

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

Studiensteckbrief

Studie Healthcare-Zielgruppe Onlinekunden 2019

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2019



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Healthcare-
Zielgruppe Onlinekunden 2019

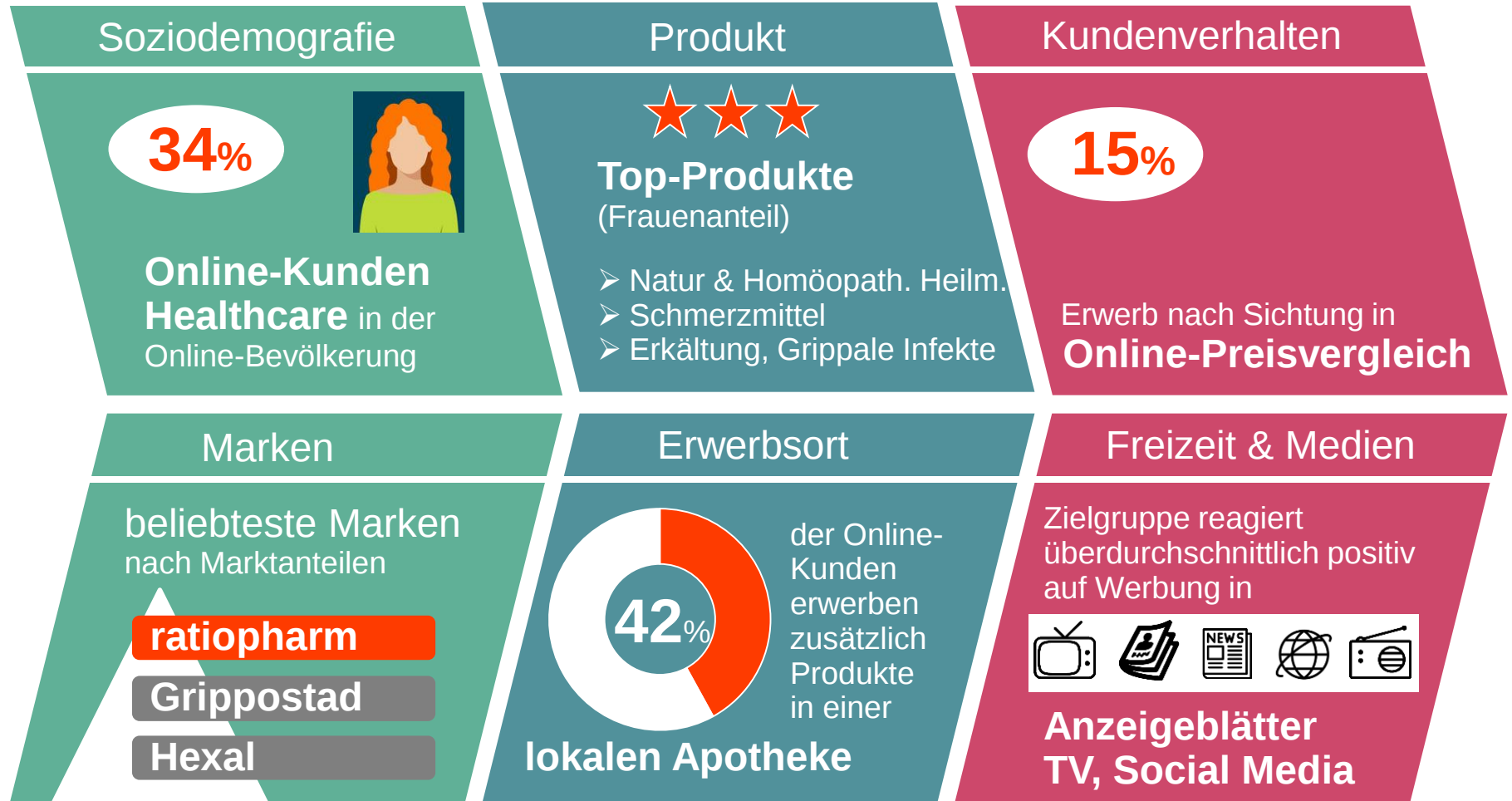
Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe ‚Online-Kunden‘ wird repräsentiert von Personen, welche innerhalb ihrer letzten Arzneimittelwerbe eine Online-Apotheke oder sonstige Onlineshops genutzt haben. 34 Prozent der 2.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher fallen in diese Kategorie, deren Kundenverhalten beim Arzneimittelwerb analysiert wurde.
- Im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung verfügt die Zielgruppe über erhöhte Anteile an jungen Erwachsenen unter 35 Jahre. Hinsichtlich des Bruttoeinkommens haben Online-Kunden den stärksten Überhang in der Brutto-Einkommensklasse zwischen 50.000 und 59.999 Euro.
- Im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung hat die Zielgruppe den Arzneimittelwerb häufiger aufgrund der Sichtung in einem Online-Preisvergleichsportal vorgenommen. Die Zielgruppe informiert sich lieber selbst als sich beraten zu lassen.
- Bemerkenswert ist die höhere Frequenz der Produkterwerbe in der Zielgruppe im Vergleich zur Gesamtbevölkerung.
- Die Zielgruppe der Online-Kunden wechselt häufiger die Healthcare-Marken als die Gesamtbevölkerung.
- Natur- und Homöopathische Heilmittel sowie Präparate fürs Haustier werden von der Zielgruppe im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung weitaus häufiger gekauft.
- Online-Kunden stehen Werbung positiver gegenüber als die Gesamtbevölkerung. Dies wird vor allem deutlich bei Fernsehwerbung, Werbung in Anzeigenblättern und Social-Media.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Online-Kunden**

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

Nutzung von **14 Arzneimittelproduktarten** und **14 Marken**

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-bevölkerungs-repräsentativ bei Verbrauchern in Deutschland durchgeführt, davon 34 Prozent aus der betrachteten Zielgruppe „Online-Kunden“. Die Studie ist im Juli 2019 erschienen.

Preis:

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



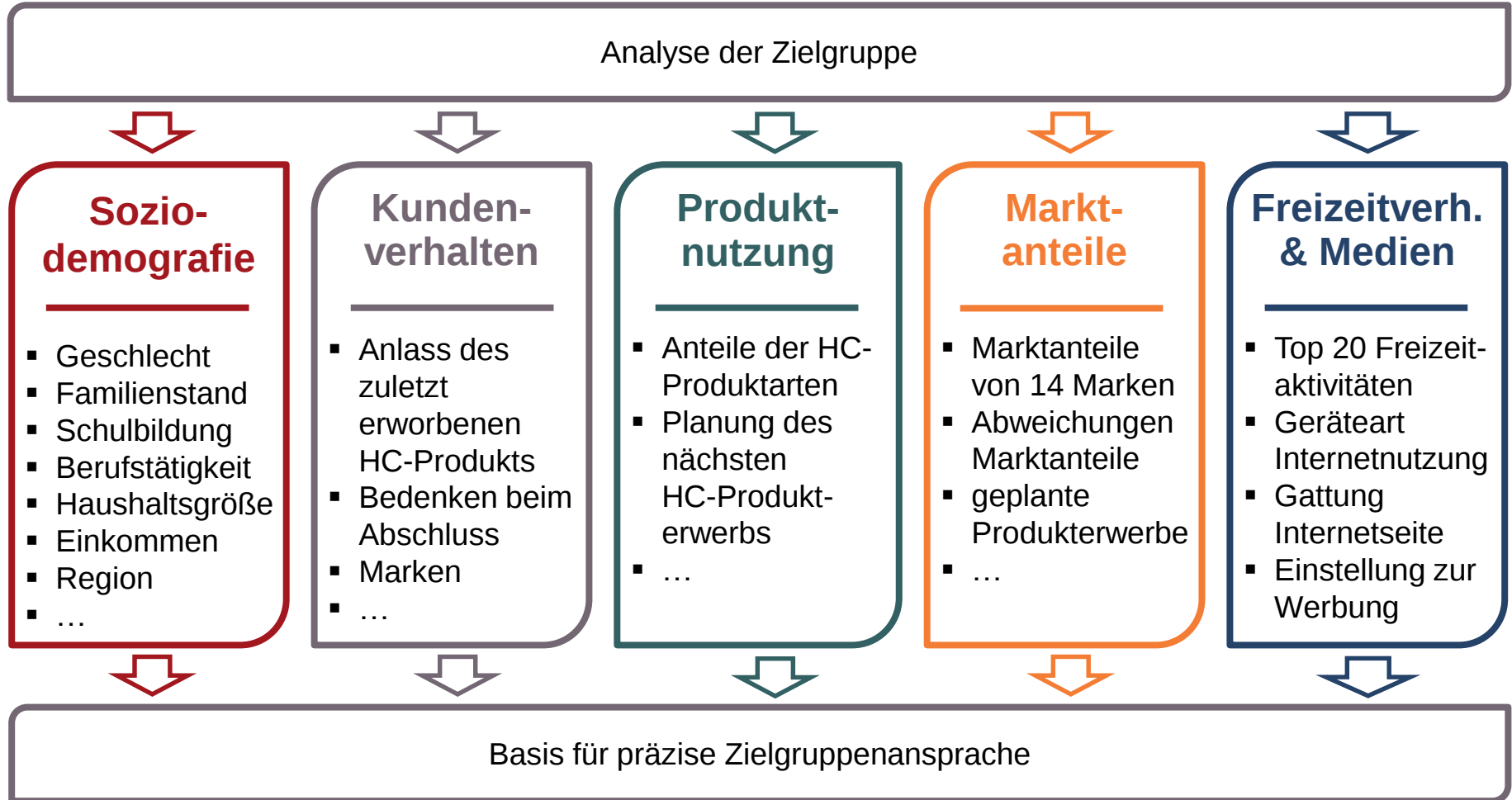
research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Healthcare-
Zielgruppe Onlinekunden 2019

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, Erwerbsart des zuletzt erworbenen Arzneimittels, Frequenz der Arzneimittelerwerbe	
➤ Produktkategorien	35
Aktuell genutzte Arzneimittel, letzte fünf erworbene Arzneimittel, voraussichtlich nächster Produkterwerb,	
➤ Healthcaremarken	41
Marktanteile der Healthcaremarken, Abweichungen Marktanteile, Erwerbsplan Marktanteile	
➤ Erwerbssorte	53
Marktanteile der Erwerbssorte, Abweichungen Marktanteile, Erwerbsplan Marktanteile	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	62
Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen	
➤ Kontakt	74

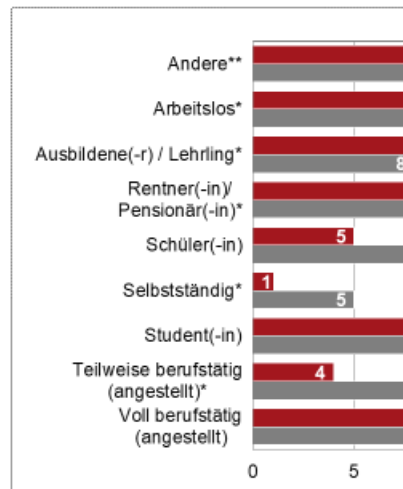


Analysebeispiele (1)

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“)



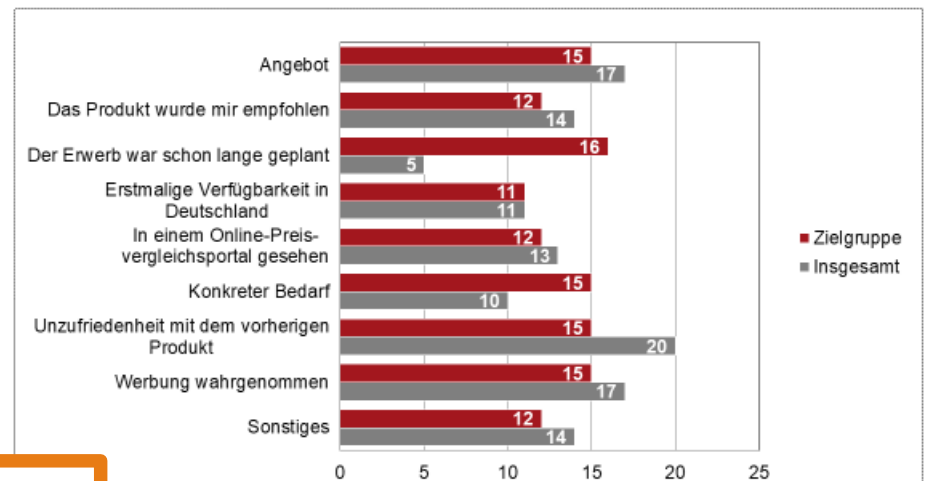
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



Was war der konkrete Anlass für den letzten Produkterwerb?

Kundenverhalten

Konkreter Anlass des zuletzt erworbenen Arzneimittels (Angaben in %)



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



Studie Healthcare-Zielgruppe
Online-Kunden 2019

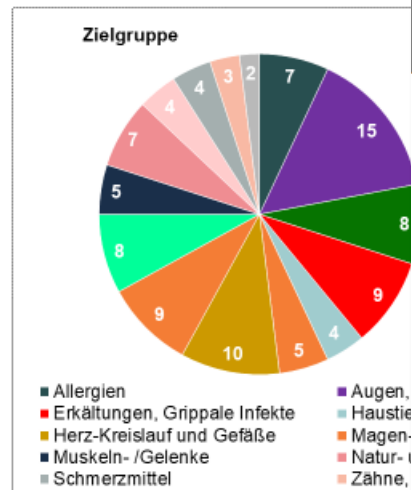
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

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

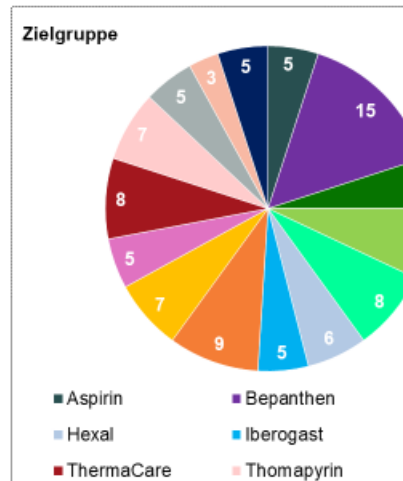


* Basis: letzte 5 Produkterwerbe



Healthcaremarken

Verteilung der Healthcaremarken (Angaben in %)



* Basis: letzte 5 Produktabschlüsse

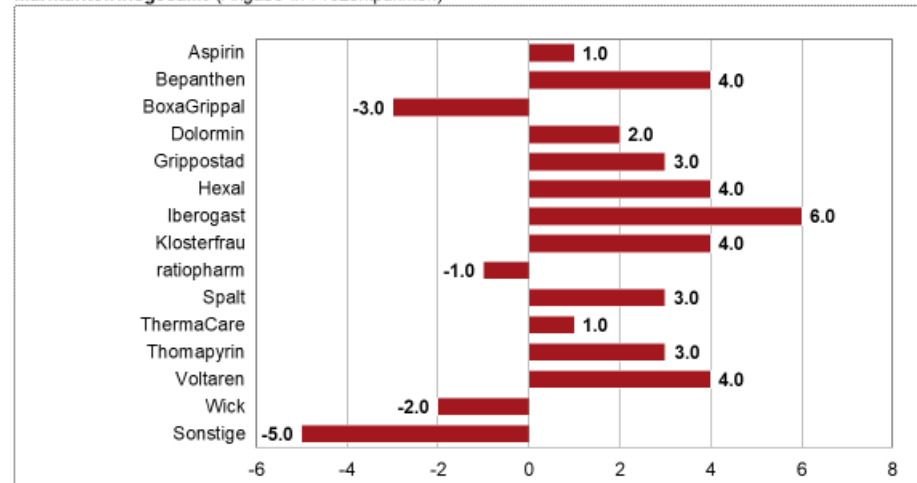


Welche Produktgruppen kauft die Zielgruppe verstärkt?

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)



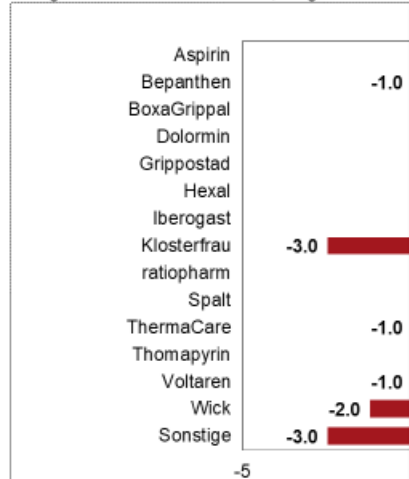
Studie Healthcare-Zielgruppe
Online-Kunden 2019

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Healthcaremarken

Differenz der Marktanteile produktgruppenübergreifend in der Zielgruppe* (geplanter Produkterwerb abzüglich letzte Produkterwerbe, Angaben in Prozentpunkten)

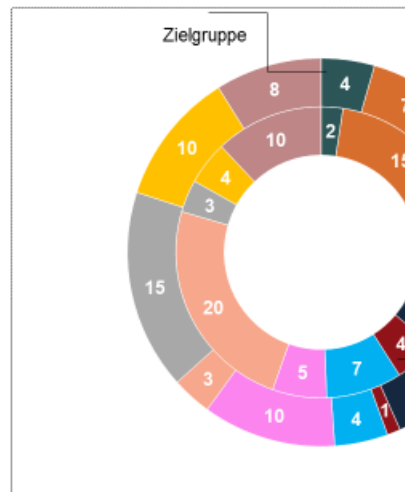


Fragestellung: Geben Sie nun an, von welcher Marke Sie die oben geplanter Produkterwerb (Marke)



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



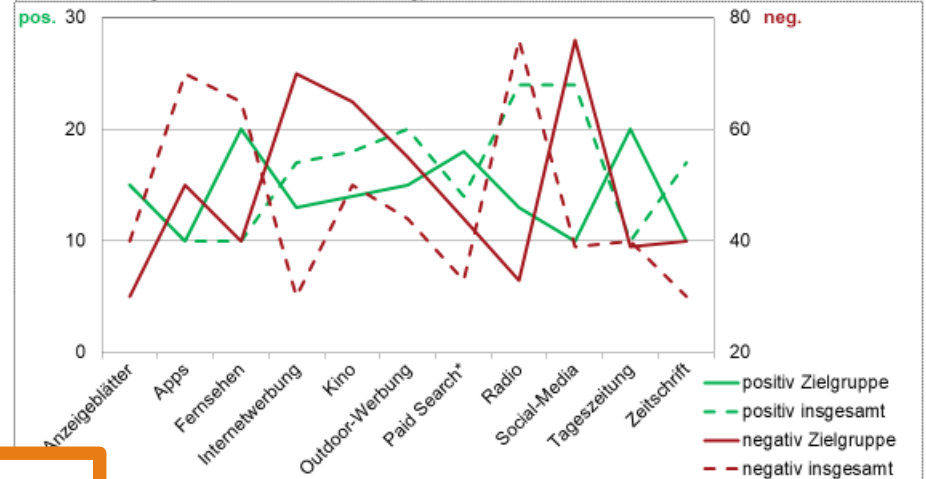
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuchte Internetseite zugeordnet?



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)



Bitte bewerten Sie folgende Werbemaßnahmen. (Mehrfachantworten möglich); * Suchmaschinen-Anzeigen



Studie Healthcare-Zielgruppe
Online-Kunden 2019

Welche Marken gewinnen bzw. verlieren Marktanteile in der Zielgruppe?

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 Online-Kunden 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 Unternehmensprofile Healthcare 2019
- Werbemarktanalyse Apotheken 2019
- Werbemarktanalyse Urologika 2019
- Werbemarktanalyse Herz-Kreislauf-Präparate 2018
- Studie Sponsoring Healthcare 2018
- Studie eVisibility Medikamente 2018

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.

