

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

Studiensteckbrief

# Studie Healthcare-Zielgruppe Drogerie- markt- & Reformhauskunden 2021

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

April 2021



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Healthcare-Zielgruppe  
Drogeriemarkt- & Reformhauskunden 2021

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe Drogeriemarkt- & Reformhauskunden wird repräsentiert von Personen, die innerhalb ihrer letzten bis zu fünf Gesundheitsproduktkäufe mindestens einmal ein Produkt in einem Drogeriemarkt oder einem Reformhaus erworben haben. 18 Prozent der 2.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher und 19 Prozent der Healthcaredkunden insgesamt fallen in diese Kategorie, deren Verhalten im Healthcaredmarkt analysiert wird.
- Im Vergleich mit den Healthcaredkunden insgesamt verfügt die Zielgruppe der Drogeriemarkt- & Reformhauskunden über erhöhte Anteile in den Altersgruppen bis 45 Jahre.
- Die Zielgruppe hat deutlich mehr Bedenken beim Erwerb eines Healthcaredprodukts als die Vergleichsgruppe der Healthcaredkunden insgesamt.
- Drogeriemarkt- & Reformhauskunden erwerben ihre Gesundheitsprodukte häufiger online als die Vergleichsgruppe.
- Die Zielgruppe nutzt überdurchschnittlich häufig Produkte der Anwendungsgebiete Erkältung/Grippe sowie Nahrungsergänzungsmittel.
- Die Gruppe der Drogeriemarkt- & Reformhauskunden steht Werbung insgesamt positiver gegenüber als die Gesamtheit der Healthcaredkunden.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Drogeriemarkt- & Reformhauskunden**

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

Nutzung von **15 Produktkategorien** und **14 Healthcaremarken**

alle Information auf **71 PowerPoint-Seiten**

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

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

**Nutzen:** Detailbetrachtung der Zielgruppe als Basis für kundenzentrierte Marketingmaßnahmen

## Forschungsdesign:

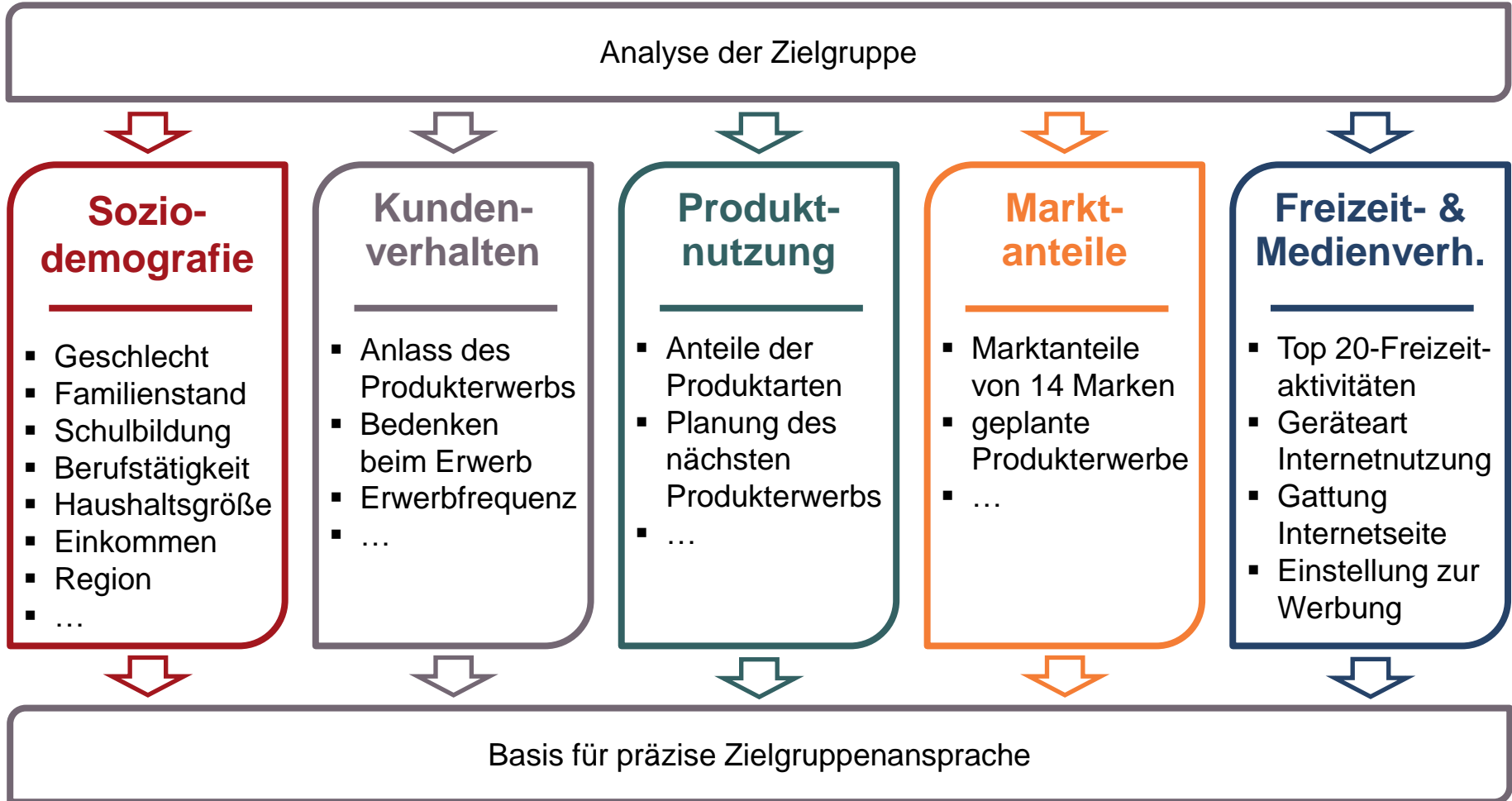
- 2.000 Interviews
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 18 Prozent aus der Zielgruppe Drogeriemarkt- & Reformhauskunden
- im April 2021 erschienen

## Preis:

- die 71 Seiten umfassende Studie kostet **1.100 EUR** zuzüglich MwSt.

# Informationen zur Studie

## Konzeption:



# Inhaltsverzeichnis

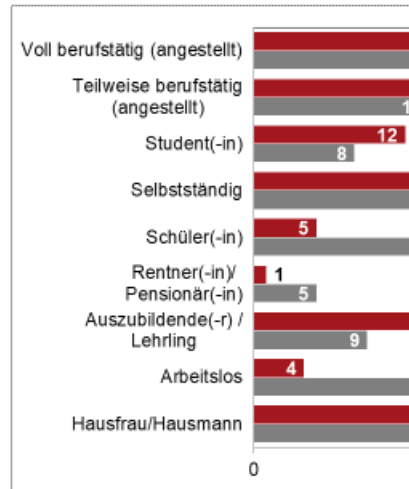
➤	<b>Management Summary</b>	<b>3</b>
➤	<b>Forschungsdesign</b>	<b>10</b>
➤	<b>Soziodemografie</b> Vergleich der Zielgruppe mit der Vergleichsgruppe in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region	<b>14</b>
➤	<b>Kundenverhalten</b> Bewertung der Statements, Anlass des zuletzt erworbenen Healthcare-Produktes, Bedenken beim Erwerb, treue Kunden und Brandhopper, Erwerbsart der zuletzt erworbenen HC-Produktes, Frequenz der Abschlüsse	<b>25</b>
➤	<b>Produktkategorien</b> Aktuell genutzte Produktkategorien, letzte fünf erworbene Produktkategorien, voraussichtlich nächster Produktwerb, Differenz der Marktanteile	<b>32</b>
➤	<b>Healthcaremarken</b> Verteilung der Healthcaremarken, Marktanteile der Healthcaremarken, Abweichungen Marktanteile, Erwerbsplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	<b>39</b>
➤	<b>Erwerbssorte</b> Verteilung der Erwerbssorte, Marktanteile der Erwerbssorte, Abweichungen Marktanteile, Erwerbsplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	<b>48</b>
➤	<b>Freizeitverhalten und Mediennutzung</b> Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen	<b>56</b>
➤	<b>Kontakt</b>	<b>70</b>

# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)



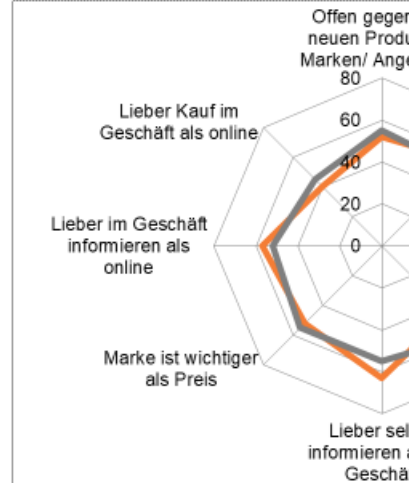
Fragestellung: Ihr Beruf?; \*\* Unentgeltliche Beschäftigung, Hausfrau



Studie Drogeriemarkt

### Kundenverhalten

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



Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?

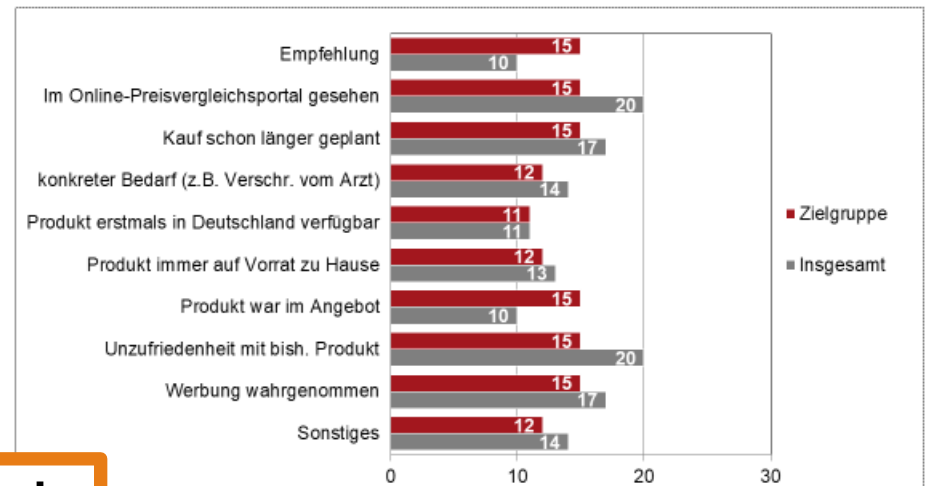


Studie Drogeriemarkt

Was war der konkrete Anlass für den letzten Produkterwerb?

### Kundenverhalten

Konkreter Anlass des letzten Produkterwerbs (Angaben in %)



aus welchem konkreten Anlass haben Sie das zuletzt besorgte Produkt erworben? (Mehrfachantworten möglich)



Studie Healthcare-Zielgruppe Drogeriemarkt- & Reformhauskunden 2021

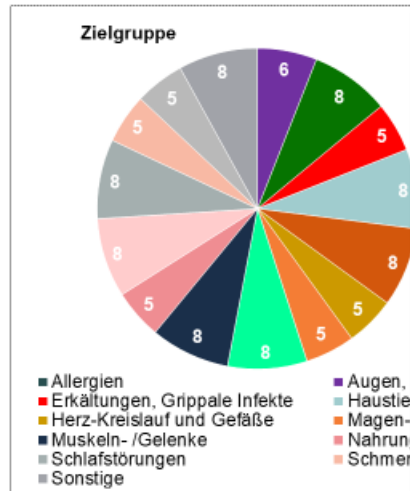
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Produktkategorien

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



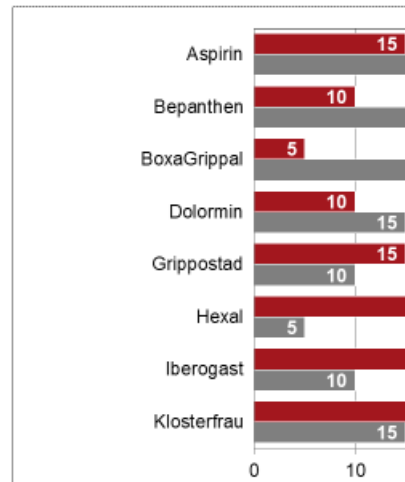
\* Basis: letzte 5 Produktabschlüsse; \*\* Fitness, Vitamine etc.



Studi Drogeriemar

### Healthcaremarken

Verteilung der Produktkäufe auf die Healthcaremarken\* (1 von 2) (Angaben in %)



Fragestellung: Geben Sie nun an, von welcher Marke Sie die oben (Healthcaremarken); Lesebeispiel: 15% der ZG nutzen bei einem d

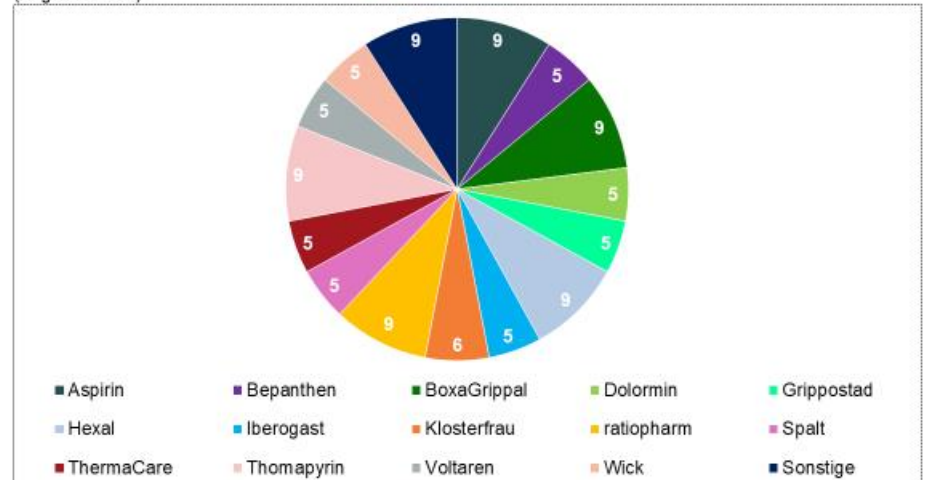


Studi Drogeriemar

Welche Marken werden zukünftig gewählt?

### Healthcaremarken

Marktanteile der Healthcaremarken bei **geplantem Produkterwerb** in der Zielgruppe (Angaben in %)



Fragestellung: Geben Sie nun an, von welcher Marke Sie ihr voraussichtlich nächstes Healthcareprodukt erwerben möchten. \* Basis: voraussichtlich nächster Produkterwerb (Healthcaremarke)



Studie Healthcare-Zielgruppe Drogeriemar- & Reformhauskunden 2021

Welche Produktgruppen erwirbt die Zielgruppe verstärkt?

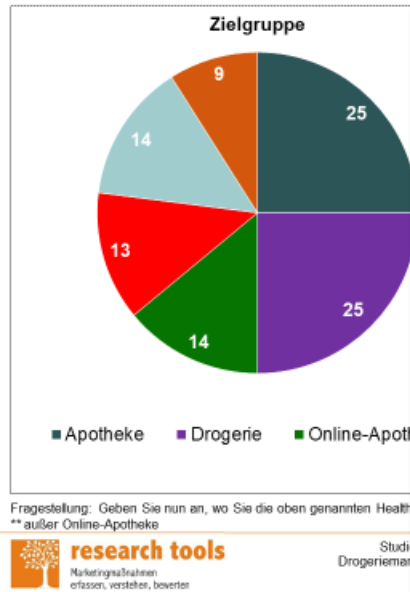


# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

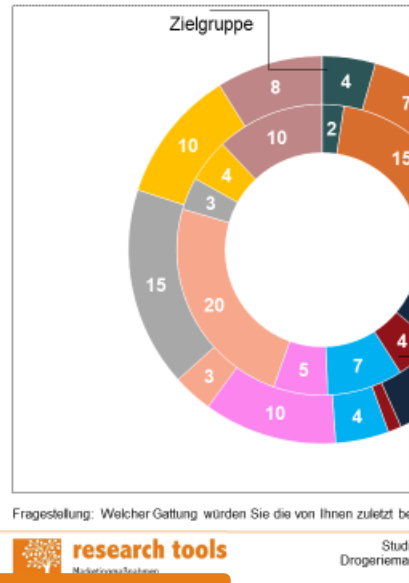
### Erwerbssorte

Marktanteile der Erwerbssorte\* (Angaben in %)



### Freizeitverhalten und Mediennutzung

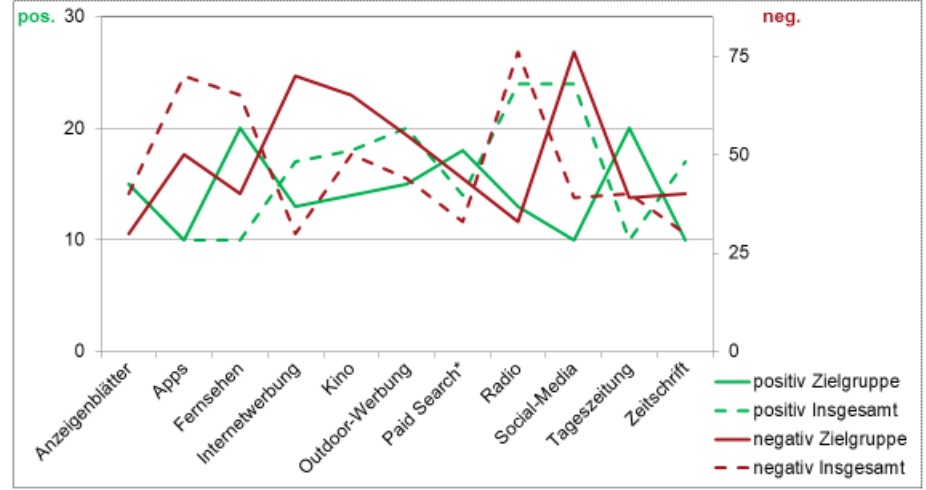
Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



Über welche Medien kann ich die Zielgruppe erreichen?

### Freizeitverhalten und Mediennutzung

Einstellung zur Werbung in der Zielgruppe (Angaben in durchschnittlichen Prozent, Zustimmung zu positiven und negativen Statements zur Werbung)



Welche Erwerbssorte wählt die Zielgruppe bevorzugt?

# Bestellformular

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

**E-Mail:** [ronja.inhofer@research-tools.net](mailto: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 Drogeriemarkt- & Reformhauskunden 2021.**

**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:

- Werbemarktanalyse Apotheken 2021
- Werbemarktanalyse Brillen und Kontaktlinsen 2021
- Marketing-Mix-Analyse Pflegebetten 2021
- Werbemarktanalyse Nahrungsergänzungsmittel 2020
- Stud. Social Media-Perform. Arzneimittelherstell. 2020
- Werbemarktanalyse Gesetzl. Krankenversicher. 2020

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Healthcarebranche wurden seit 2011 über 60 Studien veröffentlicht. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher mehr als 90 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

