

+++ 1A-Gesund Apo. +++ Aliva-Apo. +++ Apotal +++ DocMorris +++ Europa Apotheek +++ Guten Tag Apo.  
+++ LEA Apo. +++ Medpex +++ Pinc Apo. +++ Shop-Apo. +++ u. weit. 90 Anb. m. quantit. 5-Jahres-Trends

Studiensteckbrief

# Werbemarktanalyse Apotheken 2019

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

Februar 2019



powered by:



©belchonock/123RF.COM



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief  
Werbemarktanalyse Apotheken 2019

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Apotheken innerhalb eines Jahres über 38 Millionen Euro ausgegeben.
- Im volumenstärksten Teilmarkt ‚Versandapotheken Ausland‘ sind die Werbeausgaben im Vorjahresvergleich um mehr als 31 Prozent rückläufig.
- Im Durchschnitt werben 47 Marken pro Monat für ihre Produkte.
- TV ist das Top-Werbemedium mit einem Anteil von 65 Prozent.
- Sieben Apotheken werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro, nur zwei davon haben ihre Werbeaktivitäten im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet.
- Bei den qualitativen Werbeerfolgskriterien sind ‚Alleinstellung‘ und ‚Designkonsistenz‘ unter den Topwerbern aktuell die größten Schwachpunkte.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Werbevolumen Apotheken

2017:  
**52** Mio €

2018:  
**38** Mio €

### Mediensplit



Zeitschriften-Werber Nr. 1:  
**Aliva-Apotheke**

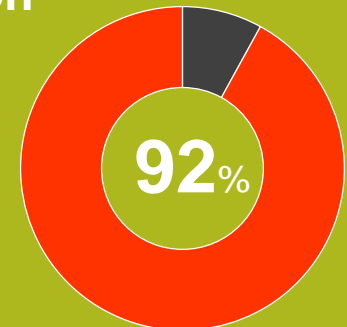
### 6 Anbietergruppen



Top-Volumenmarkt:  
**Versandapoth. Ausland**

Top-Aufsteigermarkt:  
**Kooperationen**

### Werbekonzentration



**Top 10 Marken**

# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

Werbetrends für die **100 Apotheken** mit den höchsten Werbeausgaben

detaillierte **qualitative und quantitative Analyse** für 10 Top-Werber

in **sechs Teilmärkten**, darunter  
Filialapotheken, Kooperationen, Versandapotheken Ausland

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**  
auf 130 PowerPoint-Seiten

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

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

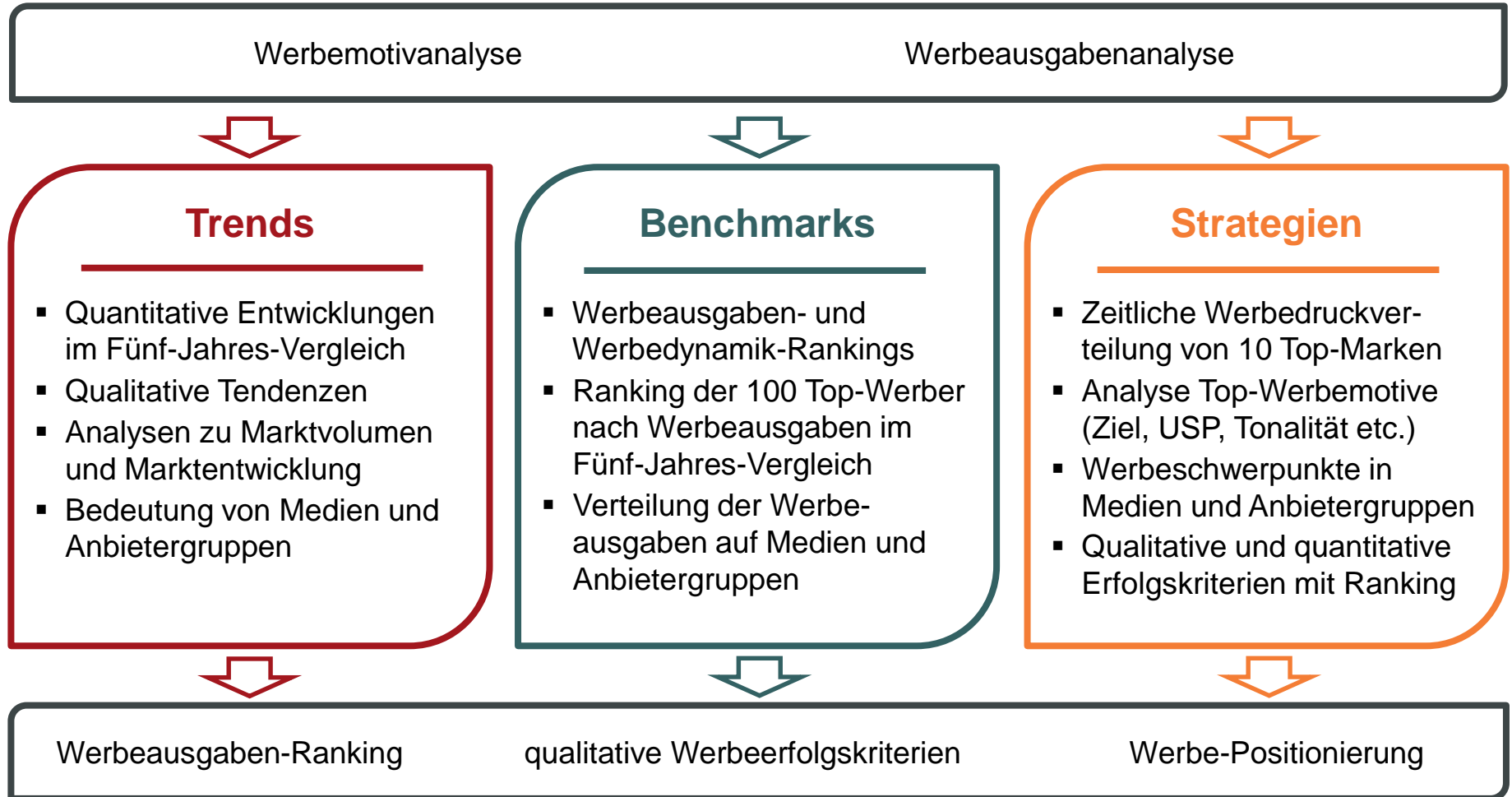
**Nutzen:** Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien  
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

## Im Detail analysierte Marken:

- 1A-Gesund Apoth.
- Aliva-Apotheke
- Apotal
- DocMorris
- Europa Apotheek
- Guten Tag Apoth.
- LEA Apotheken
- Medpex
- Pinc Apotheken
- Shop-Apotheke
- + Spendings für  
90 weitere Marken

# Informationen zur Studie

## Konzeption:



# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:

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

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten?
- welches sind die werbeintensivsten und /- dynamischsten Marken?
- mit welchen Motiven werben die Unternehmen?
- welche Entwicklungen sind bei den Anbietergruppen zu erkennen?
- welche Werbestrategien nutzen zehn detailliert analysierte Marken?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10 Marken?
- mit welchen Slogans und/oder Motiven wird in der Werbung argumentiert?
- welche Zielsetzung, USPs, Tonalität etc. zeigen die Topmotive?
- welche Stärken / Schwächen zeigt die qualitative Motivanalyse auf?
- wie positionieren sich die Top-Marken im Werbemarkt?

**Die Studie in Zahlen:**

- Werbevolumen von 100 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in sechs Anbietergruppen
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Qualitative Strategien & Motivanalyse von zehn Top-Marken
- Positionierungsanalyse Werbestrategie für zehn Top-Marken

## **Forschungsdesign:**

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Internet (Bannerwerbung), Print, Radio und TV sowie der Werbemotive für diese Mediengattungen plus Kino und Outdoor. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**.

**Preis der Studie:** Die 130 Seiten umfassende Studie kostet **2.400 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	10
➤ Trends	15
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	18
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	22
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbekonzentration 2018	
▪ Qualitative Tendenzen	29
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2018, aktuelle Trends 2018	



# Inhaltsverzeichnis

➤ <b>Benchmarks</b>	<b>35</b>
▪ <b>Werbeausgaben-Rankings</b>	<b>38</b>
Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Top 100 Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ <b>Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im 5-Jahres-Vergleich</b>	<b>53</b>
Entwicklung der jährlichen Werbeausgaben der Top 10 Marken im 5-Jahres-Vergleich, Entwicklung der monatlichen Werbeausgaben der Top 10 Marken im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Marken auf die Monate im 5-Jahres-Vergleich, Werbeverzicht in Monaten	
▪ <b>Verteilung der Werbeausgaben/-Motive in den letzten zwölf Monaten</b>	<b>60</b>
Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Marken nach Produktgruppen in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10 Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	





# Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	63
Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10 Anbieter durchgeführt: zeitliche Werbedruckverteilung nach Mediengattungen in den letzten 24 Monaten, Analyse Top-Werbemotive, Quantitative und qualitative Erfolgskriterien	
▪ 1A-Gesund Apotheken	68
▪ Aliva-Apotheke	72
▪ Apotal	77
▪ DocMorris	82
▪ Europa Apotheek	87
▪ Guten Tag Apotheke	91
▪ LEA Apotheken	95
▪ Medpex	99
▪ Pinc Apotheken	103
▪ Shop-Apotheke	107
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	112
▪ Motiv-Highlights	118
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	121
➤ Kontakt	129



# Analysebeispiele (1)

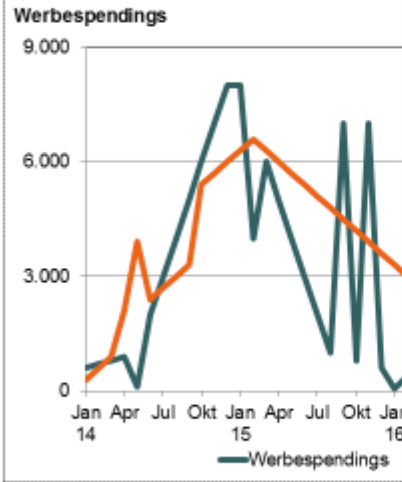
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

**Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?**

## Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (Angaben in Tsd. €) und Anzahl der Werbungtreibenden



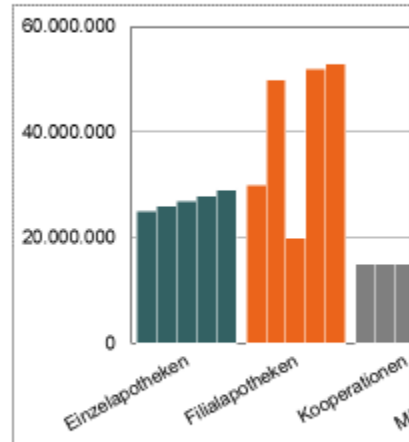
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



## Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Werbespendings aller Marken produktmarktübergreifend im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in Tsd. €)



1. Balken pro Marke: Januar '14 – Dezemb

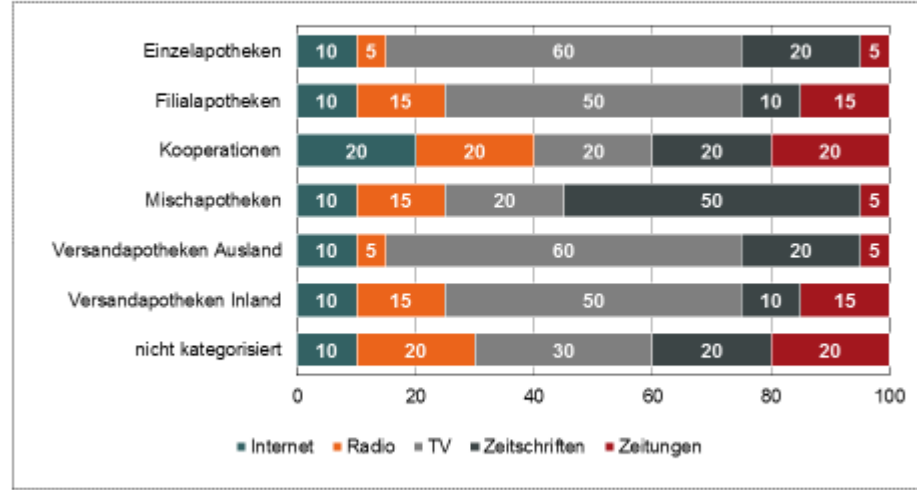
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



## Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2018 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



**Welche Dynamik ist bei den Anbietergruppen erkennbar?**

# Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

## Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 100 Marken nach Werbevolumen (letzter 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €				
		Jan. '14 – Dez. '14	Jan. '15 – Dez. '15	Jan. '16 – Dez. '16	Jan. '17 – Dez. '17	Jan. '18 – Dez. '18
11	apogen	1.000.000	900.000	800.000	700.000	600.000
12	Apotheke Rathaus <sup>1</sup>	900.000	800.000	700.000	600.000	500.000
13	Bären Apotheke	800.000	700.000	600.000	500.000	400.000
14	Bonifatius Apotheke <sup>2</sup>	700.000	600.000	500.000	400.000	300.000
15	Diashop.de	600.000	500.000	400.000	300.000	200.000
16	Doc-Activ Apotheke	500.000	400.000	300.000	200.000	100.000
17	Leibniz Apotheke	400.000	300.000	200.000	100.000	50.000
18	Meine Apotheken	300.000	200.000	100.000	50.000	25.000
19	Park Apotheke ThÜ. <sup>3</sup>	200.000	100.000	50.000	25.000	12.500
20	Vitalsana	100.000	50.000	25.000	12.500	6.250

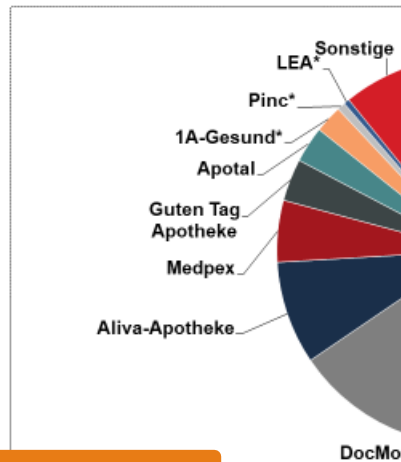
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



## Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10 Marken von



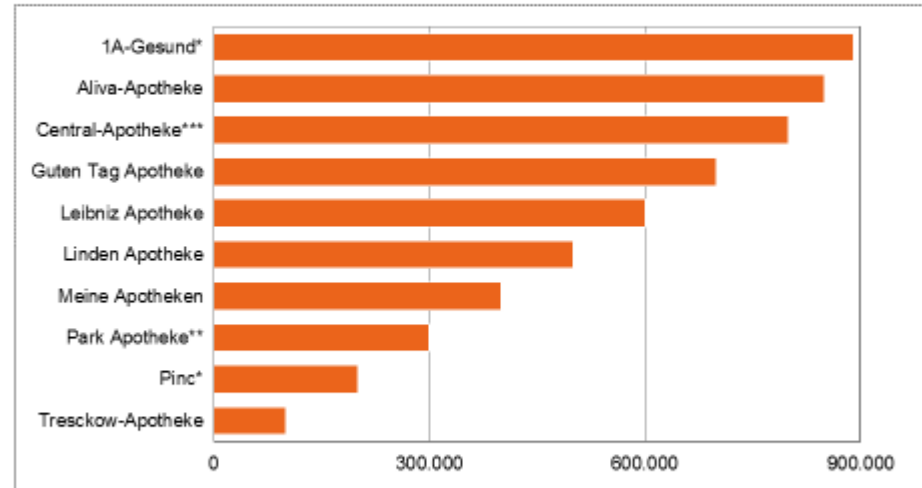
Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

## Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10 Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studiensteckbrief  
Werbemarktanalyse Apotheken 2019

Angaben auf Basis AdVision digital, \* Apotheken

Werbemarktanalyse  
Apotheken 2018

44

# Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

## Strategien Marke A

Marke A | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

	Qua
Werbeausgaben absolutin '17/18	xxx € zu '16/'17, +xx% Anteil an d. ges. Branch (Rang xx)
Alleinstellung	Alleinstellung mit dem Motto „xxx“ im Produkt xxx
Aufmerksamkeitsstärke	freudige TV-Spots, sachliche Bildmotive corporate colour
Design-Konsistenz	medienübergreifend anders, im Zeitverlauf unterschiedliche Motive

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbem

## Strategien Marke B

Marke B | Analyse Top-Werbemotive



ZR	xx.18-xx.18	🕒	06-09 Uhr
📺	täglich	AG	Agentur A
MED	RTL, VOX, RTLII	UF	Serie, Soap,
€	xxx €	SCH	xxx
📊	Produktrelevanz	ZG	jung-alt
USP	Meine Wohlfühla.	TON	freudig, harm

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

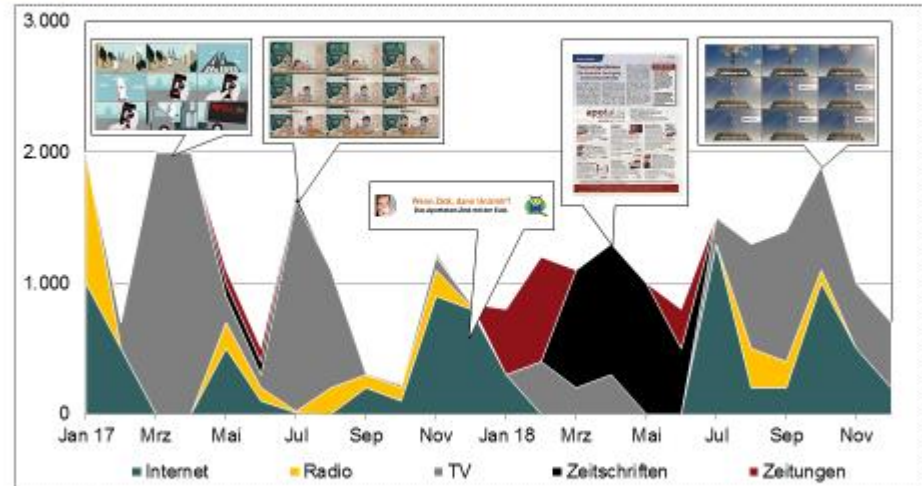


Werbem

Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

## Strategien Marke C

Marke C | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 24 Monaten nach Mediengattungen (in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studiensteckbrief  
Werbemarktanalyse Apotheken 2019

# Analysebeispiele (4)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Strategien Markenranking

Bewertung der Kommunikationsstrategie im Vergleich

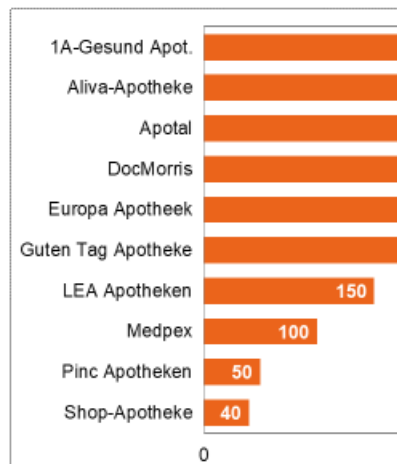
Marken	Awareness		Durchg.
	Spending	Share of Advert.	
1A-Gesund A.	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Aliva-Apotheke	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Apotal	●●●●●	●●●●●	●●●●●
DocMorris	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Europa Apoth.	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Guten Tag Ap.	●●●●●	●●●●●	●●●●●
LEA Apotheke.	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Medpex	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Pinc Apotheke.	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Shop-Apothe.	●●●●●	●●●●●	●●●●●

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Strategien Markenranking

Markenranking (Angaben als Summe der Prozentwerte\* in allen acht Werbeerfolgskategorien)



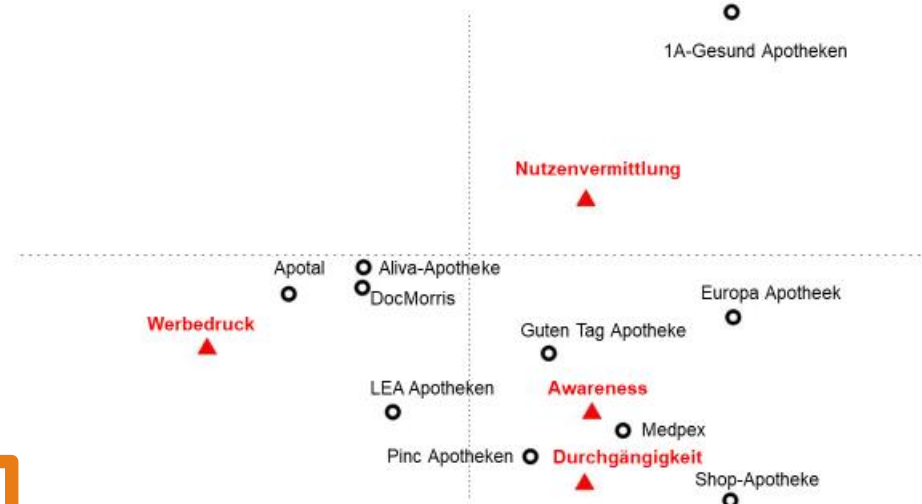
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital, \* %



Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

### Kommunikationspositionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Marken



Werbemarktanalyse Apotheken 2018

128

Wo liegen im Wettbewerbsvergleich Stärken und Schwächen?

# Bestellformular

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

**E-Mail:** [uwe.matzner@research-tools.net](mailto: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 2.400 EUR zzgl. MwSt. die  
**Werbemarktanalyse Apotheken 2019.**

**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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

research tools  
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar  
[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt zur Branche Healthcare erschienen:

- Werbemarktanalyse Urologika 2019
- Werbemarktanalyse Herz-Kreislauf-Präparate 2018
- Studie Sponsoring Healthcare 2018
- Studie eVisibility Medikamente 2018
- Werbemarktanalyse Analgetika 2018
- Studie eVisibility Sanitätsbedarf 2018

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2016 über 60 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

