

++ 1A-Gesund Ap. +++ Aliva Ap. +++ Bären Ap. +++ doc.green +++ DocMorris +++ Guten Tag A. +++ Ihre Apo. +++ medikamente-per-klick.de +++ Medpex +++ Shop Apo. +++ & weit. 190 Anb. m. quantit. 5-Jahres-Trends

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Apotheken 2021

Werbeausgaben für 200 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

März 2021

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Apotheken 2021

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Apotheken innerhalb eines Jahres über 75 Millionen Euro ausgegeben.
- Das Werbevolumen ist im Vergleich zum Vorjahr leicht zurückgegangen.
- Im Durchschnitt werben 169 Apotheken pro Monat für ihre Produkte. Innerhalb der vergangenen fünf Jahre ist die Anzahl der Werbungtreibenden stark angestiegen.
- TV ist das Top-Werbemedium. Zeitschriften-Werber Nummer eins ist Aliva Apotheke.
- Acht Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro innerhalb der letzten zwölf Monate.
- Unter den Top 20 finden sich drei Newcomer, die erstmals Werbeausgaben verzeichnen.
- Die Werbekonzentration fällt mit 73% Anteil der Top 3-Marken in der Branche sehr hoch aus.
- Eine der Top 10-Apotheken wirbt durchgängig und in nur einer Mediengattung.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Apotheken

2019/2020:
77 Mio €

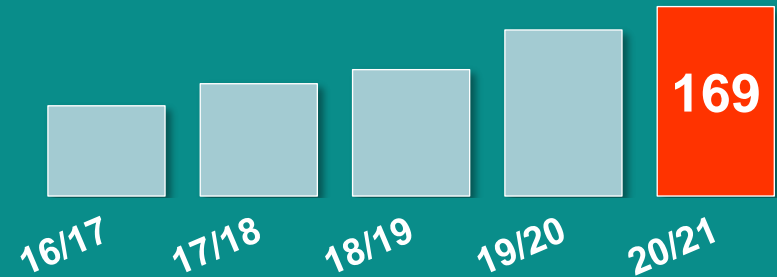
2020/2021:
75 Mio €

Mediensplit

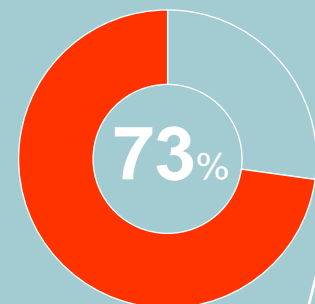


Zeitschriften-Werber Nr. 1:
Aliva Apotheke

Werbungtreibende pro Monat im Ø



Werbekonzentration



Top 3-Marken

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

200 Apotheken mit den höchsten Spendings

Werbeausgaben für fünf Jahre in der **quantitativen Analyse**

Mediensplit für sechs Gattungen:
Internetbanner, Out-of-Home, Radio, TV, Zeitschriften, Zeitungen

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 76 PowerPoint-Seiten

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

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

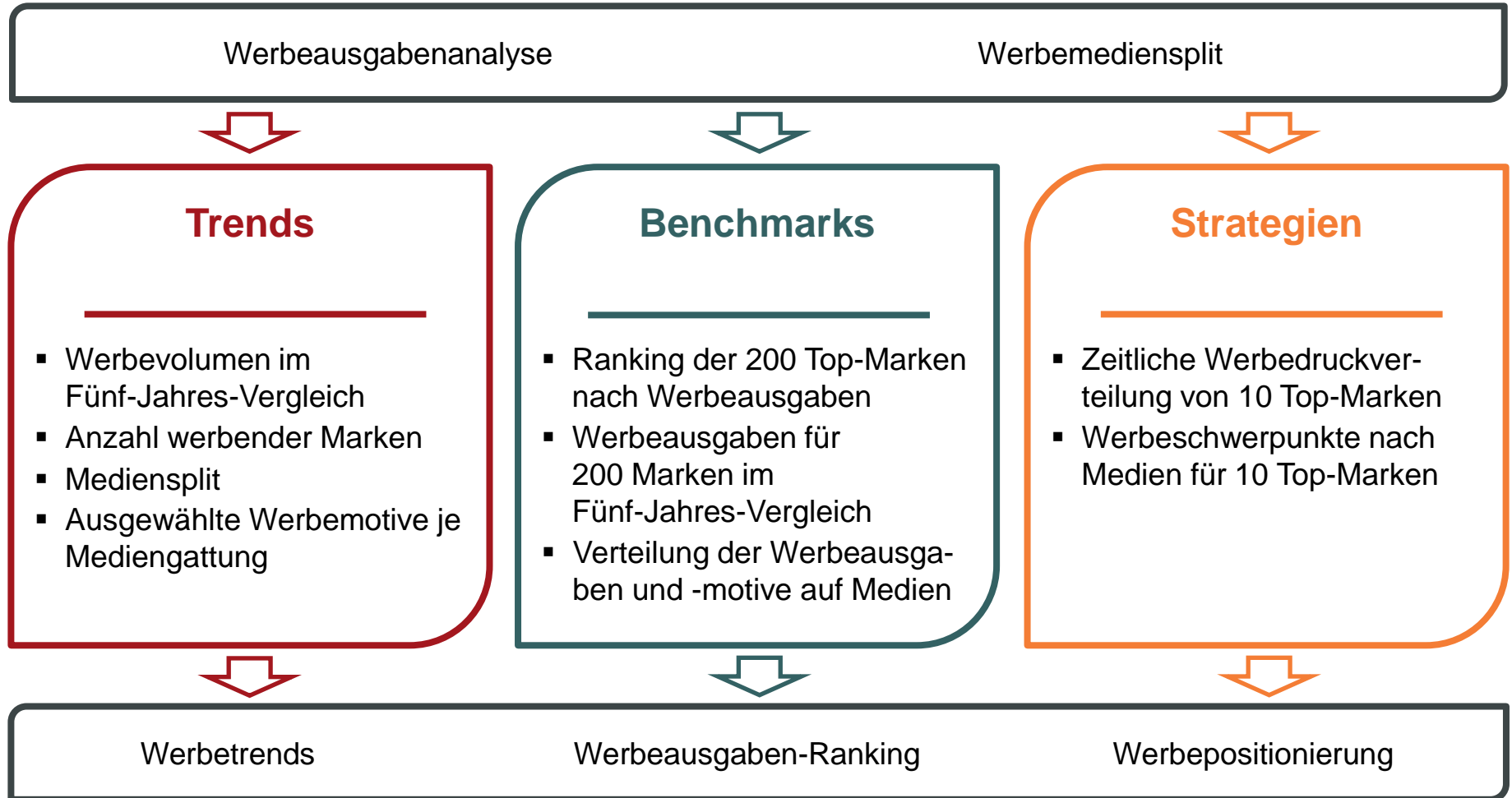
Nutzen: Analyse von Trends und Benchmarks ermöglichen
einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- 1A-Gesund Apoth.
- Aliva Apotheke
- Bären Apotheke
- doc.green
- DocMorris
- Guten Tag Apotheke
- Ihre Apotheken
- medik.-per-klick.de
- Medpex
- Shop Apotheke
- + Spendings für
190 weitere Marken

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

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

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten?
- wie viele Marken werben im Fünf-Jahres-Vergleich?
- über welche Medien kommuniziert die Branche?
- welches Werbemedium hat im Vorjahresvergleich an Bedeutung gewonnen?
- wie verteilen die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?
- welchen Werbedruck entfalten die Top-Marken?
- welches sind die werbeintensivsten und -dynamischsten Apotheken?
- in welchen Mediengattungen werben die Top-Marken?
- wie positionieren sich die Marken im Mediensplit?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 200 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings für sechs Mediengattungen
- zeitliche Werbedruckverteilung für 10 Marken
- Kommunikationpositionierung für 10 Marken anhand Mediensplit & Jahreszeiten

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Out-of-Home, Internet-Bannerwerbung, Radio, Zeitschriften und Zeitungen. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters

AdVision digital.

Preis der Studie: Die 76 Seiten umfassende Studie kostet **1.600 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	13
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	14
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	19
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	26
▪ Werbeausgaben-Rankings	27
Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Top 200-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken	52
Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken nach Produktmärkten in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	



Inhaltsverzeichnis

▪	Mediensplit der Top 10-Marken	59
	Verteilung der Werbemotive und Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤	Strategien	61
	Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen für die 10-Marken mit den höchsten Werbeausgaben	
➤	Kommunikationspositionierung	72
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	Kontakt	75



Analysebeispiele (1)

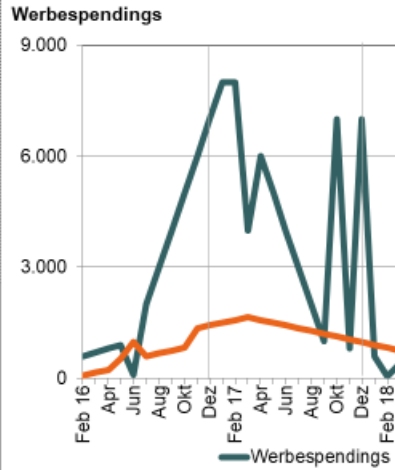
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische TV Beispiele und Nutzenargumente 2020/2021



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

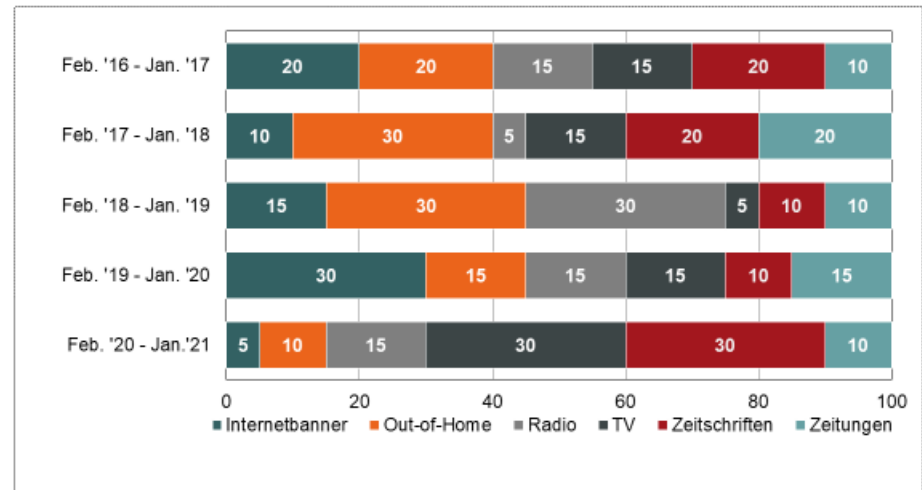


Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung des Mediensplits aller Marken im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Apotheken 2021

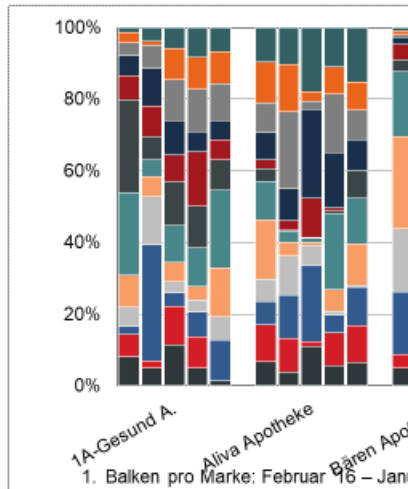
Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im Fünf-Jahres-Vergleich



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 200-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Feb. '16 – Jan. '17	Feb. '17 – Jan. '18
11	Pharmamia - Meine	1.000.000	€ 900.000
12	Kreuzberg-(Cochem)	900.000	€ 800.000
13	Apotal	800.000	€ 700.000
14	Meine Apotheken	700.000	€ 600.000
15	Apotheke vor Ort	600.000	€ 500.000
16	Apoth. im Hb Leipzig	500.000	€ 400.000
17	Pinc Apotheken	400.000	€ 300.000
18	City-Apoth. Dresden	300.000	€ 200.000
19	Petersbogen-Apoth.	200.000	€ 100.000
20	Park A. Thüringer P.	100.000	€ 50.000

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

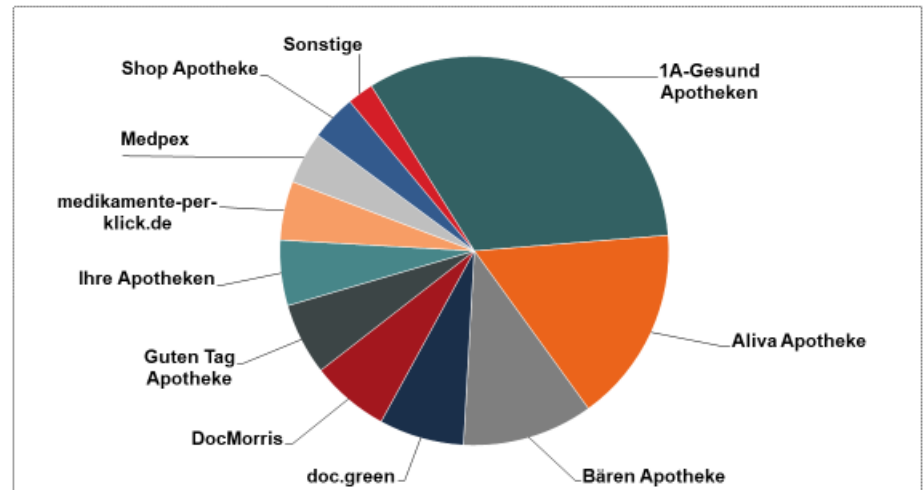


Welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von Februar 2020 bis Januar 2021



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Apotheken 2021

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

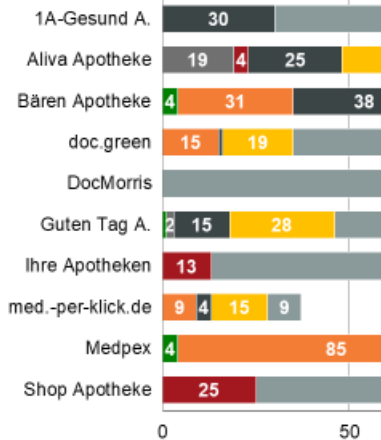
Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Mediensplit der Top 10-Marken

Verteilung der Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten (Angaben als Anzahl unterschiedlicher Motive)



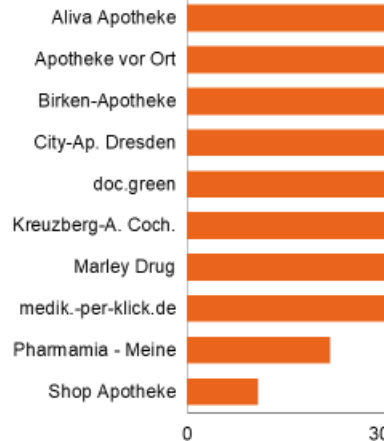
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10-Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€ als Differenz von aktuellem Jahr zum Vorjahr)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

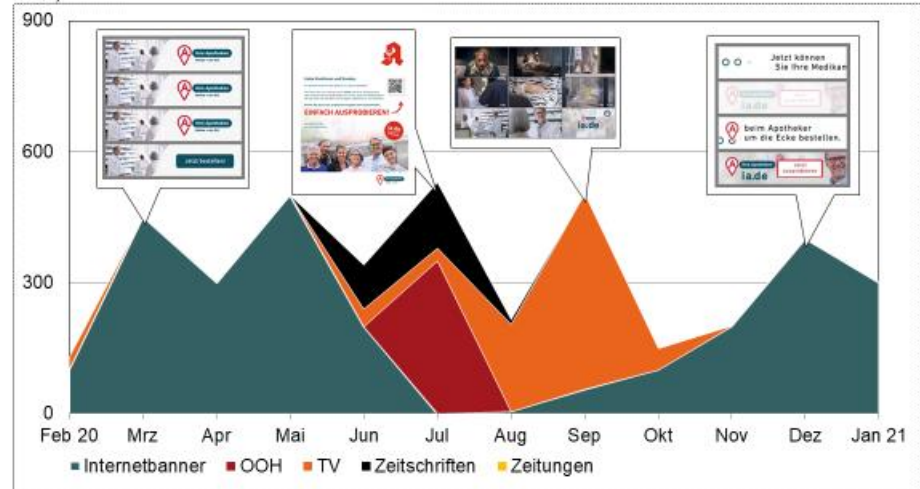


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

Strategien

Marke A

Marke A | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Apotheken 2021

Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

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 1.600 EUR zzgl. MwSt. die

Werbemarktanalyse Apotheken 2021.

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 erschienene Studien zur Pharmabranche:

- Studie Social Media-Performance Arzneimittelhersteller 2020
- Werbemarktanalyse Schlaf- und Beruhigungsmittel 2020
- Werbemarktanalyse Husten- und Erkältungsmittel 2020
- Studie eVisibility Medikamente 2020
- Marketing-Mix-Analyse Schmerzmittel OTC 2020
- Werbemarktanal. Pharmaz. Muskel- und Gelenkpräparate 2020

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

