©wavebreakmediamicro/123RF.COM

Studiensteckbrief

Studie Sponsoring Medizintechnik 2022

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Mai 2022

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Der Sponsoringschwerpunkt der zehn analysierten Anbieter von Medizintechnik liegt primär in der Förderung von Bildungsprojekten. Die Themenbereiche Kultur, Soziales, Sport und Umwelt werden weit weniger häufig unterstützt.
- Innerhalb von zwölf Monaten verzeichnen die zehn Anbieter von Medizintechnik insgesamt 88 neue Sponsoringprojekte.
- Im Themenbereich Bildung legen die Anbieter von Medizintechnik einen Schwerpunkt auf Projekte zur Hochschulförderung.
- Ein Anbieter weist eine besonders hohe Anzahl sozialer Projekte in seinem Sponsoring-Projektportfolio auf.
- Der Anteil regionaler Projekte liegt über alle zehn Anbieter von Medizintechnik gesehen bei rund 30 Prozent.
- Weniger als zehn Prozent der Projekte erfahren einmalige Unterstützung.
- Fast alle Postings in Social-Media-Kanälen werden mit Fotos und/oder Videos angereichert.
- Die Sichtbarkeit des Sponsors auf der Website des Sponsoringnehmers liegt bei den zehn untersuchten Unternehmen innerhalb einer Spanne von 47-84%.

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Scope: Analyse von **422 Sponsoringprojekten**

von **zehn** ausgewählten **Medizintechnikunternehmen**

Sponsoringbereiche: Bildung, Kultur, Soziales, Sport, Umwelt

alle Information im **Wettbewerbsvergleich**
auf 182 PowerPoint-Seiten

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

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

Nutzen: Basis für klare Positionierung, Benchmarking

zehn untersuchte Anbieter von Medizintechnik:

- B. Braun/Aesculap
- Biotronik
- Dentsply Sirona
- Dräger
- Duerr Dental
- Fresenius
- Karl Storz
- KLS Martin
- TRUMPF
- Zeiss Meditec

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

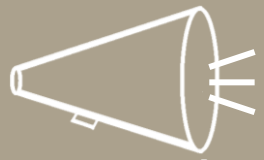
größere Projekte:

- 3D Design. Materialien (Zeiss Meditec)
- Smile Train (Dentsply Sirona)
- BEBUC-Exzellenzstipend. (Fresenius)
- Preis für soziale Innovationen (B.Braun/Aesculap)
- ...

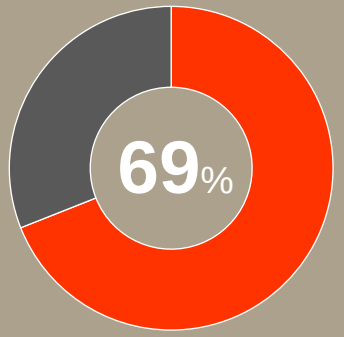
Kommu-nikation:

- 58 Pressemitteilungen
- 75 Foto-Postings
- 5 Videos

Projektanteil Top 3:



B. Braun/Aesculap
Fresenius
Zeiss Meditec



©frbird/vectora/123RF.COM

Informationen zur Studie

Konzeption:

Detaillierte Analyse aller Sponsoringprojekte der zehn Anbieter von Medizintechnik

Themenbereich
Sponsoring in Bildung, Kultur, Soziales, Sport und Umwelt

Regionalität
Bestimmung des Aktionsradius

Funktion
Funktion des Sponsors

Social Media
Sponsoring in Facebook, Twitter und YouTube

Unterthemen
Analyse nach Themenbereichs-segmenten

Periodizität
Periodizität der Sponsoringprojekte

Zielgruppe
Zielpersonen der Projekte

Presse
Presseresonanz Sponsoringprojekte

Sponsoring-Kennzahlen | Sponsoring-Benchmarking | Positionierung der Sponsoren

Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Analysen:
- Branchenüberblick zu den Themenbereichen
- Anbieterkennzahlen zu Themenbereichen, Reichweite, Periodizität, Funktion des Sponsors, Zielgruppen der Projekte
- Projekte nach Themenbereichen und Kategorien
- Übersicht über sämtliche Sponsoringprojekte im Zwölf-Monats-Zeitraum
- Kommunikation der Projekte in Presse und Social Media
- Sponsoringausgaben auf Hochrechnungsbasis im Anbietervergleich
- Statistische Positionierungsanalyse der Anbieter

Die Studie in Zahlen:
- 422 analysierte Sponsoringprojekte
- 5 Themenbereiche
- 24 Unterthemen
- 10 Anbiet. v. Medizintechnik
- 3 analysierte Social Media-Kanäle
- 58 Pressemitteilungen

Forschungsdesign:
Für die Studie wurden mittels Desk Research folgende Quellen ausgewertet: Anbieterwebsites, Tageszeitungen, Publikumszeitschriften und Fachzeitschriften, Social Media Kanäle, Suchmaschinen-recherche, Websites der Sponsoringnehmer. Die Analysen umfassen 422 Sponsoringprojekte im Zeitraum Februar 2021 bis Januar 2022. Erfasst wurden alle Sponsoringprojekte der Anbieter von Medizintechnik, die in den genannten Quellen Sichtbarkeit zeigen. Die Studie ist im Mai 2022 erschienen.

Preis der Studie: Die 182 Seiten umfassende Studie kostet **3.200 EUR** zuzüglich MwSt..

Inhaltsverzeichnis

- Management Summary 5
- Forschungsdesign 10
- Branchenüberblick 16
  - Themenbereiche 20
  - Themenübergreifende Kennzahlen 25
- Anbieterkennzahlen 27
  - Überblick 32
  - Themenanteile im Sponsorenvergleich 36
  - Periodizität 43
  - Regionalität 44
  - Zielgruppen 45
  - Funktion des Sponsors 46
  - Stiftungsprojekte 47
- Sponsoringausgaben (Hochrechnung) 48
- Projektübersicht 58
  - B. Braun/Aesculap 61
  - Biotronik 65

©wavebreakmediamicro/123RF.COM

Inhaltsverzeichnis

- Dentsply Sirona 69
- Dräger 73
- Dürr Dental 76
- Fresenius 80
- Karl Storz 85
- KLS Martin 89
- TRUMPF 93
- Zeiss Meditec 97

➢ Sponsoringleistungen 104

- B. Braun/Aesculap 107
- Biotronik 112
- Dentsply Sirona 114
- Dräger 116
- Dürr Dental 120
- Fresenius 122

©wavebreakmediamicro/123RF.COM

Inhaltsverzeichnis

- Karl Storz 128
- KLS Martin 131
- TRUMPF 133
- Zeiss Meditec 135

➢ Kommunikation 146
- Kommunikationsniveau 150
- Social Media Postings 151
- Sichtbarkeit des Sponsors 153
- Timeline Social Media 154
- Pressearbeit 164

➢ Neue und wichtige Projekte 167

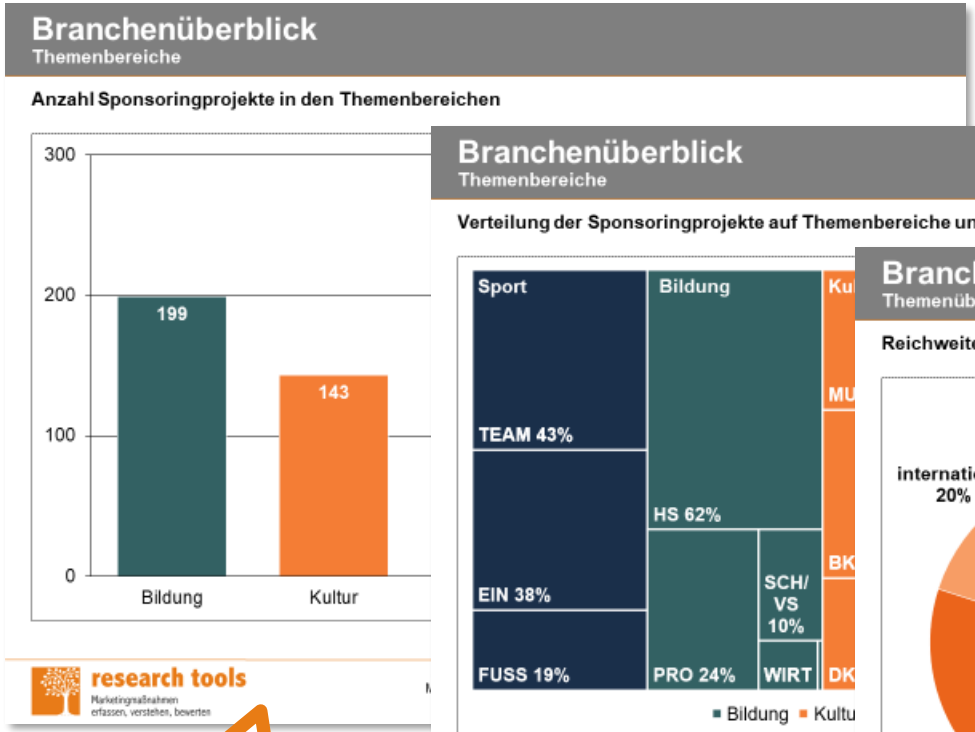
➢ Markenpositionierung 173

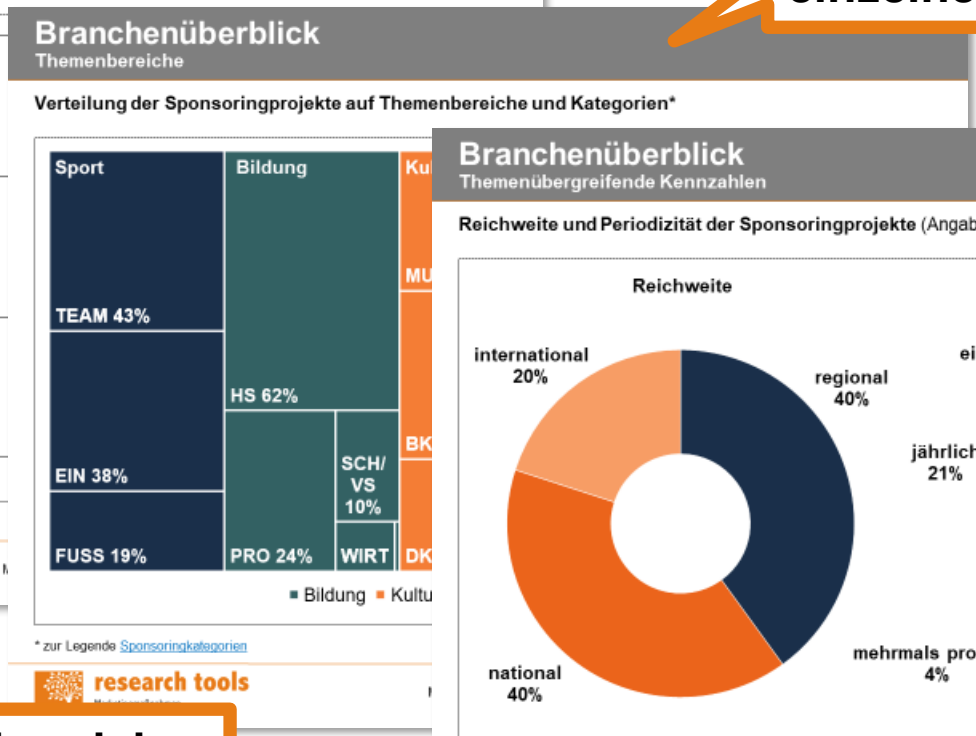
➢ Kontakt 181

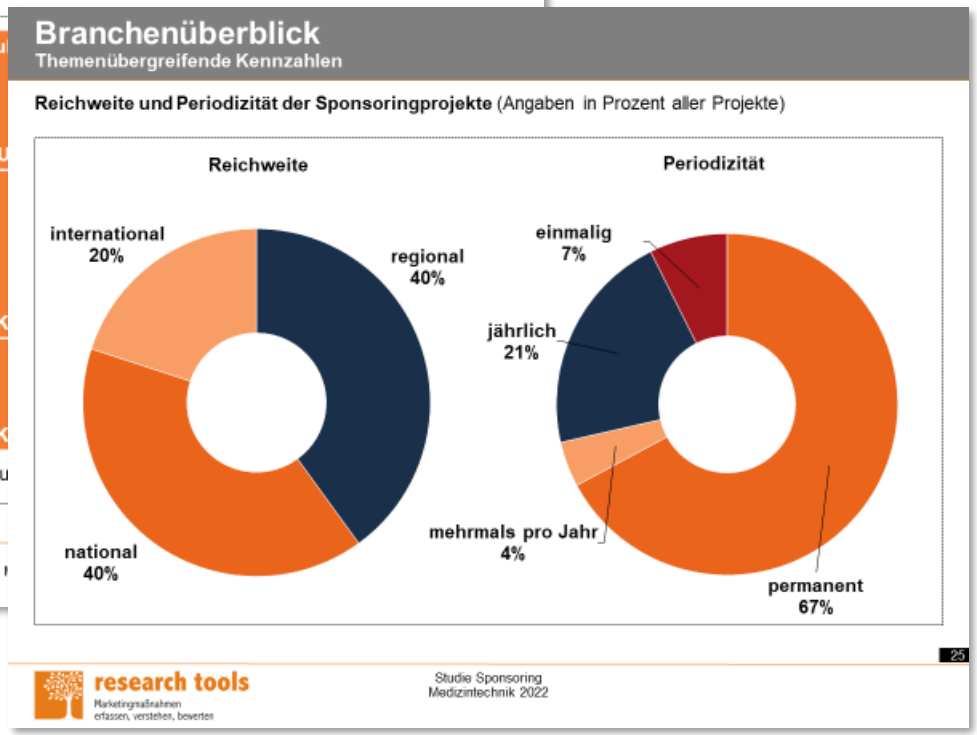
©wavebreakmediamicro/123RF.COM

Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten







Welchen Anteil halten die einzelnen Unterthemen?

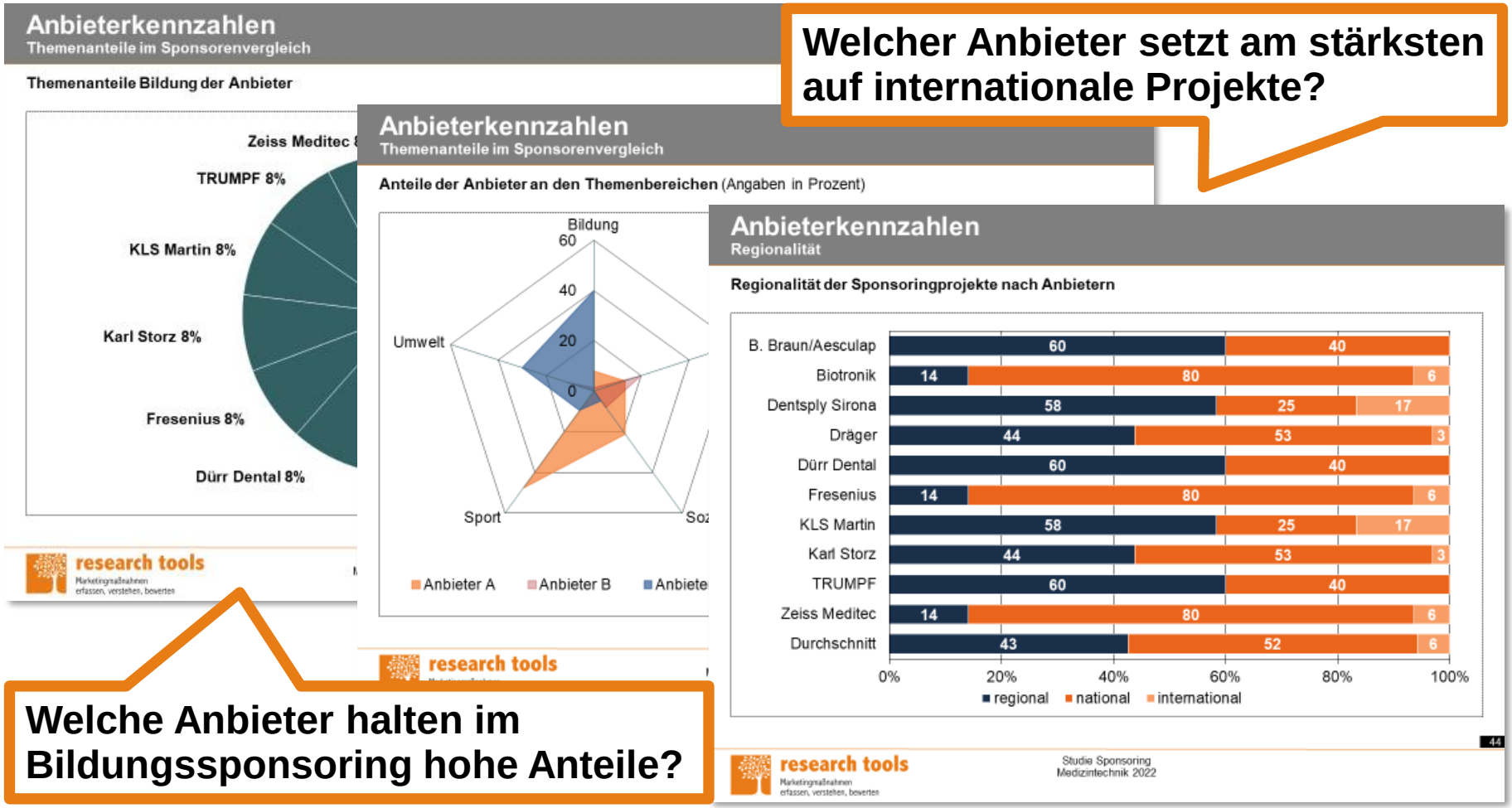
Welcher Themenbereich dominiert im Sponsoring?

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Welcher Anbieter setzt am stärksten auf internationale Projekte?

Welche Anbieter halten im Bildungssponsoring hohe Anteile?



Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Projektübersicht

Sponsoringprojekte von Anbieter A nach Themenbereichen und Kategorien

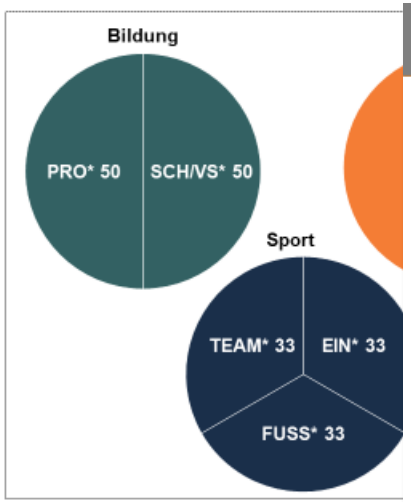
Themen-bereich	Kategorie	Sponsoring
Kultur	Musik	Live Music N Musiksomme Fließende G
	Sonstiges	Dt. Feuerwel
Soziales	BEH*	Sail United e
	BEN*	-
	Flüchtlinge	-
	Gesundheit	Projekt DAIS
	KJ*	JuLe-Fachkli
	Sonstiges	Familienrat i
Umwelt	EKR*	Bionische Fi
	Flora & Fauna	Bird Life Inte
	SLB*	BuGa Erfurt

* BEH: Menschen mit Behinderung; BEN: Sozial Benachteiligte; KJ: Landschaftsbau

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Sponsoringleistungen

Themenbereiche und Kategorien Anbieter B (Angaben in Prozent)



* zur Legende Sponsoringkategorien

research tools

Sponsoringleistungen
Anbieter C

Sponsorenleistungen aller Projekte

Kate-gorie*	Sponsoringprojekt	Ablauf / Leistung
PRO	KODAR	Gefördert wird ein Projekt im Bereich Kün. Intelligenz mit 316.000 €.
	Deutscher Zukunftspreis	Stiftung fördert den Dt. Zukunftspreis mit 250.000 €.
SCH/VS	Jugend forscht	Partner eines Forschungswettbewerbes.
	Jenaer Bildungszentrum	Unterstützung bei der Anschaffung von neuer technischer Ausrüstung.
	DLR School Lab	ZEISS stiftet drei Mikroskope an das neue DLR_School_Lab in Jena.
	A Heart for Science	Mitarbeiter bringen Expertise in lokale Gemeinschaften ein.
	well.come.back	MINT-Angebote für Schüler:innen werden mit 10.000 € gefördert.
WIRT	Public Value Award	Partner eines jährlichen Start-Up Awards.
ARCH	Dt. Museum	Zeiss spendet 5 Mio. € für Modernisierung.
	Sternwarte Greifswald	50.000 €-Spende für die Generalrestaurierung.
DK	eXplainable AI	Gefördert wird eine digitale Ausstellung mit 325.000 €.
	100 Jahre Planetarium	Finanzierung einer Planetariumsshow mit 540.000 €.
SONST	Dt. Optisches Museum	Dt. Optisches Museum wird mit 4.015.204 € gefördert.
BEH	Birdability	Gefördert wird die inklusive Vogelbeobachtung.
BEN	Aloka Vision Programme	Gefördert wird die augenoptische Basisversorgung in Gebieten Indiens
GES	Back-to Bush-Programm	Unterstützt wird der Zugang zu besserer chirurgischer Ausrüstung.

* PRO: Professionals; SCH/VS: Schule und Vorschule; WIRT: Wirtschaft; ARCH: Architektur; DK: Darstellende Kunst; SONST: Sonstiges Kultur; BEH: Menschen mit Behinderung; BEN: Sozial Benachteiligte; GES: Gesundheit

144

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

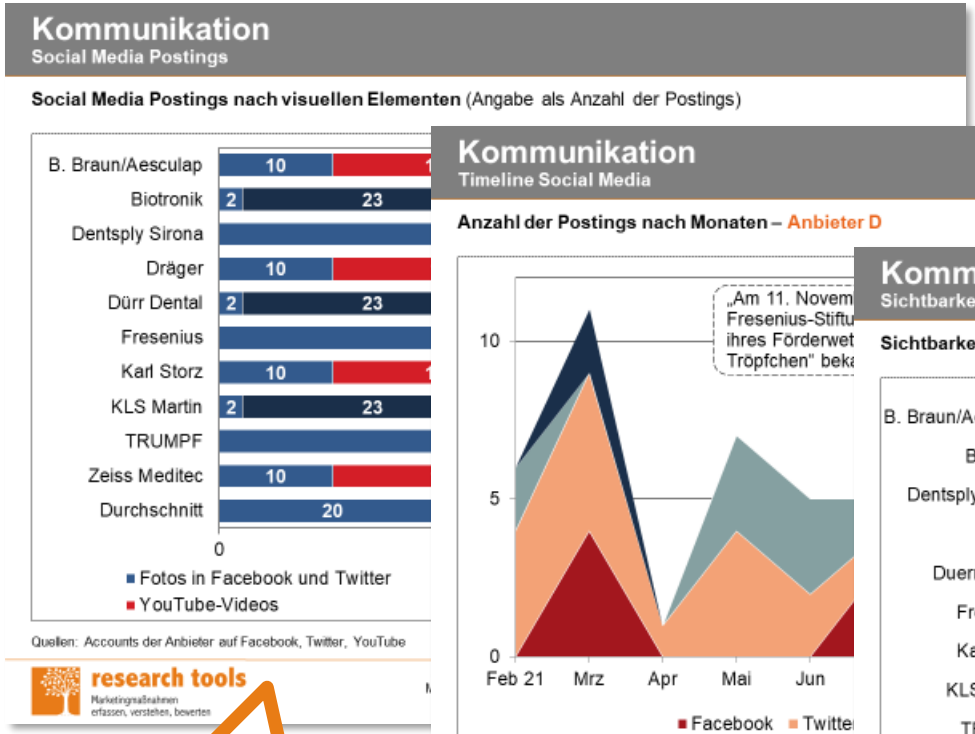
Studie Sponsoring Medizintechnik 2022

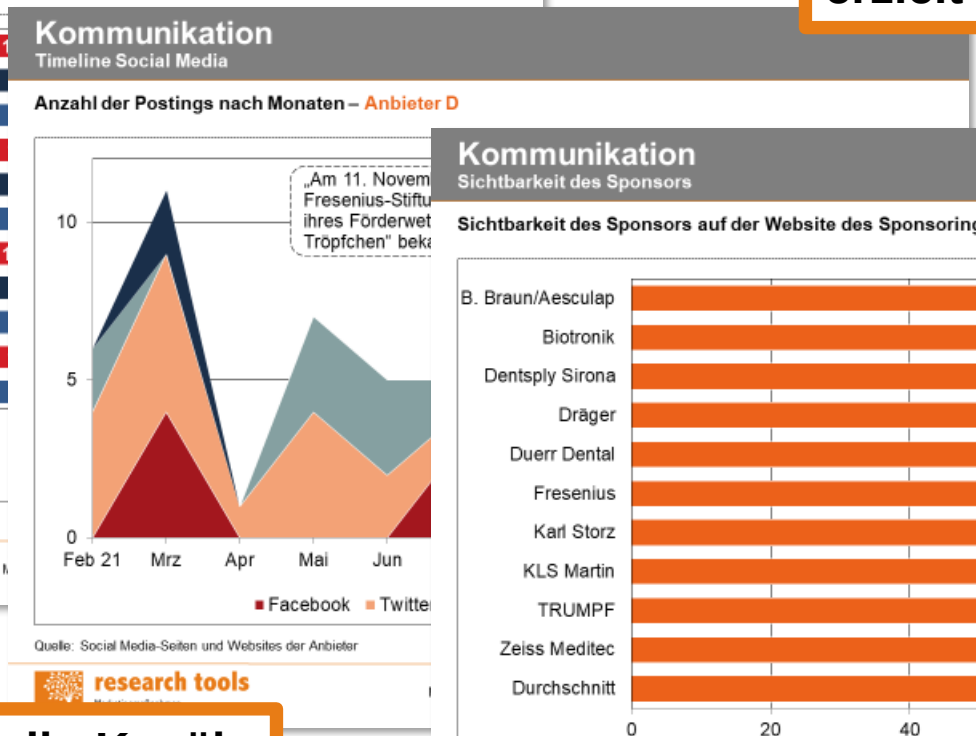
Welche Detailleistungen erbringen die Unternehmen?

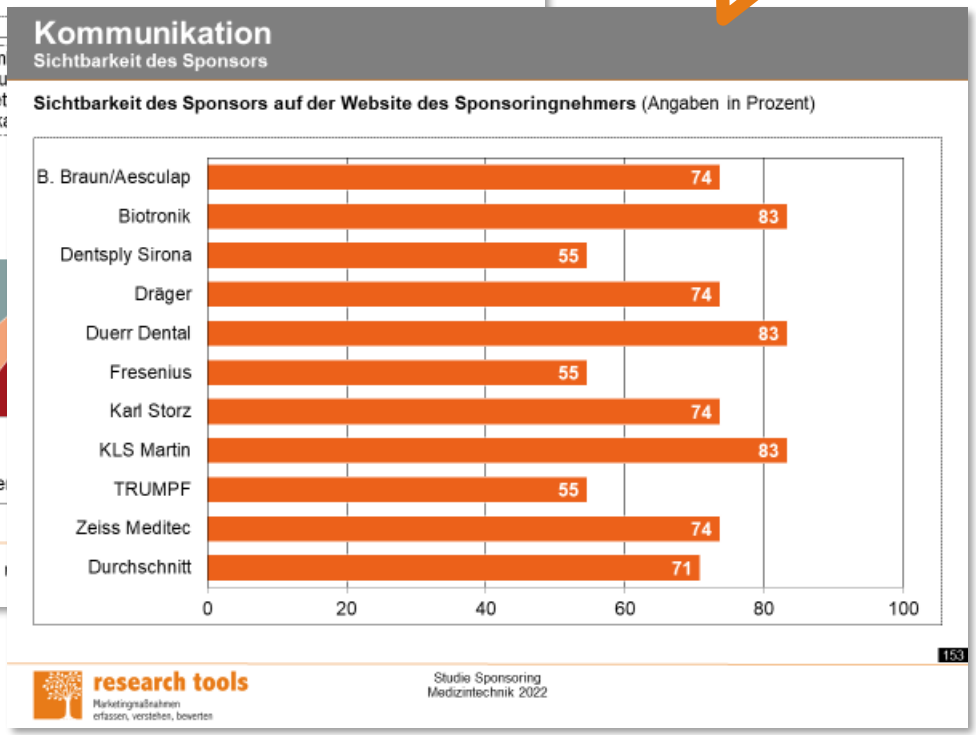
Welche Sponsoringprojekte werden im Einzelnen gefördert?

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten







Welche Sichtbarkeit erzielt das Sponsoring?

Welche Social Media-Kanäle fokussieren die Anbieter?

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.
E-Mail: uwe.matzner@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 3.200 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Sponsoring Medizintechnik 2022

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Kontakt / Branchenerfahrung

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

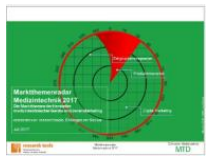
Uwe Matzner

Geschäftsführer
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM
Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384
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

Zuletzt zu Medizintechnik/Sanitätsbedarf erschienen:

- Studie eVisibility Sanitätsbedarf 2022
- Werbemarktanalyse Treppenlifte 2021
- Marketing-Mix-Analyse Pflegebetten 2021
- Werbemarktanalyse Hörsysteme 2020
- Marktthemenradar Medizintechnik 2017
- Studie eVisibility Medizintechnik 2017

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Branche Healthcare erschienen seit 2020 über 30 Studien. In der Studienreihe Sponsoring sind seit 2017 zehn Studien erschienen.