

+++ Antistax +++ Crataegutt +++ Entresto +++ Hametum +++ Mindalin +++ Ranexa +++ Repatha +++ Telco
r Arginin plus +++ Tioblis +++ Venostasin +++ u. weitere 50 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Herz- Kreislauf-Präparate 2018

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

Dezember 2018

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Herz-Kreislauf-Präparate 2018

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Anbieter von Herz-Kreislauf-Präparaten innerhalb von zwölf Monaten insgesamt über 30 Millionen Euro ausgegeben.
- Der Produktmarkt Herztherapeutika ist neuer volumenstärkster Teilmarkt. Im bisher werbestärksten Produktmarkt Vasoprotektoren sind die Werbeausgaben um rund 25 Prozent zurückgegangen.
- Im Durchschnitt werben 31 Marken pro Monat für ihre Produkte.
- Die Werbekonzentration der drei Topwerber summiert sich auf 54 Prozent.
- Ein Großteil der medialen Kommunikation läuft über das Printmedium Zeitschriften mit einem Anteil von rund 85 Prozent.
- Sechs Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro, vier 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 Herz-Kreislauf-Präparate

2016/2017:
33 Mio €

2017/2018:
30 Mio €

Mediensplit



TV-Werber Nr. 1:
Antistax

6 Produktmärkte



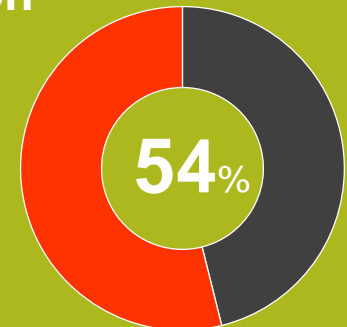
Top-Volumenmarkt:
Herztherapeutika

Top-Aufsteigermarkt:
Diuretika

Werbekonzentration



**Crateagutt
Hametum
Mindalin**



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Werbetrends für die **60 Anbieter von Herz-Kreislauf-Präparaten**
mit den höchsten Werbeausgaben

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

in **sechs Teilmärkten**, darunter
Antihypertensiva, Herztherapeutika, Vasoprotektoren

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 136 PowerPoint-Seiten

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

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

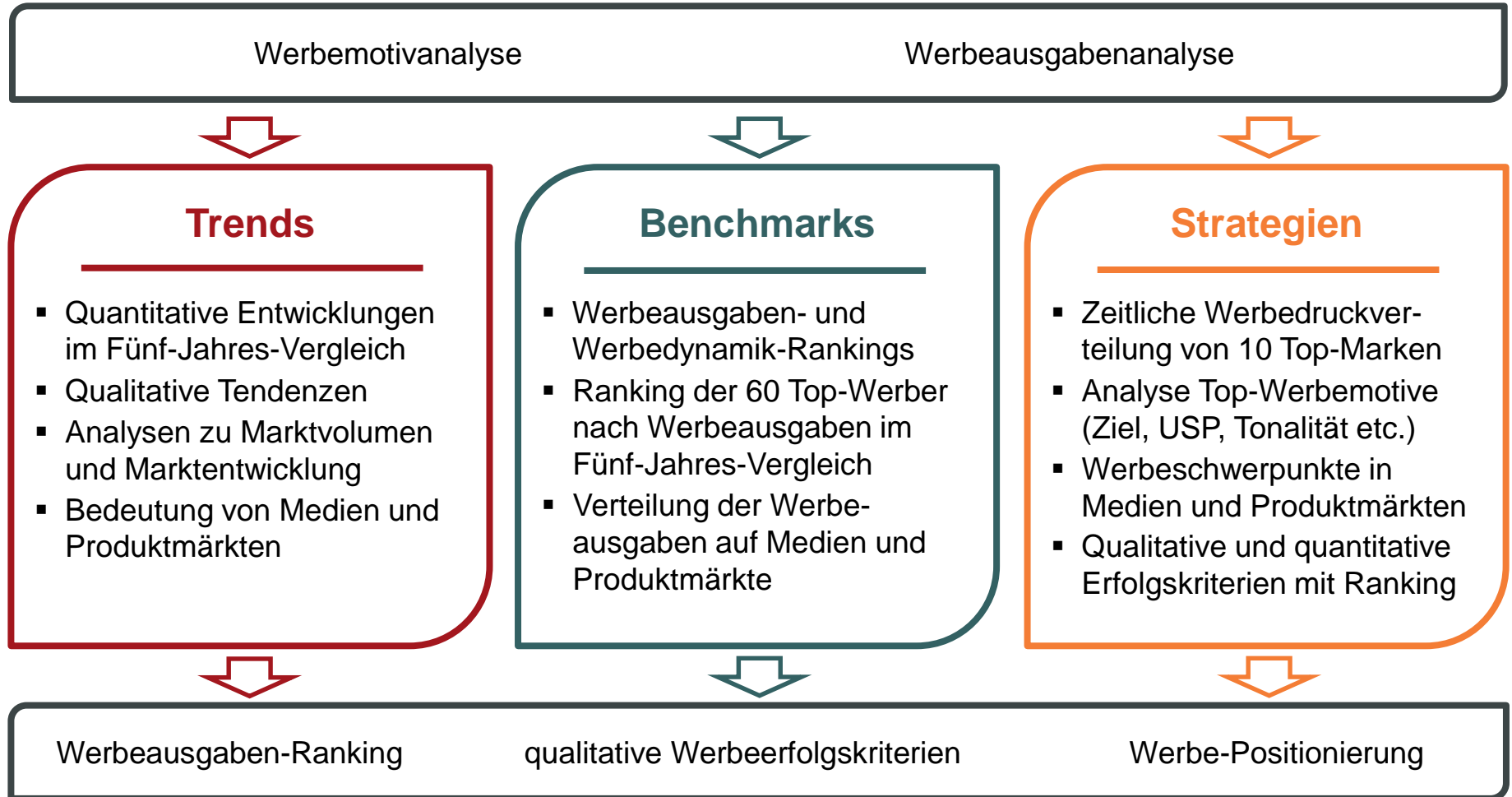
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- Antistax
- Crataegutt
- Entresto
- Hametum
- Mindalin
- Ranexa
- Repatha
- Telcor Arginin plus
- Tioblis
- Venostasin
- + Spendings für
50 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 in Produktmärkten 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 60 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in sechs Produktmärkten
- 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 136 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 Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich	22
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2017/2018	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	28
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbekonzentration 2017/2018	
▪ Qualitative Tendenzen	34
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2017/2018, aktuelle Trends 2017/2018	



Inhaltsverzeichnis

➤	Benchmarks	37
▪	Werbeausgaben-Rankings	40
	Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Top 60 Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪	Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im 5-Jahres-Vergleich	51
	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	
▪	Verteilung der Werbeausgaben/-Motive in den letzten zwölf Monaten	58
	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	61
Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10 Marken durchgeführt: Werbeausgaben nach Produkten und Mediengattungen, zeitliche Werbedruckverteilung nach Produkten in den letzten 24 Monaten, Analyse Top-Werbemotive, Quantitative und qualitative Erfolgskriterien	
▪ Antistax	67
▪ Crataegutt	72
▪ Entresto	70
▪ Hametum	77
▪ Mindalin	82
▪ Ranexa	87
▪ Repatha	98
▪ Telcor Arginin plus	103
▪ Tioblis	108
▪ Venostasin	113
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	118
▪ Motiv-Highlights	124
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	127
➤ Kontakt	135



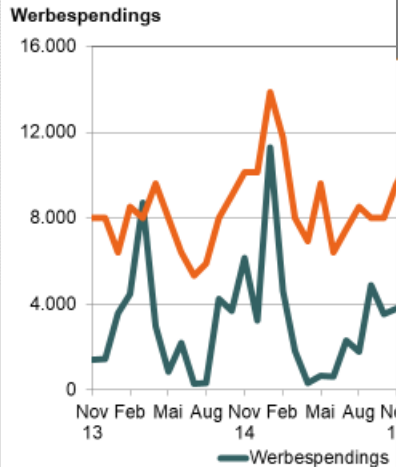
Beispielseiten (1)

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

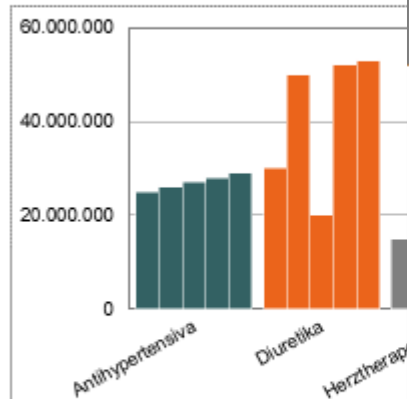


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

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



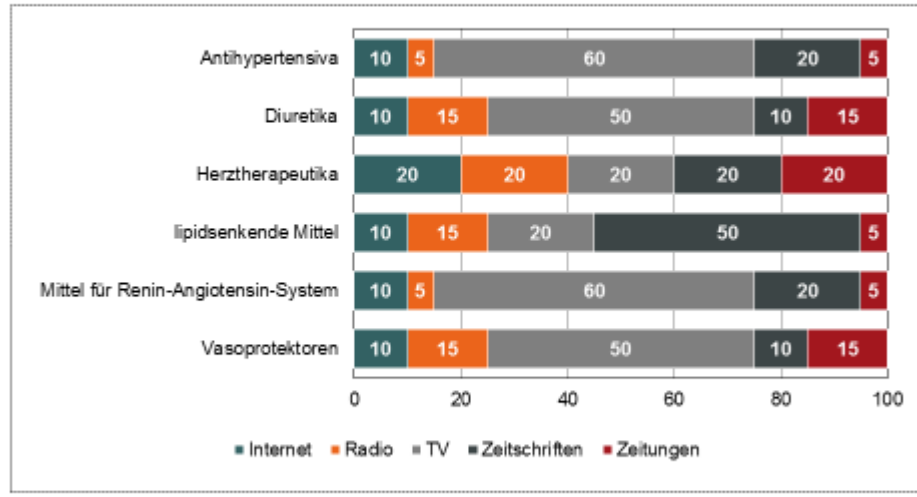
1. Beispiel pro Marke: Oktober '13 – Septem

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2017/2018 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Welche Dynamik ist in den Produktmärkten erkennbar?

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 60 Marken nach Werbevolumen (letzter 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €				
		Okt. '13 – Sep. '14	Okt. '14 – Sep. '15	Okt. '15 – Sep. '16	Okt. '16 – Sep. '17	Okt. '17 – Sep. '18
11	Vocado	28.950	214.611	705.117	314.273	219.374
12	Hypercoran	140.973				
13	Viacoram	439.159				
14	Homviotensin	0				
15	Tromcardin	15.000				
16	Dr. Kade	126.960				
17	Praluent	0	3			
18	Weleda	9.288				
19	Veltassa	190.098				
20	Korodin	5.407				

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

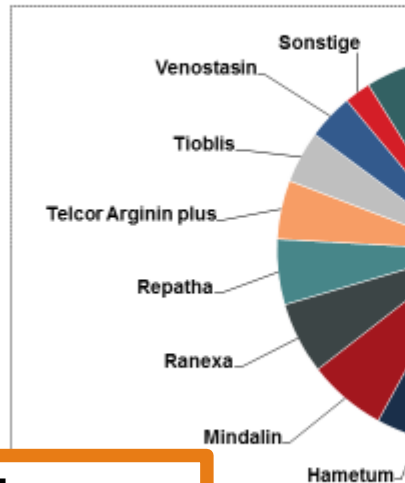


Herz.

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10 Marken von



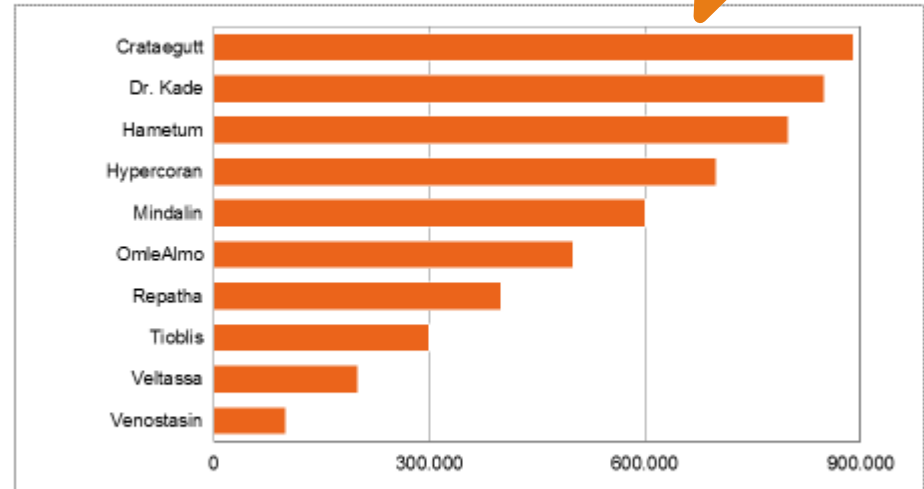
Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Herz-Kreislauf-Präparate 2018

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

Strategien
Marke A

Marke A | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

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

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse

Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Strategien
Marke B

Marke B | Vasoprotektoren Analyse Top-Werbemotive



ZR	xx.18-xx.18	🕒	18–20 Uhr
📺	fast täglich	AG	Agentur A
MED	ZDF, ARD, Sat.1	UF	Serie, Magaz
€	xxx €	SCH	xxx
🔍	Produktrelevanz	ZG	Damen, sch
USP	repariert, stärkt ¹	TON	sachlich

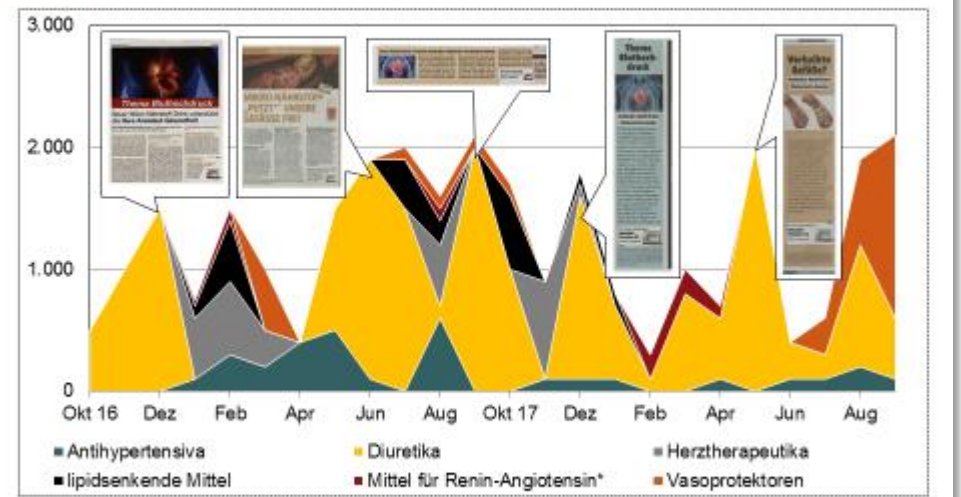
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital. 1

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse

Strategien
Marke C

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital. * System

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Herz-Kreislauf-Präparate 2018

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien Markenranking

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

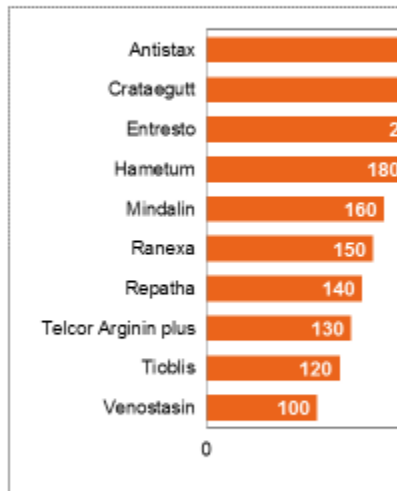
Marken	Awareness		Durchgängigkeit
	Alleinstellung	Aufmerksamkeit	
Antistax	●●○	●●○	●
Crataegutt	●○○	○○●	●
Entresto	●○○	●●○	●
Hametum	●●○	○○●	●
Mindalin	●○○	○○●	●
Ranexa	●○○	●○○	●
Repatha	●○○	○○●	●
Telcor Arginin plus	○○●	○○●	●
Tioblis	●○○	●●○	●
Venostasin	●○○	○○●	●

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien Markenranking

Markenranking (Angaben in % der maximal erreichbaren Punkte)



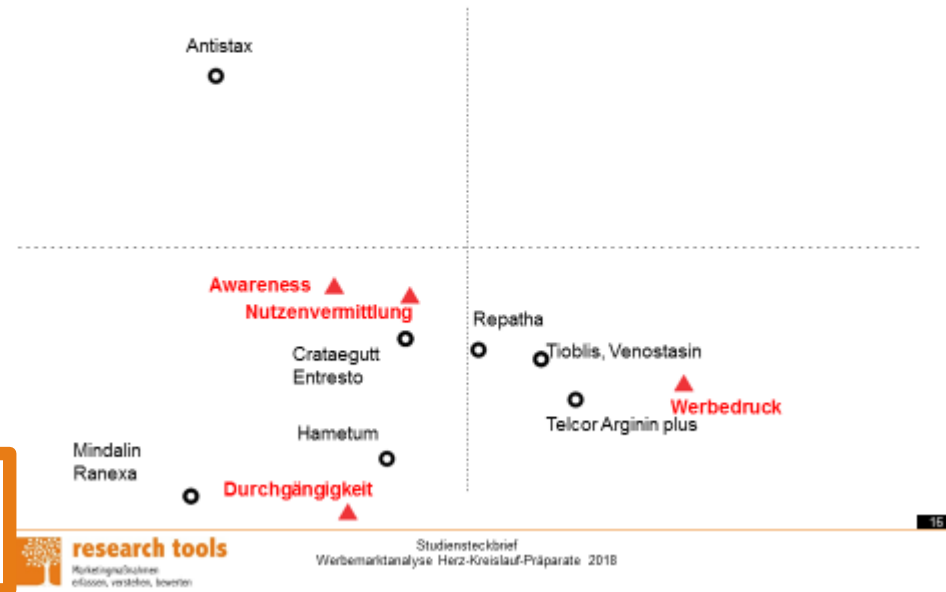
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

Kommunikationspositionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Marken



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

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 Herz-Kreislauf-Präparate 2018.

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 zur Branche Healthcare erschienen:

- Studie Sponsoring Healthcare 2018
- Studie eVisibility Medikamente 2018
- Werbemarktanalyse Analgetika 2018
- Studie eVisibility Sanitätsbedarf 2018
- Werbemarktanalyse Pharmaz. Muskel- und Gelenkpräp. 2018
- Studie eVisibility Laborbedarf 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.

