



Profil. Potenzial. Profit.
Was unterscheidet Online-
von Offlinekäufern bei
systemischen Schmerzmitteln?

Einstellungen – Einschätzungen –
Erfolgsaussichten

Zielsetzung und Methodik der Studie

Ziel ist es zu ergründen inwiefern sich die Käufergruppen „Online-Käufer“ und „stationäre Käufer“ im Hinblick auf Kaufverhalten und Preisbewusstsein beim Kauf von (systemischen) Schmerzmitteln voneinander unterscheiden.

Der Fragebogen, der den Interviews zugrunde lag, sollte Antworten u.a. auf folgende Fragen beim Kauf von systemischen Schmerzmitteln geben:

- *Welche Käufergruppe präferiert Generika und welche Markenprodukte?*
- *Welche Kaufanteile nehmen Generika und Markenprodukte online und stationär ein?*
- *Welche Kriterien veranlassen die Käufer zum Kauf?*
- *Vergleichen Käufer vor ihrem Schmerzmittelkauf die Preise?*
- *Wie empfinden die Käufer den gezahlten Preis nach dem Kauf?*
- *Wie häufig kaufen Schmerzmittelkäufer durchschnittlich ein, online und stationär im Vergleich*
- *Anteil der Arzneimittelkäufe im Vergleich online zu stationär.*
- *Welche Schmerzmittelmarken/hersteller sind bekannt, welche wurden bereits gekauft und welche werden am häufigsten gekauft?*
- *Test mit zwei Markenprodukten und zwei Generika zur Beurteilung des Preisbewusstseins*

In der vorliegenden Untersuchung wurden 114 Online-Schmerzmittelkäufer über das Preisvergleichsportale „medipreis.de“ per Zufallsauswahl befragt. Die Interviews wurden in Form einer Online-Befragung durchgeführt. Die Feldzeit der Befragung erstreckte sich vom 24.10. 2012 bis zum 07.11.2012.

Des Weiteren wurden 115 stationäre Schmerzmittelkäufer mittels PoS-Befragung und ebenfalls per Zufallsauswahl in der Zeit vom 01.10. bis 31.12.2012 befragt. Um Repräsentativität zu gewährleisten, wurden die teilnehmenden Apotheken nach Größe und Apothekentyp quotiert.

Die Studie richtet sich an Entscheider der Pharmaindustrie, des pharmazeutischen Großhandels und an apothekenaffine Dienstleistungsunternehmen.

Bonsai möchte mit der Anwendung innovativer Analyseverfahren dazu beitragen, den aktuellen Apothekenmarkt aus der Perspektive der Konsumenten besser betrachten und verstehen zu können. Außerdem soll die Studie Hinweise, Anregungen und Empfehlungen für eine zielgruppenorientierte Preispolitik in den entsprechenden Absatzkanälen liefern, um entsprechende Umsatzpotenziale für Apothekeninhaber wahrzunehmen.

Die Studie richtet sich an Entscheider der Pharmaindustrie, des pharmazeutischen Großhandels und an apothekenaffine Dienstleistungsunternehmen.



Angaben zur Studie



Die Verfasserin der Studie

CAROLIN GUNDLACH absolvierte ihr Studium der Betriebswirtschaft im Jahre 2013 an der Hochschule Bremen, mit den Schwerpunkten Controlling und Marketing. Bei der Bonsai GmbH war sie im Bereich der Pharmaprojekte tätig und erlernte zuvor den Beruf der Industriekauffrau in einem Zulieferunternehmen der Automobilindustrie.

Der Verfasser der Studie

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



Über Bonsai

Bonsai GmbH ist der Spezialist auf den Gebieten des realen Testens bei Fragestellungen rund um Innovationen im Produkt und Innovationen in Medien, sowie der Analyse von komplexen Daten. Durch Testmarktprojekte mit neuen Produkten, Dienstleistungen oder Medien wird in einem Testmarkt getestet, ob diese allgemein funktionieren und am Markt eingeführt werden können. Bei der Analyse von komplexen Fragestellungen verfügt Bonsai GmbH über vielseitige validierte Verfahren zur Prognose oder Szenarienkalkulation.

Zu den Kunden von Bonsai GmbH zählen namhafte Unternehmen, überwiegend aus der FMCG Branche und dem Pharma Bereich.

Preise

Die komplette Studie **„Profil. Potenzial. Profit. Was unterscheidet Online- von Offlinekäufern bei systemischen Schmerzmitteln?“** können Sie für eine Schutzgebühr von € 590,- als PDF-Dokument (€ 640,- Handout) zzgl. MwSt. bei Bonsai bestellen.

Wenn Sie eine ausführliche Präsentation der kompletten Studie mit Hintergründen, Analysen und Interpretationen im Rahmen einer Veranstaltung, eines Workshops oder Seminars wünschen, steht Ihnen unser Pharmamarktexperte Dr. Timm Harder für eine Pauschale von € 2.200,- inkl. Reisekosten und Spesen zzgl. MwSt. gerne zur Verfügung.

Herausgeber

Bonsai GmbH, Obernstr. 1, 28195 Bremen
Tel: + 49 421 460 22 0 / Fax: + 49 421 460 22 99
Internet: www.bonsai-research.com
Email: info@bonsai-research.com

Stand: Mai 2013