

+++ Aspirin +++ Bepanthen +++ BoxaGrippal +++ Dolormin +++ Grippostad +++ Hexal +++ Iberogast +++ Klosterfrau +++ ratiopharm +++ Spalt +++ ThermaCare +++ Thomapyrin +++ Voltaren +++ Wick +++ Aspirin +

Studiensteckbrief

Studie Healthcare-Zielgruppe Allergiker 2019

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

Dezember 2019



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Healthcare-Zielgruppe Allergiker 2019

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe Allergiker wird repräsentiert von Personen, die in den letzten zwölf Monaten mindestens ein Produkt aus dem Anwendungsgebiet Allergie persönlich verwendet haben. 17 Prozent der 2.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher fallen in diese Kategorie, deren Kundenverhalten beim Arzneimittelkauf analysiert wurde.
- Im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung verfügt die Zielgruppe über stark erhöhte Anteile an Personen der Altersklassen unter 45 Jahre.
- Die Zielgruppe bezieht Arzneimittel etwas häufiger übers Internet als die Gesamtbevölkerung.
- Die analysierte Zielgruppe Allergiker ist bei Arzneimittelmarken überdurchschnittlich wechselfreudig.
- Die Zielgruppe ist besonders offen gegenüber neuen Produkten, Marken oder Angeboten.
- Arzneimittel werden von den Allergikern überdurchschnittlich häufig aufgrund einer Empfehlung gekauft.
- Die Zielgruppe macht sich mehr Sorgen zu den Nebenwirkungen eines Arzneimittels als die Befragten der Gesamtbevölkerung.
- Die Zielgruppe empfindet Kino- oder Outdoor-Werbung als deutlich informativer als die Gesamtbevölkerung.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Allergiker**

Analyseinhalte: **Soziodemografie, Marktanteile, Kunden-, Freizeit- und Medienverhalten** der Zielgruppe

Nutzung von **14 Produktkategorien** und **14 Anbietern** im Healthcemarkt

alle Information auf **75 PowerPoint-Seiten**

als **PDF und PowerPoint-Datei** kurzfristig verfügbar

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

Nutzen: Detailbetrachtung der Zielgruppe als Basis für klare Marketingmaßnahmen in der Produktparte

Forschungsdesign:

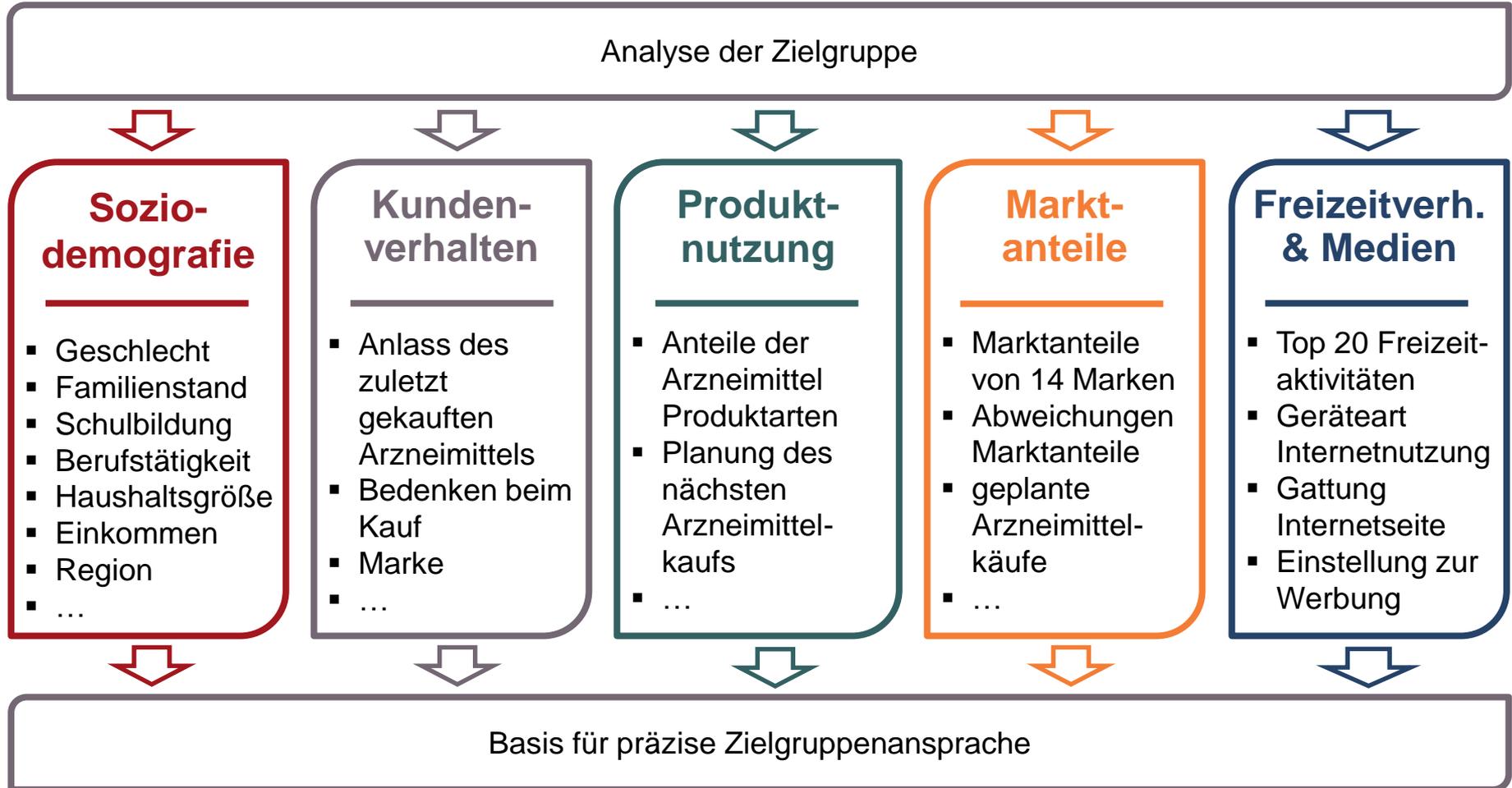
2.000 Interviews wurden online-bevölkerungsrepräsentativ bei Verbrauchern in Deutschland durchgeführt, davon 17 Prozent aus der betrachteten Zielgruppe Allergiker. Die Studie ist im Dezember 2019 erschienen.

Preis:

Die 75 Seiten umfassende Studie kostet **1.100 EUR** zuzüglich MwSt.

Informationen zur Studie

Konzeption:



Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	9
➤ Soziodemografie	13
Vergleich der Zielgruppe mit der Gesamtbevölkerung in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region	
➤ Kundenverhalten	26
Bewertung der Statements, Anlass des zuletzt erworbenen Arzneimittels, Bedenken beim Erwerb, treue Kunden und Brandhopper, Erwerbartart des zuletzt erworbenen Arzneimittels, Frequenz der Produkterwerbe	
➤ Produktkategorien	35
Aktuell genutzte Arzneimittel, letzte fünf erworbene Arzneimittel, voraussichtlich nächster Produkterwerb, Differenz der Marktanteile	
➤ Healthcemarken	43
Marktanteile der Healthcemarken, Vergleich Marktanteile Zielgruppe zu Gesamtbevölkerung, Marktanteile Erwerbplan, Differenz der Marktanteile	
➤ Erwerbssorte	53
Marktanteile der Erwerbssorte, Vergleich Marktanteile Zielgruppe zu Gesamtbevölkerung, Erwerbplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	62
Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen	
➤ Kontakt	74

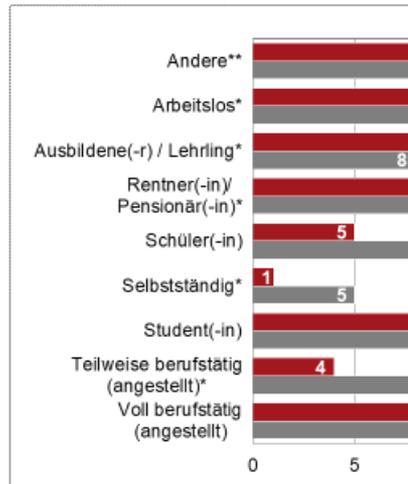


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)



Fragestellung: Ihr Beruf?; **Unentgeltliche Beschäftigung*, Hausfrau



Kundenverhalten

Kundenverhalten der Zielgruppe im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (Angaben als Top-2-Box-Werte „stimme voll und ganz zu“ und „stimme zu“)



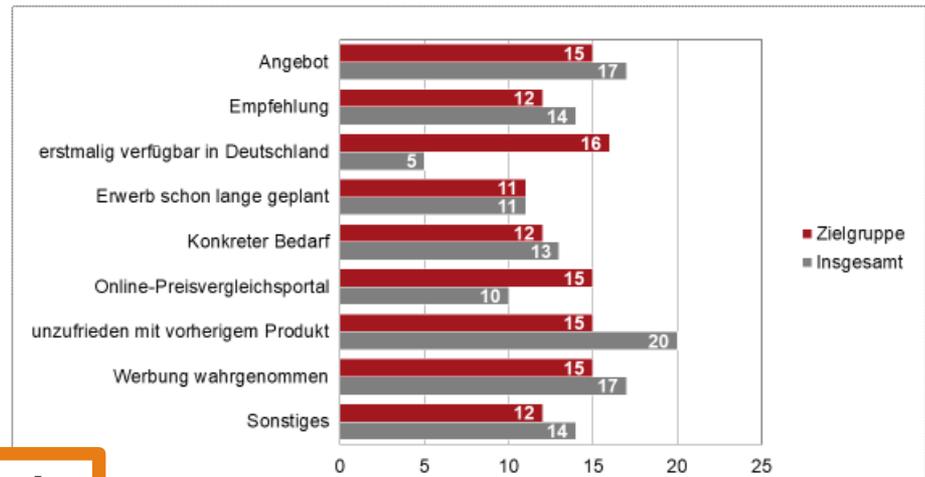
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



Was war der konkrete Anlass für den letzten Produkterwerb?

Kundenverhalten

Konkreter Anlass des zuletzt erworbenen Arzneimittels (Angaben in %)



Mit welchem konkreten Anlass haben Sie das zuletzt erworbene Healthcareprodukt erworben? (Mehrfachantworten möglich)



Studie Healthcare-Zielgruppe Allergiker 2019

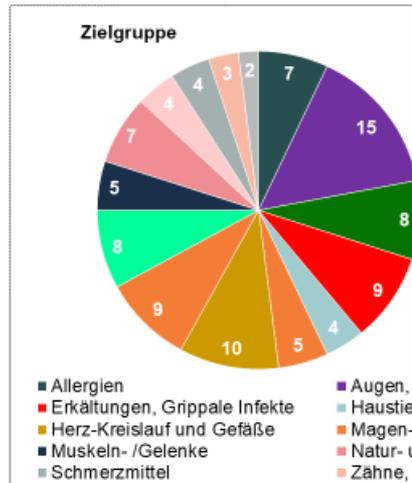
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

Anteil der Produktkategorien an den **letzten Produkterwerben*** (Angaben in %)



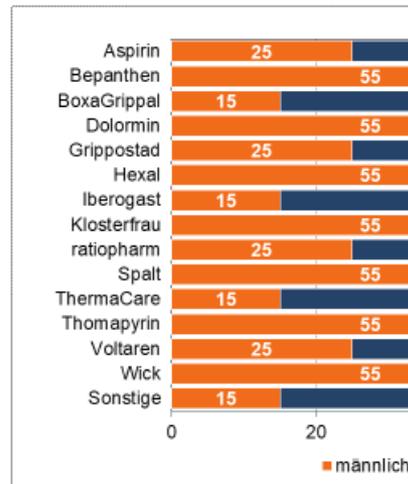
* Basis: letzte 5 Produkterwerbe



Studi A

Healthcaremarken

Anteile der Geschlechter nach Marke in der Zielgruppe (Angaben in %)



Fragestellung: Geben Sie nun an, bei welchem Marke Sie die oben:

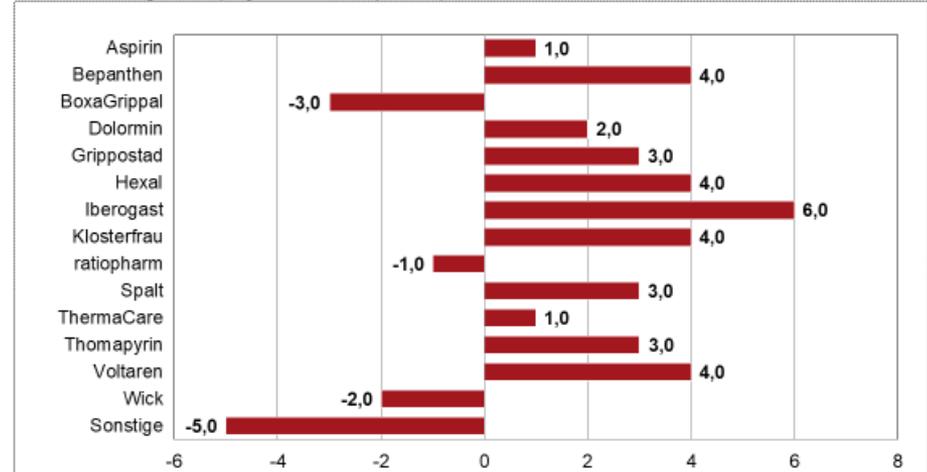


Studi A

Welche Potenzialausschöpfung gelingt den Marken?

Healthcaremarken

Abweichungen der Marktanteile* der Healthcaremarken – Marktanteil bei der Zielgruppe abzüglich Marktanteil Insgesamt (Angabe in Prozentpunkten)



Fragestellung: Geben Sie nun an, von welcher Marke Sie die oben genannten Arzneimittel erworben haben. * Basis: letzte 5 Produkterwerbe (Marken)



Studie Healthcare-Zielgruppe Allergiker 2019

Welche Produktgruppen kauft die Zielgruppe verstärkt?

Bestellformular

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

E-Mail: ronja.inhofer@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 1.100 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Healthcare-Zielgruppe Allergiker 2019.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Kontakt / Branchenerfahrung

Ihre Ansprechpartnerin für diese Studie ist:

Ronja Inhofer



Marketinganalytikerin
M.Sc. Planung und Partizipation
Tel.: +49 711 55090383, Fax +49 711 55090384
E-Mail: ronja.inhofer@research-tools.net

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

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.

Zuletzt zur Healthcarebranche erschienen:

- Studie Vergleichsportal-Marketing Arzneimittel 2019
- Studie HC-Zielgr. Drogeriem.- & Reformhauskunden 2019
- Studie Kundenpfade Healthcare 2019
- Studie Sponsoring Krankenkassen 2019
- Studie Healthcare-Zielgruppe Onlinekunden 2019
- Studie Unternehmensprofile Healthcare 2019

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Branche Healthcare wurden seit 2016 über 30 Studien veröffentlicht. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher 60 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

