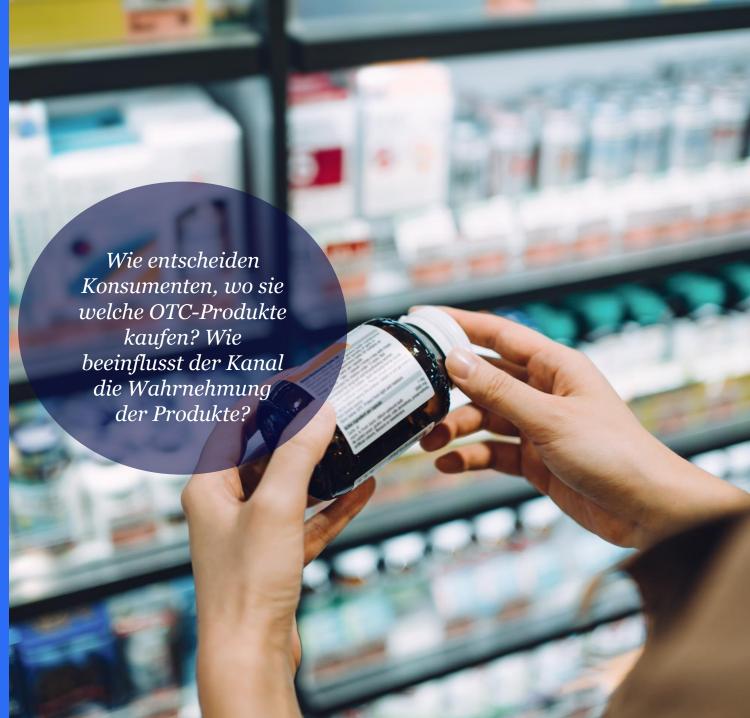
23 Nielsen Consumer LLC. All rights reserved

OTC ChannelTrends

Die Macht der Kanäle *A syndicated Study by NIQ*

Apotheke, Drogerie, Online & Co: die
Bedeutung verschiedener Kaufkanäle für die
Produktwahrnehmung im deutschen OTC-Markt



Kanalvielfalt und Konsumentenwahrnehmung

Die Corona-Pandemie hat das Kaufverhalten nachhaltig verändert, gleichzeitg bleibt das Thema Gesundheit für die Verbraucher wichtiger denn je. Hohe Preise und Lieferengpässe üben zusätzlich Druck auf die Käufer aus. Wie entscheiden Konsumenten heute, wo und wie sie OTC-Produkte kaufen? Und wie beeinflusst der Einkaufskanal ihre Wahrnehmung der Wirksamkeit eines Produkts?

Worum geht es?

- Einstellung und Verhalten von Konsumenten beim Kauf von OTC-Produkten
- Entscheidungskriterien für die Wahl des Kanals
- Wahrnehmung der Wirksamkeit und der medizinischen Einstufung des Produkts pro Kanal aus Verbrauchersicht
- Relevanz des Preises und der Preiswahrnehmung in den unterschiedlichen Kanälen
- Stärke der Assoziation von Marken mit den Kaufkanälen

Analyse

Vertriebskanäle: Apotheke, Drogerie, Supermarkt, Discounter, Reformhaus und ihrer Online-Kanäle

Analysierte Subkategorien:

- Beruhigung, Nerven und Schlaf
- Erkältung
- · Haut, Haare, Nägel
- Magen, Darm, Verdauung
- Vitamine & Mineralstoffe

Bonuschapter:

- Channel Health: Entwicklung der Kanäle aus Verbrauchersicht
- Spotlight der wichtigsten OTC-Marken

Key benefits

Die Studie liefert die Grundlage für datenbasierte Entscheidungen im OTC-Sektor, insbesondere für:

Distributionsstrategien für einzelne Warenkategorien

Online & Offline Evaluation

Kategoriespezifische Kanalbewertun:g Omnistrategie oder Fokuskanäle?

Markenstrategie: exklusiv oder Multi-Channel



NIQ OTC Studie

Repräsentative Studie

Analyse des Verbraucherverhaltens im OTC-Markt nach Kanal, Kategorie & Marke



OTC ChannelTrends

Analysen auf drei Ebenen

Wie verhalten sich Käufer in einzelnen Subkategorien? Was sind präferierte Channel und Marken?

Subkategorien

- Beruhigung, Nerven und Schlaf
- Erkältung
- · Haut, Haare, Nägel
- · Magen, Darm, Verdauung
- Vitamine & Mineralstoffe

Channel

Vor Ort

- Apotheke
- Drogerie
- Supermarkt
- Discounter
- Reformhaus
- Andere

Online

- Online-Apotheke
- Online-Drogerie
- Online-Supermarkt
- Online-Discounter
- Online-Reformhaus
- Anderer Onlinehändler

Marken

- Abtei
- Altapharma
- Docmorris
- Doppelherz
- Klosterfrau
- Kneipp
- medpex
- Mivolis
- Redcare
- Sanotact
- Schaebens
- SOS
- Taxofit
- Tetesept
- Zirkulin

Key facts

- Online-Befragung über Consumer Access Panel
- Zielgruppe: 18+ Jahre, in Deutschland lebende Käufer:innen von freiverkäuflichen Arzneimitteln oder Nahrungsergänzungsmitteln im letzten Jahr
- Länge des Interviews: 15 Min
- Stichprobe: n=2.003
- Durchführung: Juni 2023
- · Umfang: 99 Seiten
- Preis:

4.900 Euro Zzgl. MwST.