

Werbewirksamkeit im OTC Sektor

Eine Treiberanalyse der OTC Branche

Was wirkt in welcher Höhe und was sind Treiber im OTC Sektor?

Veröffentlichungsdatum: 05.11.2010

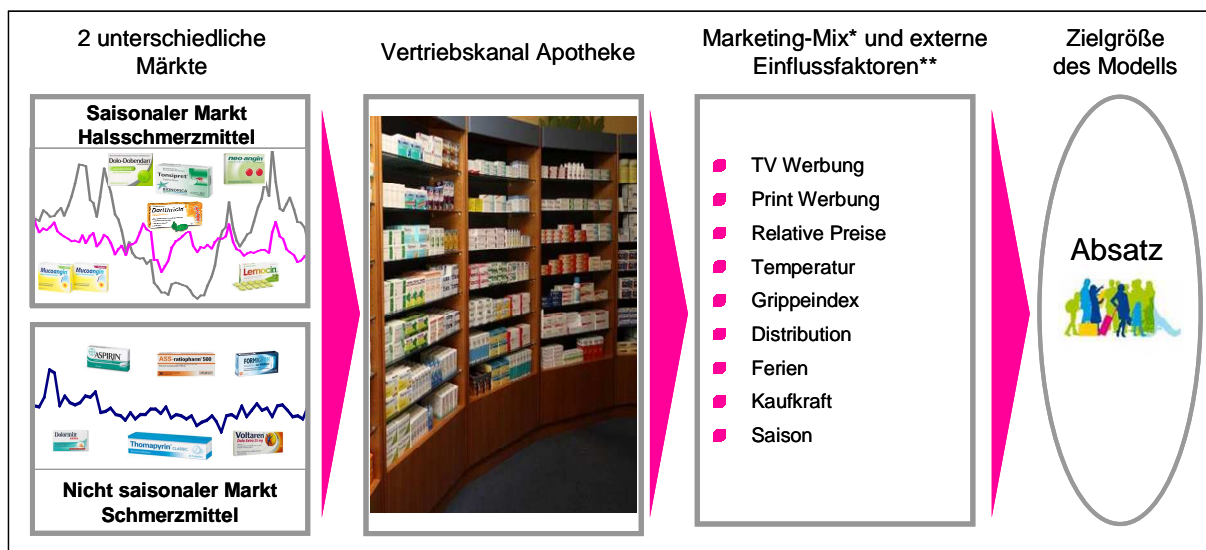
Zielsetzung und Methodik der Studie

Was treibt ihren Absatz im OTC-Markt?

Die Markenführung im OTC Bereich ist besonders schwierigen Marktbedingungen unterworfen. Insbesondere die Umsetzung einer kontinuierlichen und konsistenten Markenstrategie wird durch marktspezifische Einflussfaktoren im Gegensatz zum FMCG Markt erschwert. Besonders auffällig sind in diesem Zusammenhang die oftmals starke Saisonalität sowie das Empfehlungsverhalten der Apotheker respektive Ärzte. Somit reduziert sich der Einfluss des Marketing-Mix auf den Absatz. Spätestens an diesem Punkt stellen sich einem Pharma-Marketer folgende Fragen:

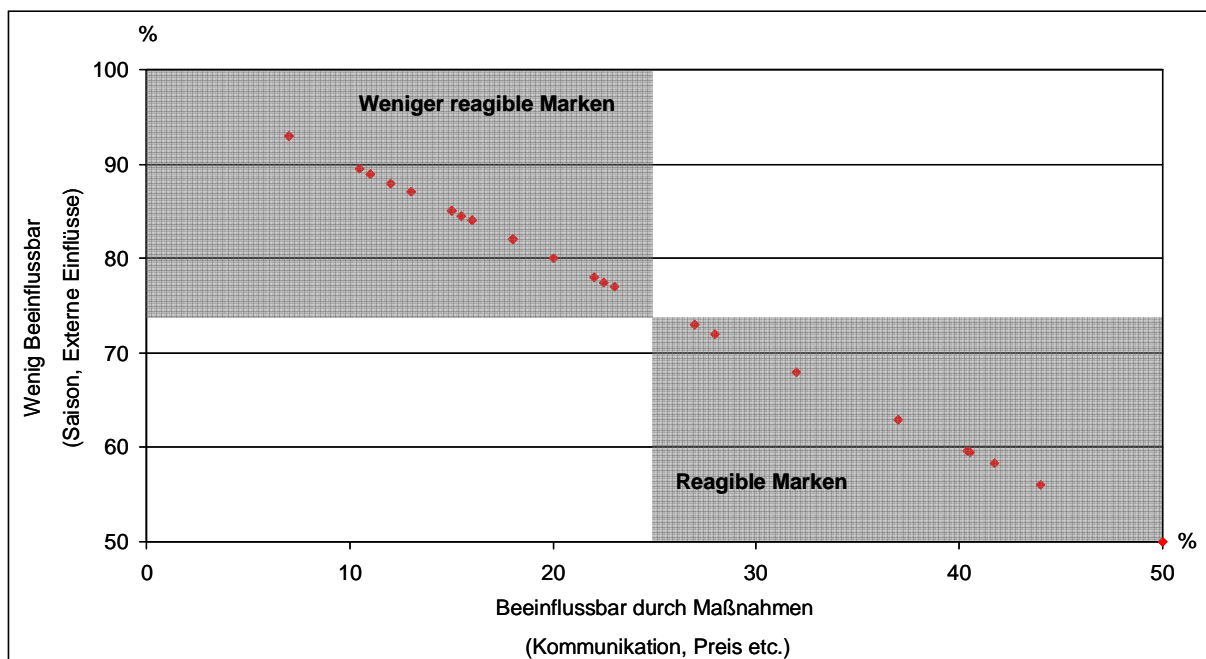
- **Wie schaffe ich es mit meiner Marke in einem stagnierenden Markt Wachstum zu generieren?**
- **Welches Marketing-Mix Element hat den größten Einfluss auf meinen Absatz?**
- **Welche externen Einflussfaktoren treiben meine Marktnachfrage?**
- **Welche Wirkung hat die klassische Kommunikation in meinem Marktsegment?**
- **Wie gut bin ich im Gegensatz zur Konkurrenz im Markt aufgestellt?**

Um diesen Fragen nachzugehen haben wir – Bonsai Deutschland – die Studie „Werbewirksamkeit im OTC Sektor“ aufgesetzt, welche die Markensteuerungspotenziale und -möglichkeiten in einem saisonalen und einem weniger saisonalen OTC-Markt näher untersucht.

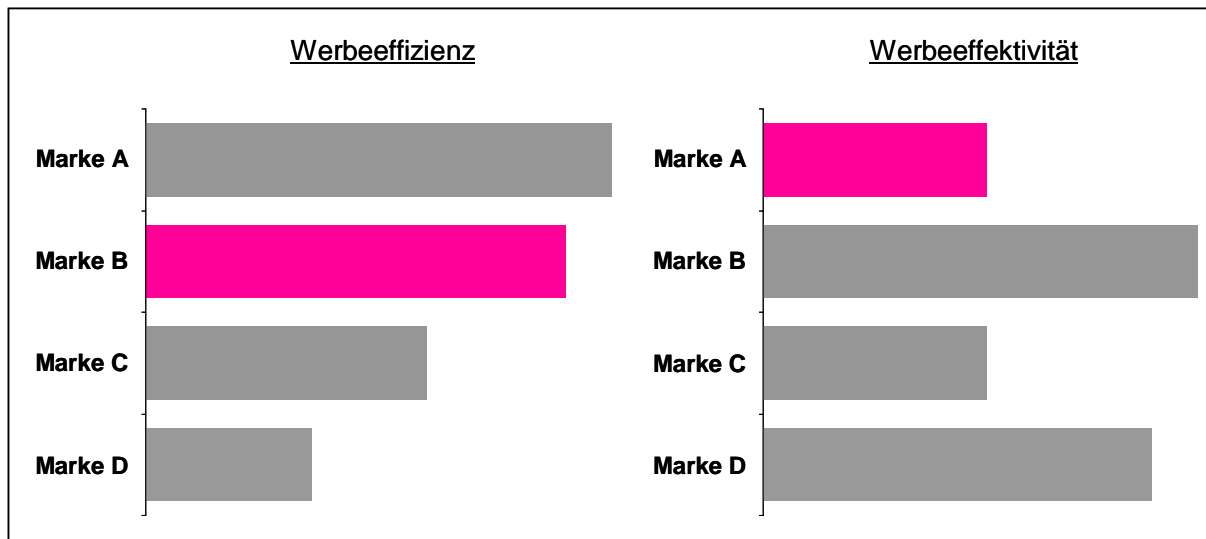


Wir haben in dieser Studie, die spezifischen Gesetzmäßigkeiten des OTC-Apothekenmarktes untersucht und diese im ersten Abschnitt der Studie in den Kontext der Markenführung gesetzt. Es werden konkret die Besonderheiten innerhalb der **Kaufentscheidung** sowie die **Beeinflussungsmöglichkeiten** der Pharmahersteller auf die Markenbildung analysiert. Hierbei wird das Hauptaugenmerk auf die vier Marketing-Mix Elemente gelegt, sowie deren Ausgestaltung im Apothekenumfeld. Hierbei haben wir unsere langjährige Erfahrung im Apothekenmarkt und unsere Marktforschungsexpertise einfließen lassen.

Im zweiten Abschnitt der Studie haben wir ein quantitatives Marktmodell entwickelt welches der Frage nach den **relevanten Einflussfaktoren auf den Absatz im OTC Markt** nachgeht. Hierzu haben wir u. a. Marken der Pharmahersteller Bayer, Reckitt Benckiser, Boehringer Ingelheim, Ratiopharm und McNeil untersucht. Neben den nichtsteuerbaren Einflüssen können die prozentualen Einflüsse der einzelnen Werbeträger auf den Absatz ermittelt werden. Auf Basis der verschiedenen Modellings ist es möglich eine Standortbestimmung verschiedener Anbieter im OTC-Markt durchzuführen, welche durch das Spannungsfeld der Beeinflussungsmöglichkeiten durch den Marketing-Mix stehen.



Neben der Standortbestimmung ist das zentrale Ergebnis der Studie ein Werbeeffizienz- bzw. Werbeeffektivitätsindex, der es ermöglicht die einzelnen Marken in den betrachteten Segmenten zu bewerten und zu vergleichen.



Anhand der Identifizierung langfristiger Trends, der Wirkung der Werbung auf den Absatz sowie der markenspezifischen Betrachtungsweise innerhalb der Studie werden Ihnen die Tools an die Hand gegeben ihre OTC-Marke im Apothekenumfeld erfolgreich zu führen.

Angaben zu der Studie

Die Verfasser der Studie:



DR. CHRISTIAN FEDDERSEN ist Business Development Manager bei der Bonsai Deutschland Testmarkt Bremen GmbH. Der promovierte Wirtschaftswissenschaftler betätigte sich zuvor als Geschäftsführer des Lehrstuhls für innovatives Markenmanagement an der Universität Bremen und hat seinen Beratungsschwerpunkt in der Markenführung sowie in der Markenpositionierung.



DR. TIMM HARDER ist Prokurist bei der Bonsai Deutschland Testmarkt Bremen GmbH. Der promovierte Chemiker betätigte sich zuvor als Marketing- und Vertriebsspezialist in der Pharmabranche und war maßgeblich am Aufbau des Apothekentestmarktes in Bremen beteiligt.

Über Bonsai Deutschland:

Bonsai Deutschland ist ein Tochterunternehmen von TNS Infratest. Neben dem einzigartigen Apothekentestmarkt mit 144 Apotheken und 1590 niedergelassenen Allgemeinmedizinerinnen und Fachärztinnen verfügt Bonsai Deutschland über ein überzeugendes Alleinstellungsmerkmal im Medienbereich: der medial voll integrierbare reale Testmarkt in Bremen. Im Testmarkt Bremen werden meistens Fragestellungen mit Medieneinsatz (TV- und/oder Print-Werbekampagnen) beantwortet. Weitere national sowie international aufgestellte Geschäftsfelder sind Shopper-Research, Modelling, Simulierter Testmarkt sowie die Datenlieferung und –analyse. Zum Kundenstamm gehören überwiegend Hersteller und Dienstleistungsunternehmen aus der Pharma- und Konsumgüterindustrie.

Preise:

Die komplette Studie „**Werbewirksamkeit im OTC Sektor. Eine Treiberanalyse der OTC Branche**“ können Sie für eine Schutzgebühr von € 940,- als PDF-Dokument (€ 990,- Handout) zzgl. MwSt. bei Bonsai Deutschland bestellen.

Herausgeber:

Bonsai Deutschland™ Testmarkt Bremen GmbH, Obernstr. 1, 28195 Bremen,
Tel: + 49 421 460 22 0 / Fax: + 49 421 460 22 99

Internet: www.bonsai-deutschland.de



Urheberrechte

Diese Studie unterliegt den geltenden Urheberrechtsgesetzen. Die ganze oder teilweise Vervielfältigung sowie jede Weitergabe an Dritte ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Bonsai Deutschland™ Testmarkt Bremen GmbH gestattet.

Alle Rechte vorbehalten, auch die der fotomechanischen Wiedergabe und der Speicherung in elektronischen Medien.

Haftungsausschluss:

Diese Grundlagenstudie wurde von Bonsai Deutschland Testmarkt Bremen GmbH mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt. Bonsai Deutschland Testmarkt Bremen GmbH übernimmt trotzdem keinerlei Gewähr für die Aktualität, Korrektheit, Vollständigkeit oder Richtigkeit der bereitgestellten Informationen, Bewertungen oder Schlussfolgerungen. Haftungsansprüche gegen die Bonsai Deutschland Testmarkt Bremen GmbH und/oder die Verfasser, welche sich auf Schäden materieller oder ideeller Art beziehen, die durch die Nutzung oder Nichtnutzung der dargebotenen Informationen, Bewertungen oder Schlussfolgerungen bzw. durch die Nutzung ggf. fehlerhafter oder unvollständiger Informationen verursacht wurden, sind grundsätzlich ausgeschlossen, sofern seitens der Verfasser kein nachweislich vorsätzlich oder grob fahrlässiges Verschulden vorliegt.

Gestaltung, Satz und Korrektur:

Bonsai Deutschland Testmarkt Bremen GmbH

Stand:

Oktober 2010