

+++ ACC +++ Aspirin +++ Dobendan +++ Gelomyrtol +++ Grippostad +++ Mucosolvan +++ Umckaloabo +++ Wick DayNait +++ Wick MediNait +++ Wick VapoRub +++ u. weitere 60 Anbieter m. quantit. 5-Jahres-Trends

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Husten- und Erkältungsmittel 2020

Werbeausgaben für 70 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

August 2020



powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Husten- und Erkältungsmittel 2020

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Anbieter für Husten- und Erkältungsmittel innerhalb eines Jahres über 297 Millionen Euro ausgegeben.
- Das Werbevolumen hat innerhalb von zwölf Monaten um fünf Prozent zugenommen.
- Im Durchschnitt werben 32 Marken pro Monat für ihre Produkte. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Anzahl werbender Marken etwas zurückgegangen.
- TV ist das Top-Werbemedium mit einem Anteil von 81 Prozent. Zeitschriftenwerbung liegt auf dem zweiten Platz mit einem Anteil von 13 Prozent.
- 28 Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro, 17 davon haben ihre Werbeaktivitäten im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet.
- Die Werbekonzentration der zehn Topwerber liegt bei 74 Prozent der Gesamtwerbeausgaben.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Husten- und Erkältungsmittel

2018/2019:
283 Mio €



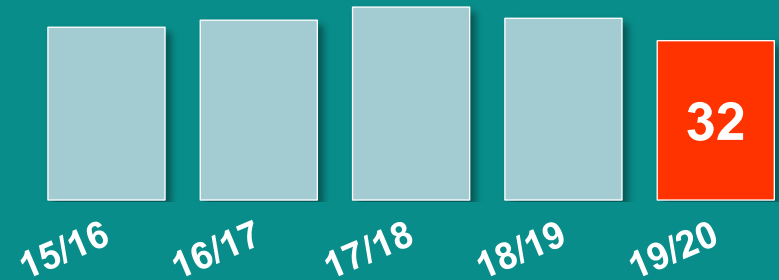
2019/2020:
297 Mio €

Mediensplit

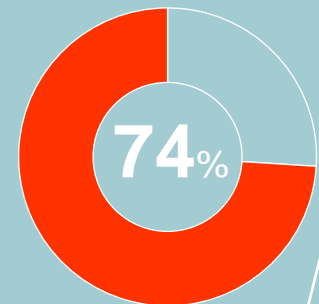


Radio-Werber Nr. 1:
Umckaloabo

Werbungtreibende pro Monat im Ø



Werbekonzentration



zehn Topwerber

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

70 Anbieter von Husten- und Erkältungsmittel
mit den höchsten Spendings

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

Mediensplit für fünf Gattungen:
Internetbanner, Radio, TV, Zeitschriften, Zeitungen

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 49 PowerPoint-Seiten

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

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

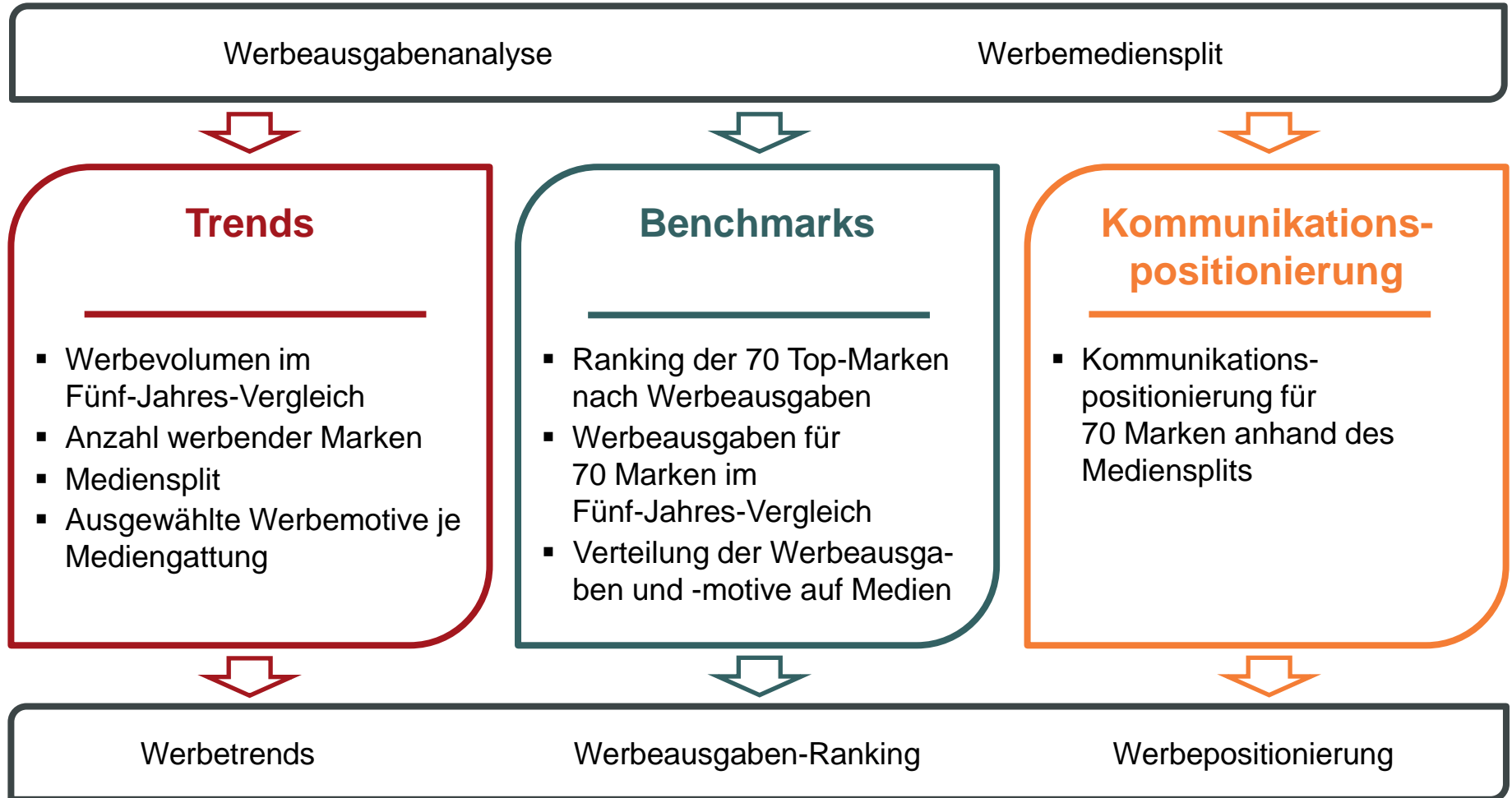
Nutzen: Analyse von Trends und Benchmarks ermöglichen
einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- ACC
- Aspirin
- Dobendan
- Gelomyrtol
- Grippostad
- Mucosolvan
- Umckaloabo
- Wick DayNait
- Wick MediNait
- Wick VapoRub
- + Spendings für
60 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 Marken?
- in welchen Mediengattungen werben die Top-Marken?
- wie positionieren sich die Marken im Mediensplit?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 70 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Positionierungsanalyse auf Basis Mediensplit für 70 Marken

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, 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 49 Seiten umfassende Studie kostet **1.600 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Trends	12
▪ 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	18
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	21
▪ Werbeausgaben-Rankings	25
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 70-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10-Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken	36
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	
▪ Mediensplit der Top 10-Marken	42
Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤ Kommunikationspositionierung	44
Kommunikationspositionierung von 70 Marken auf Basis Mediensplit	
➤ Kontakt	48

Analysebeispiele (1)

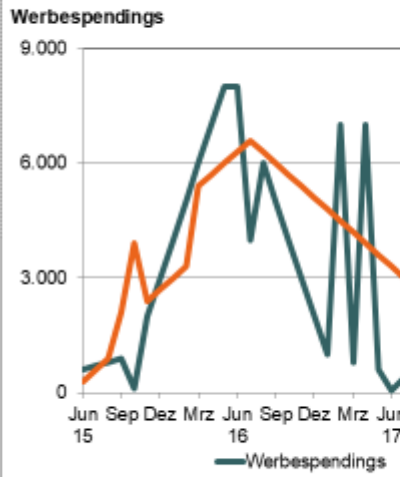
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

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 Motivbeispiele und Nutzenargumente 2019/2020



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

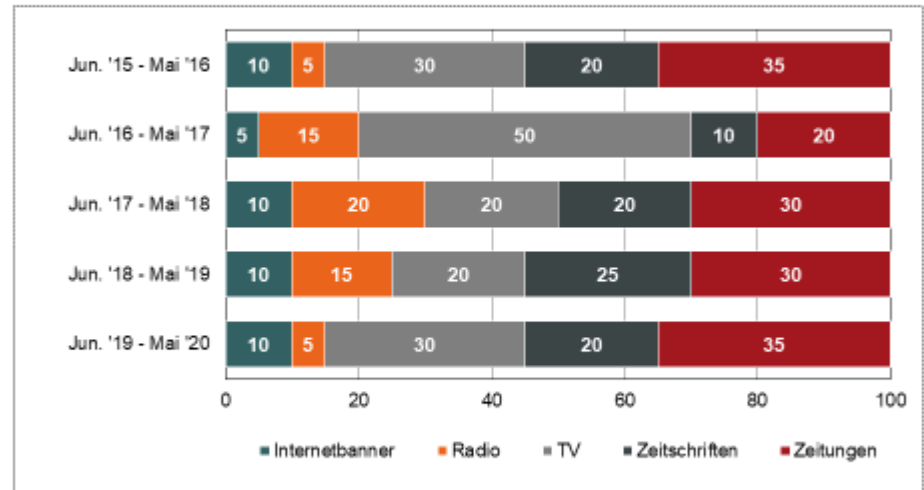


Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Mediensplit 2019/2020 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



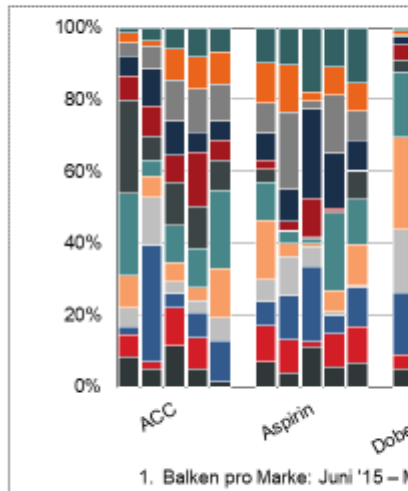
Analysebeispiele (2)

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 70 Marken nach Werbevolumen (letzter 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Jun. '15 – Mai '16	Jun. '19 – Mai '20
11	BoxaGrippal	1.000.000	€ 900.000
12	Bronchicum	900.000	€ 800.000
13	Dorithricin	800.000	€ 700.000
14	Ipalat	700.000	€ 600.000
15	Meditonsin	600.000	€ 500.000
16	neo-angin	500.000	€ 400.000
17	Otriven	400.000	€ 300.000
18	Prospan	300.000	€ 200.000
19	Sinupret	200.000	€ 100.000
20	Wick	100.000	€ 50.000

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

research tools

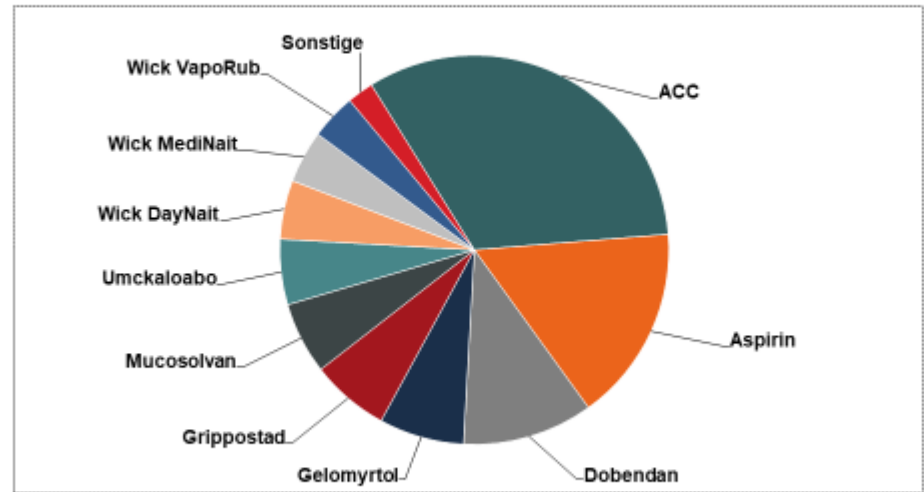
Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

Welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10 Marken von Juni 2019 bis Mai 2020



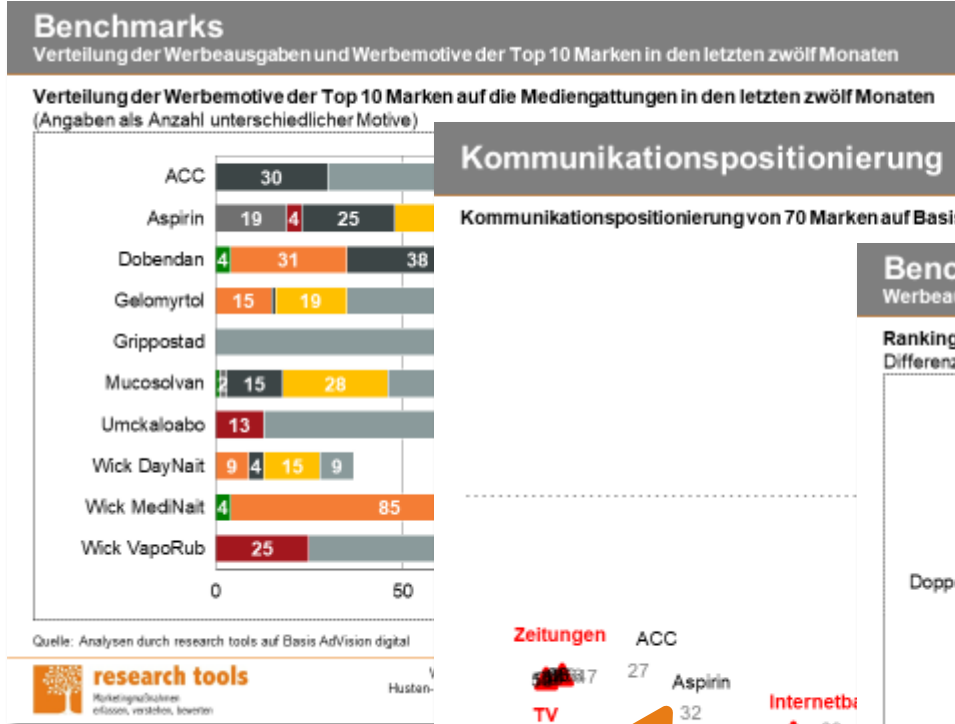
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



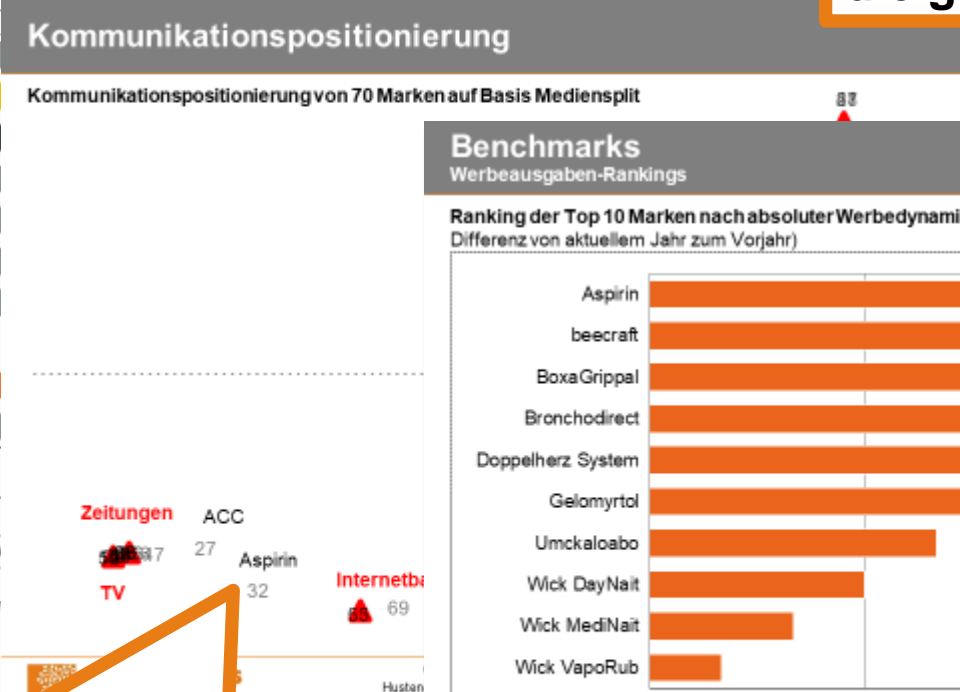
Werbemarktanalyse
Husten- und Erkältungsmittel 2020

Analysebeispiele (3)

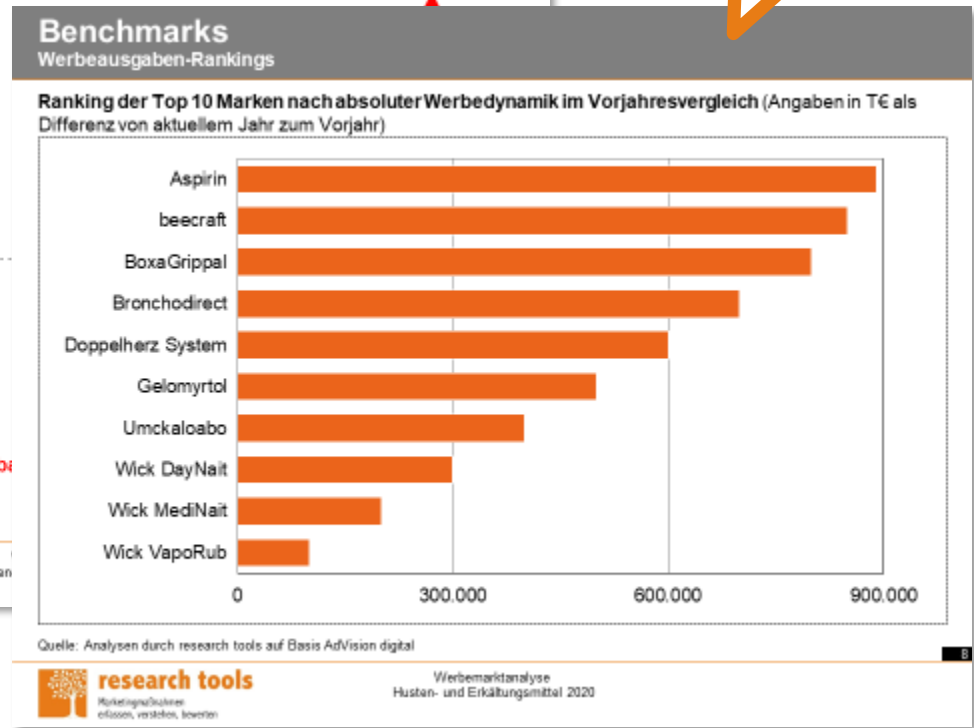
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?



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 Husten- und Erkältungsmittel 2020.

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 eVisibility Medikamente 2020
- Marketing-Mix-Analyse Schmerzmittel OTC 2020
- Werbemarktanalyse Pharmazeut. Muskel- & Gelenkkröp. 2020
- Studie Healthcare-Zielgruppe Homöopathie 2020
- Studie Healthcare-Zielgruppe Allergiker 2019
- Studie Vergleichsportale-Marketing Arzneimittel 2020

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 50 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

