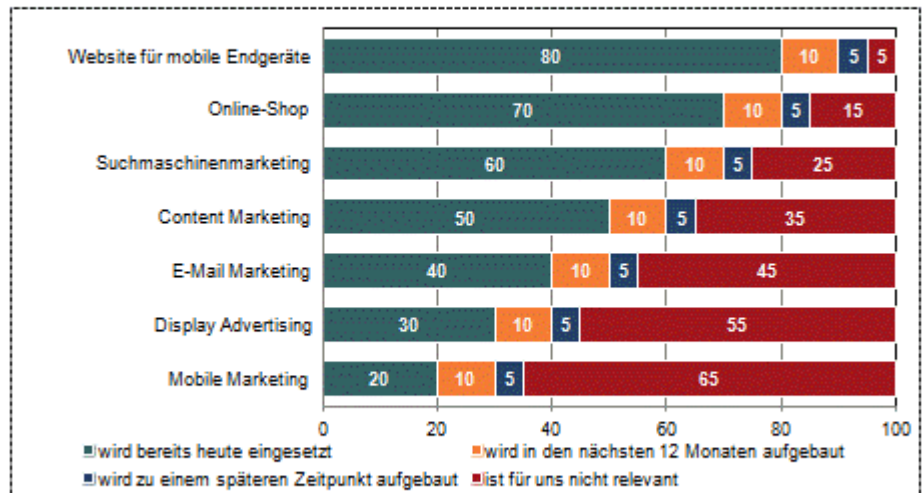
### Themenspecial 1: Industrie 4.0

Stand der Umsetzung (Angaben in % der Unternehmen)



### Themenspecial 2: Digitales Marketing

Nutzung von Digitalen Marketingmaßnahmen (Angaben in %)



Wie weit ist Industrie 4.0 fortgeschritten?

Welche digitalen Maßnahmen sind geplant?

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Marktt Themenradar  
Medizintechnik 2017

Exklusiver Medienpartner:  
MTD

# Bestellformular

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

**E-Mail:** [rainer.dieringer@research-tools.net](mailto: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 800 EUR zzgl. MwSt. die Studie  
**Markthemenradar Medizintechnik 2017.**

**Auftraggeber:**

Firma:

---

Ansprechpartner:

---

E-Mail:

---

Position/Funktion:

---

Wir sind Abonnent der Fachzeitschrift MTDialog

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
- Medizintechnik 2017