



Pharma-Anzeigen im Kreativtracking



1

PHARMA-ANZEIGEN IM KREATIV-TRACKING

Wichtige Erfolgsfaktoren von Pharma-Anzeigen und ihre KPIs

**Aufmerksamkeits-
stärke** des
Werbemittels:

➤ **Recognition**



**Wiedererkennung der
Marke** auf dem
Werbemittel:

➤ **Branding**



Aktivierung der
Betrachter durch das
Motiv:

➤ **Kaufbereit-
schaft**



**Beurteilung des
Werbemittels** durch den
Betrachter:

➤ **Glaubwürdigkeit**



Anmutung des
Werbemittels:

➤ **Sympathie**



Einflussfaktoren auf den Erfolg von Pharma-Anzeigen

Größe der
Anzeige

Menschen
als
Abbildung



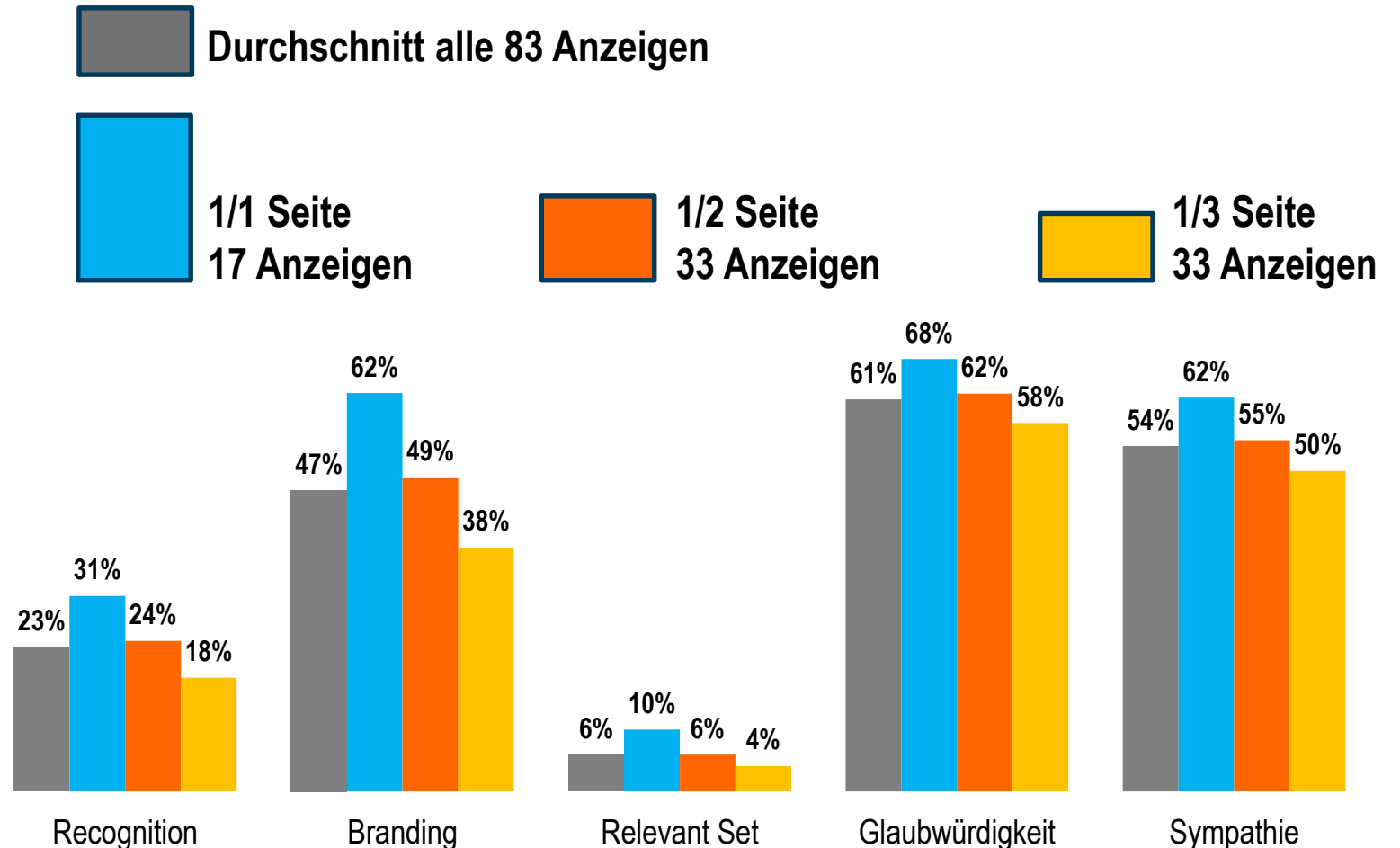
Logo /
Logogröße

Text / Bild-
Verhältnis

Size matters ...

Die Größe einer Anzeige ist wichtig für viele Faktoren.

- Die meisten Anzeigen im Pharmabereich sind kleiner als 1/1 Seite.
- Die Größe einer Anzeige spielt für die Durchschnitte aller KPIs eine Rolle.
- Am wichtigsten ist die Größe für die Erinnerung an eine Anzeige und für das Erkennen der Marke.
- Auch auf die anderen KPIs hat die Größe einen Einfluss, jedoch nicht so beherrschend.
- Die Durchschnittseffekte können von anderen Effekten überlagert werden: z.B. der Bekanntheit der Marke oder der Gestaltung der Anzeige.
- Auch halbseitige Anzeigen können viel Beachtung und Sympathie erzielen.



Branding und Anzeigen-Größe

Top Motive nach Anzeigen-Größe: Auch halbseitige Anzeigen können sehr gute Brandingwerte erzielen.

89%

Die Alternative zur Schmerztablette.
Das Gel, das dort wirkt, wo der Schmerz sitzt.

12h

Voltaren Schmerzgel forte®:

- ✓ Wirkt gezielt und ohne Umwege
- ✓ Bis zu 12 Stunden Schmerzlinderung*
- ✓ Ersetzt eine Tagesdosis rezeptfreier Schmerztabletten**

So können Sie sich wieder unbeschwert bewegen und den Tag aktiv genießen.

Voltaren
WIEDER FREUDE AN BEWEGUNG

* Bei akuten Schmerzen
** Mit einer Tagesdosis Voltaren Schmerzgel forte® eine Tagesdosis rezeptfreier Schmerztabletten ersetzen

Voltaren Schmerzgel forte® 2,5 mg/g Gel für Erwachsene und Jugendliche ab 14 Jahren. (Wirkstoff) Diclofenac, Darfyllaminol. Zur lokalen, symptomatischen Behandlung von Schmerzen bei akuten Prellungen, Zerrungen oder Verstauchungen infolge eines traumatischen Traumas, z. B. Sports- und Unfallverletzungen. Bei Jugendlichen über 14 Jahren ist das Ansmitteln zur Kurzzeitbehandlung vorgesehen. Enthält Paracetamol und Benzocain. Bitte sorgfältig lesen. Zu Risiken und Nebenwirkungen lesen Sie die Packungsbeilage und fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker. Rezeptfrei in Ihrer Apotheke. Referenz: V01in-B01, Novartis Consumer Health GmbH, 81369 München – a GSK Consumer Healthcare company

MARKE SOFORT ERKANNT:

81 %

Clever sparen mit Diclo-ratiopharm® Schmerzgel

- ✓ Bei Rücken-, Muskel- und Gelenkschmerzen
- ✓ Mit dem bewährten Wirkstoff Diclofenac
- ✓ Stoppt den Schmerz und bekämpft die Entzündung
- ✓ Wirkt kühlend, ohne die Haut auszutrocknen

ratiopharm
Gute Preise. Gute Besserung.

Diclo-ratiopharm® Schmerzgel
Diclofenac-Ratiopharm 1% gel ist ein Wirkstoff-Diclofenac-Nachfolgeprodukt zur lokalen Anwendung bei Schmerzen, Entzündungen und Schwellungen bei rheumatischen Erkrankungen der Muskeln, Gelenke und Sehnenverletzungen. Einmalige Anwendung in der Hand- und Fußgelenke, Gelenksentzündungen bei Rheumatoidea und in Bereich der Wirbelsäule, Sport- und Unfallverletzungen (Verstauchungen, Prellungen, Zerrungen, Wundmalen). Bei unklarer Diagnose sollte ein Arzt konsultiert werden. Zu Risiken und Nebenwirkungen lesen Sie die Packungsbeilage und fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker. Referenz: V01in-B01, Ratiopharm GmbH, 82300 Grünwald/München – a GSK Consumer Healthcare company

62%

Damit **Muskel!**krämpfe mich nicht aufhalten:

Bioelectra®
MAGNESIUM 243... forte

Wirksam in den Muskeln
Vitalisierend für die gesamte Muskulatur
Nachhaltig Magnesium-Speicher auffüllen

Meine Muskeln haben noch viel vor.

*verursacht durch Magnesiummangel

Bioelectra® Magnesium 243 mg basisches Elementarmagnesium, Aminosäuregehalt: hochkonzentrierter Magnesiummangel, wenn er Ursache für Störungen der Muskelaktivität (neuromuskuläre Störungen, Muskelschwäche) ist. Enthält Natrium und Kaliumverbindungen. Zu Risiken und Nebenwirkungen lesen Sie die Packungsbeilage und fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker. HERMES ARZNEIMITTEL GMBH - 82300 Grünwald/München, Stand: 05/2015

Sympathie und Anzeigen-Größe

Top-Motive nach Anzeigen-Größe: Schöne Gestaltung sorgt für viel Sympathie.

SYMPATHIE: 72 %



Guten Morgen, Deutschland!
Es gibt 1000 gute Gründe,
aktiv in den Tag zu starten.

gsk

Jetzt mit GRATIS Aktiv-Ball*

Voltaren Schmerzgel forte

Meinen Tag starte ich jetzt mit weniger Tabletten!

Voltaren Schmerzgel forte®

- ✓ Ersetzt eine Tagesdosis rezeptfreier Schmerztabletten**
- ✓ Wirkt gezielt und ohne Umwege
- ✓ Bis zu 12 Stunden Schmerzlinderung***

So gehört der Tag von Anfang an mir.

Voltaren
WIEDER FREUDE AN BEWEGUNG

* Beim Kauf einer Packung Voltaren Schmerzgel forte® 100g oder 150g – in teilnehmenden Apotheken, solange der Vorrat reicht.
** Mit einer Tagesdosis Voltaren Schmerzgel forte® eine Tagesdosis rezeptfreier Schmerztabletten ersetzen – bei akuten Gelenkschmerzen infolge stumpler Traumata, z. B. Sport- und Unfallsverletzungen.
*** Bevorzugt morgens und abends anwenden.

80 %



LUFT
für die schönste Sache
der Welt.

GeloMyrtol® forte

Bei Husten und Schnupfen

Befreit die Atemwege
spürbar ab der ersten Kapsel.

GeloMyrtol® forte. Zur Schleimlösung und Erleichterung des Atmens bei akuter und chronischer Bronchitis. Zur Schleimlösung bei Entzündungen der Nasen- und Nasennebenhöhlen (Sinusitis). Wirkstoff: Destillat aus einer Mischung von rektifiziertem Eukalyptusöl, rektifiziertem Süßholzwurzelöl, rektifiziertem Myrtolöl und rektifiziertem Zedernöl (98:2:2:1). Zur Anwendung bei Erwachsenen, Jugendlichen und Kindern ab 6 Jahren. Enthält Sorbitol. Zu Risiken und Nebenwirkungen lesen Sie die Packungsbeilage und fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker. © Pauli-Bootskamp GmbH & Co. KG, 2005. Inhaberlizenzen (01/11).

69 %



NEU

„Ausgeglichen ... geht's mir gut!“

Mit der schnell verfügbaren Nährstoffkombination
für einen gesunden Säure-Basen-Haushalt

BULLRICH
Säure-Basen-Balance
Basische Mikroperlen

- Spezielle Nährstoff-
- Schnelle Einnahme
- Hoher Gehalt an Citratverbindungen
- Mit Übergewicht

Bullrich Basische Mikroperlen

Die Mikroperlen bestehen aus einer speziellen Kombination von basischen Mineralstoffen, Vitaminen und Zink, das zu einem normalen Säure-Basen-Stoffwechsel beiträgt.

Weitere Vorteile:

- Praktische Portionsbeutel, ideal für unterwegs
- Direkte Einnahme, ohne Flüssigkeit
- Hoher Gehalt an Citratverbindungen, für eine bessere Aufnahme

Bullrich Basische Mikroperlen als Stick. Die praktische Unterstützung für Ihren Säure-Basen-Haushalt.

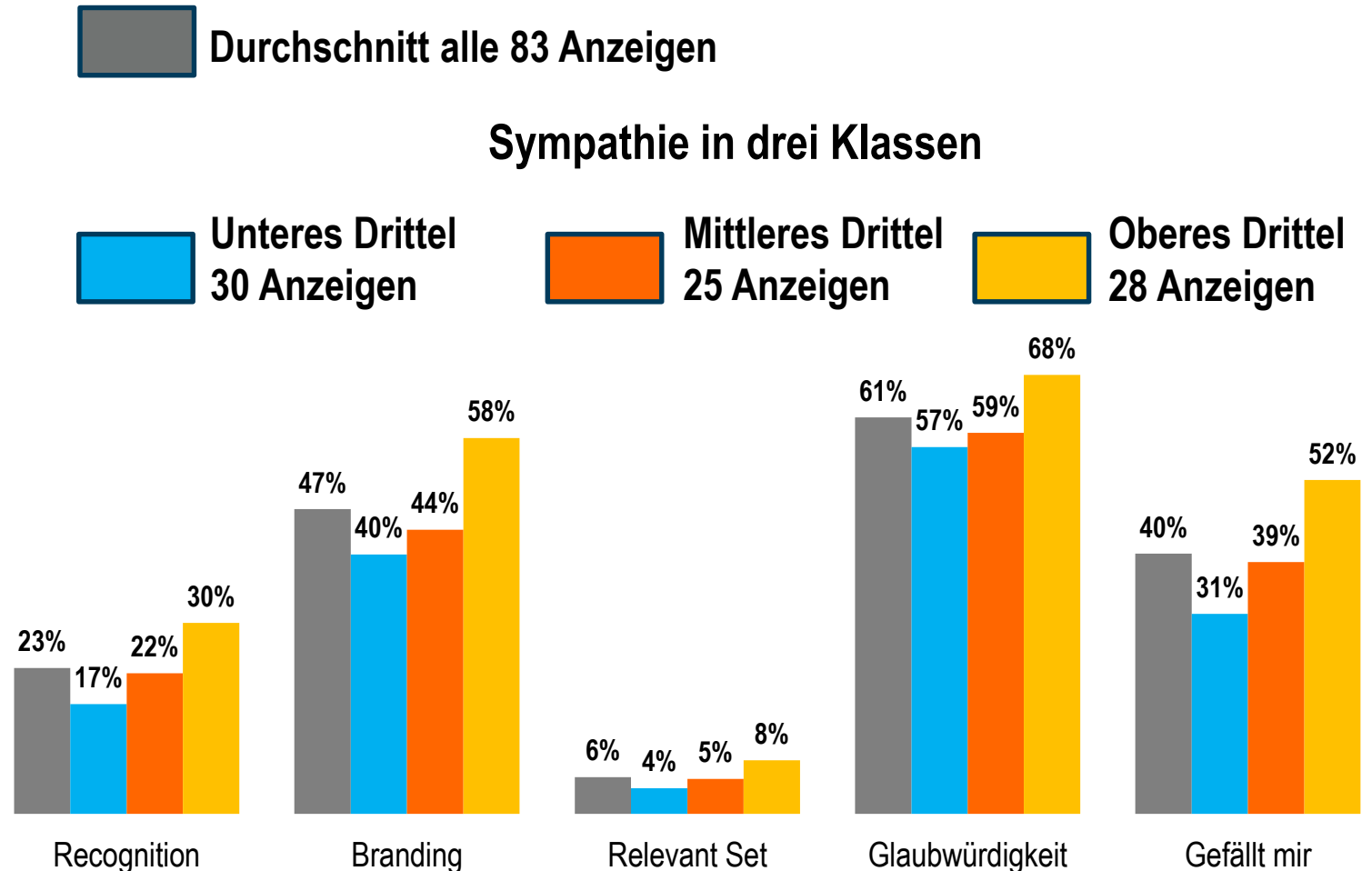
www.bullrich.de

Mit Bullrich geht's mir gut.

Sympathie hilft auch den anderen KPIs

Sympathische Anzeigen werden besser erinnert und beurteilt.

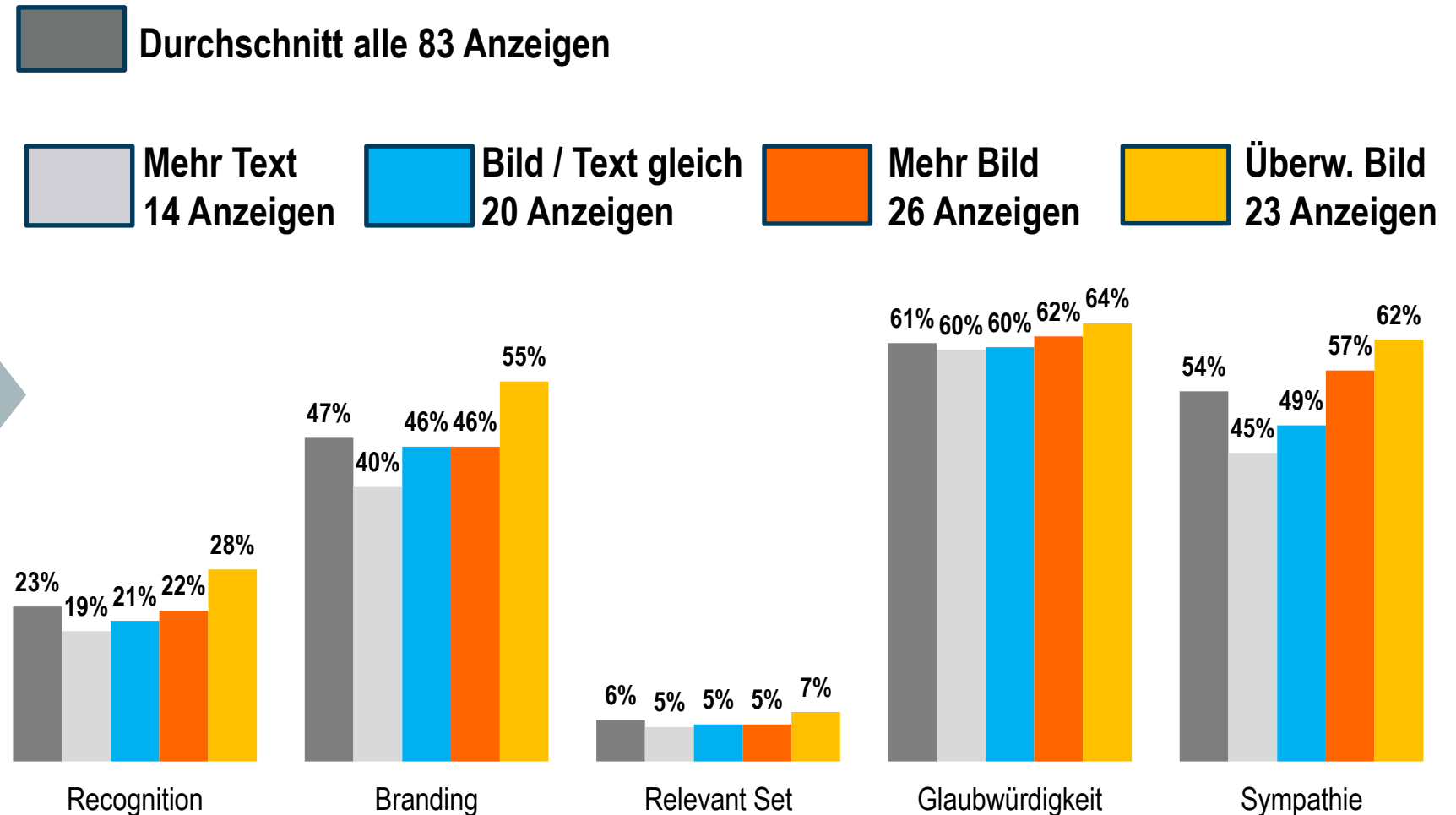
- Die Sympathie als KPI variiert stark. Von knapp 80 % bis hin zu nur knapp 25% reicht die Range der Anteile der Menschen, die eine Anzeige sympathisch finden.
- Vor allem im oberen Drittel der Sympathie-Klassen zeigt sich eine starke Verbesserung aller KPIs.
- Sympathie sollte also in jedem Fall ein Ziel der Anzeigenwirkung sein.
- Im Folgenden betrachten wir einige Gestaltungsfaktoren, die stark auf die Sympathie wirken.



Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte ...

Bilder prägen sich besser und schneller ein und erhöhen die Sympathie.

- Im Pharmabereich gibt es relativ viele Anzeigen mit viel Text, im Vergleich mit anderen Branchen.
- Anzeigen mit hauptsächlich Bild-Anteil performen vor allem im Bereich Recognition, Branding und Sympathie besonders gut – die Bildsprache hilft, ein Motiv schnell zu erfassen und Bilder wecken Emotionen – häufig Sympathie, aber nicht immer.
- Glaubwürdigkeit und Kaufbereitschaft lassen sich auch mit etwas mehr Text in der Anzeige erzielen.



Beispiele für Bild/Text-Anteile

Produktabbildungen werden i.d.R. nicht in den Bildanteil einbezogen.

ÜBERWIEGEND BILD



LUFT
für die schönste Sache
der Welt.

Bei Husten und Schnupfen

Befreit die Atemwege
spürbar ab der ersten Kapsel.

GeloMyrtol[®] forte

GeloMyrtol[®] forte. Zur Schleimlösung und Erleichterung des Atmens bei akuter und chronischer Bronchitis. Zur Schleimlösung bei Entzündungen der Nasennebenhöhlen (Sinusitis). Wirkstoff: Destillat aus einer Mischung von rektifiziertem Eukalyptusöl, rektifiziertem Süßholzwurzel, rektifiziertem Myrtol und rektifiziertem Zitrusöl (98:2:1:1). Zur Anwendung bei Erwachsenen, Jugendlichen und Kindern ab 6 Jahren. Enthält Sorbitol. Zu Risiken und Nebenwirkungen lesen Sie die Packungsbeilage und fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker. G. Faltl-Boskamp GmbH & Co. KG, 25981 Huhnsbüttel (DE/11)

BILD / TEXT GLEICH



Stoppt den Schmerz – nicht Sie.
Diclo-ratiopharm[®] Schmerzgel.

- ✓ Effektiv und günstig
- ✓ Bei Rücken-, Muskel- und Gelenkschmerzen
- ✓ Stoppt den Schmerz und bekämpft die Entzündung



ratiopharm
Gute Preise. Gute Besserung.

Diclo-ratiopharm[®] Schmerzgel
Schmerzmittel. Ratiopharm 10 mg/g Gel. Wirkstoff: Diclofenac-Natrium. Anwendungsgebiete: Bei akuten Schmerzen, Entzündungen und Schwellungen bei muskelskelettalen Erkrankungen der Weichteile (Rücken- und Gelenkschmerzen), Schienenbahnentzündung, Schulter-Arm-Syndrom, Entzündung im Hals- und Kehlkopf, Begleitender Schmerz bei Zahnschmerzen und im Bereich der Wirbelsäule, Sport- und Überforderungs-Verletzungen, Prellungen, Verstauchungen. **Wichtiger Hinweis:** Bei Bedarf 1 oder 2 Phosphatidylcholin (Phos.)-Säure-Äthylester, 20 mg/ml und 20 mg/ml. Lesen Sie die Packungsbeilage und fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker. Stand: 03/14. ratiopharm GmbH, 82074 Ulm, www.ratiopharm.de

ETWAS MEHR TEXT ALS BILD



Umckaloabo[®]
Natürlich stark gegen
den Atemwegsinfekt*

Packt den Infekt
mit der Wurzel

- Bekämpft Infekt-Erreger
- Löst zähen Schleim
- Verkürzt die Krankheitsdauer

Umckaloabo[®]
8 g/10 g Flüssigkeit

Wirkstoff: Pelargonium-schärfes-Wurzel-Auszug. Anwendungsgebiete: Akute Bronchitis (Entzündung der Bronchien), Entzünd. d. Kehlkopf. Zu Risiken und Nebenwirkungen lesen Sie die Packungsbeilage und fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker. Stand: April 2014. U/01/12/14/05

ÜBERWIEGEND TEXT



Liebe Familien aufgepasst!

Neue Studie¹ bestätigt: Homöopathisch wirksame ERKÄLTUNGS-MEDIZIN überzeugt durch Wirksamkeit UND Verträglichkeit.

Die Erwartungen an ein Arzneimittel gegen Erkältungen und grippale Infekte sind hoch: Es soll möglichst schnell und spürbar wirken und dabei auch noch gut verträglich sein. Eine Erkältungs-Medizin also, die sowohl für Erwachsene als auch für Kinder geeignet ist.

Das seit Jahrzehnten in Deutschland führende² homöopathische Erkältungsmittel Meditonsin[®] überzeugt in einer aktuellen, groß angelegten Anwender-Studie mit mehr als 1.000 erkälteten Patienten erneut durch starke Ergebnisse.

Starke Ergebnisse:
Ca. 90 % der Patienten sind mit der Wirkung von Meditonsin[®] zufrieden oder sehr zufrieden und würden es wieder einnehmen bzw. weiterempfehlen. Bei der Verträglichkeit lag dieser Wert sogar bei über 97 %.

Hohe Patienten-Zufriedenheit.
Bei keinem anderen Erkältungsmittel spielt die hohe Produktzufriedenheit für den Wiederkauf eine so entscheidende Rolle wie bei Meditonsin[®]. So das Ergebnis einer bundesweiten Patientenumfrage³ von 2014. Darum ist die Anzahl zufriedener Stammkunden bei Meditonsin[®] besonders hoch.

Meditonsin[®] – die homöopathische Nr. 1⁴ bei Erkältung und grippalem Infekt.

- Kombiniert drei homöopathische Naturstoffe zum wirksamen Tri-Komplex[®]
- Lindert die Symptome UND aktiviert die Selbstheilungskräfte
- Fördert die Abwehr unterschiedlicher Erkältungsviren⁵
- Wirkt in jeder Phase der Erkältung
- Schon bei den ersten Anzeichen

Sehr gut verträglich.
Für die ganze Familie geeignet.

Die Erkältungs-Medizin.
Homöopathisch. Einzigartig. Gut.

www.meditonsin.de

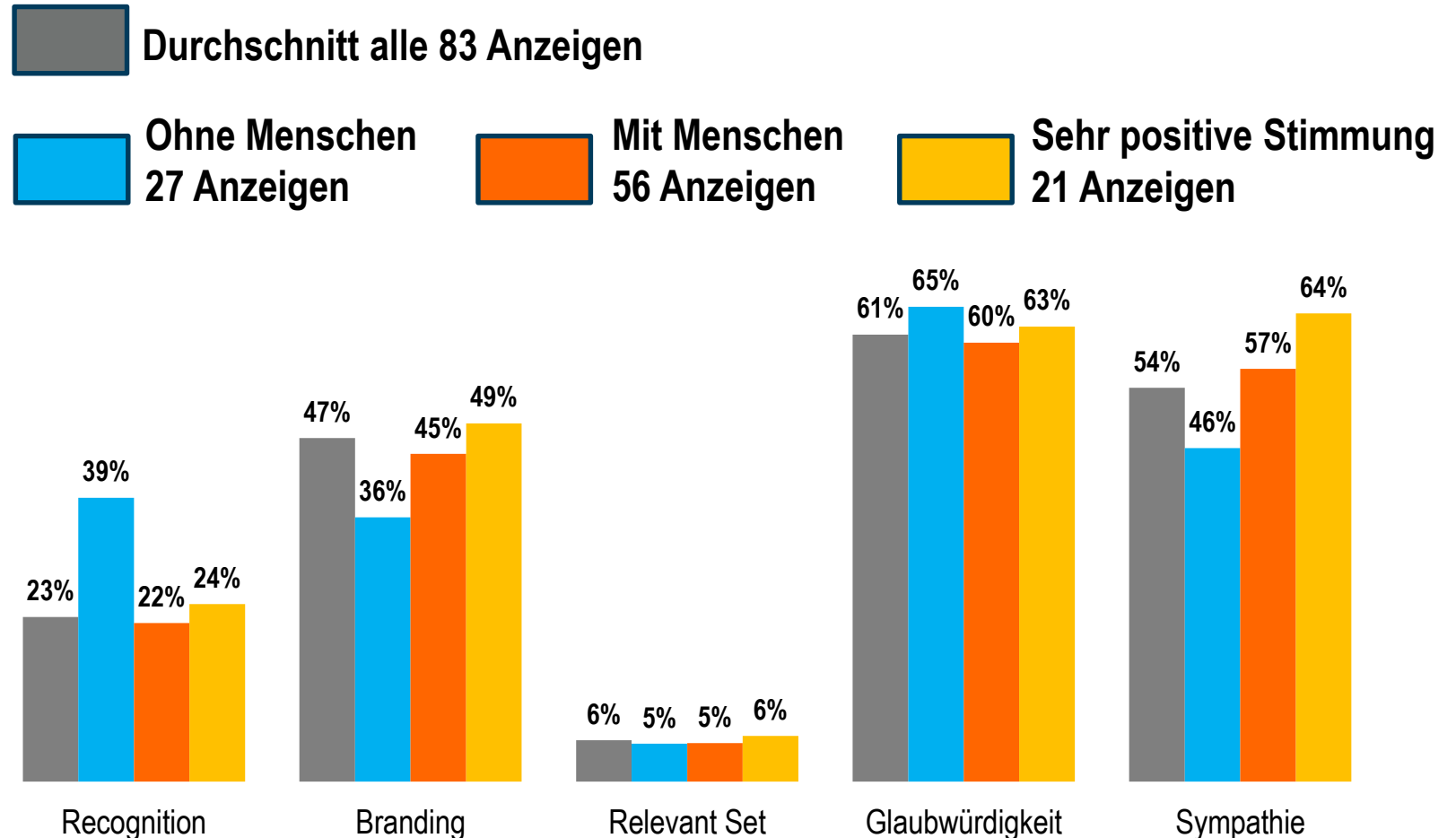
Meditonsin[®] Tropfen. Die Anwendungsgebiete liegen sich von den homöopathischen Arzneimittelexemplaren ab. Diese gehören: einem Entzündungen des Hals-, Nasen- und Rachenraums. Enthält 0,1 Vol.-% Alkohol. Zu Risiken und Nebenwirkungen lesen Sie die Packungsbeilage und fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker. MEDICE Arzneimittel Piller GmbH & Co. KG, Kalkweg 37, 38638 Verden, Stand: 10/2013

¹Gerke P., Schlemmer M., 2015: Meditonsin bei Erkältung und grippalem Infekt (Anwendungsbereich von 1.115 Patienten). Pharm. Ztg. 160. Jahrgang, 42. Ausgabe, Seite 44-48. ²Pharmazeutische MAF 08/2013, Homöopathische Präparate in der Gruppe der Erkältungs-/Atemwegsmittel. ³GR, MAF 03/2013. ⁴Schindler M., Kergl A., Fischer K., 2014: PhytoKapsen – Alkohol aus Forschung und Praxis, in vitro, Ausgabe 6, Seite 26-29. MAF 1/13

Wie wirken Menschen?

Menschen per se helfen nicht immer, Menschen mit positiver Ausstrahlung erhöhen die Sympathie

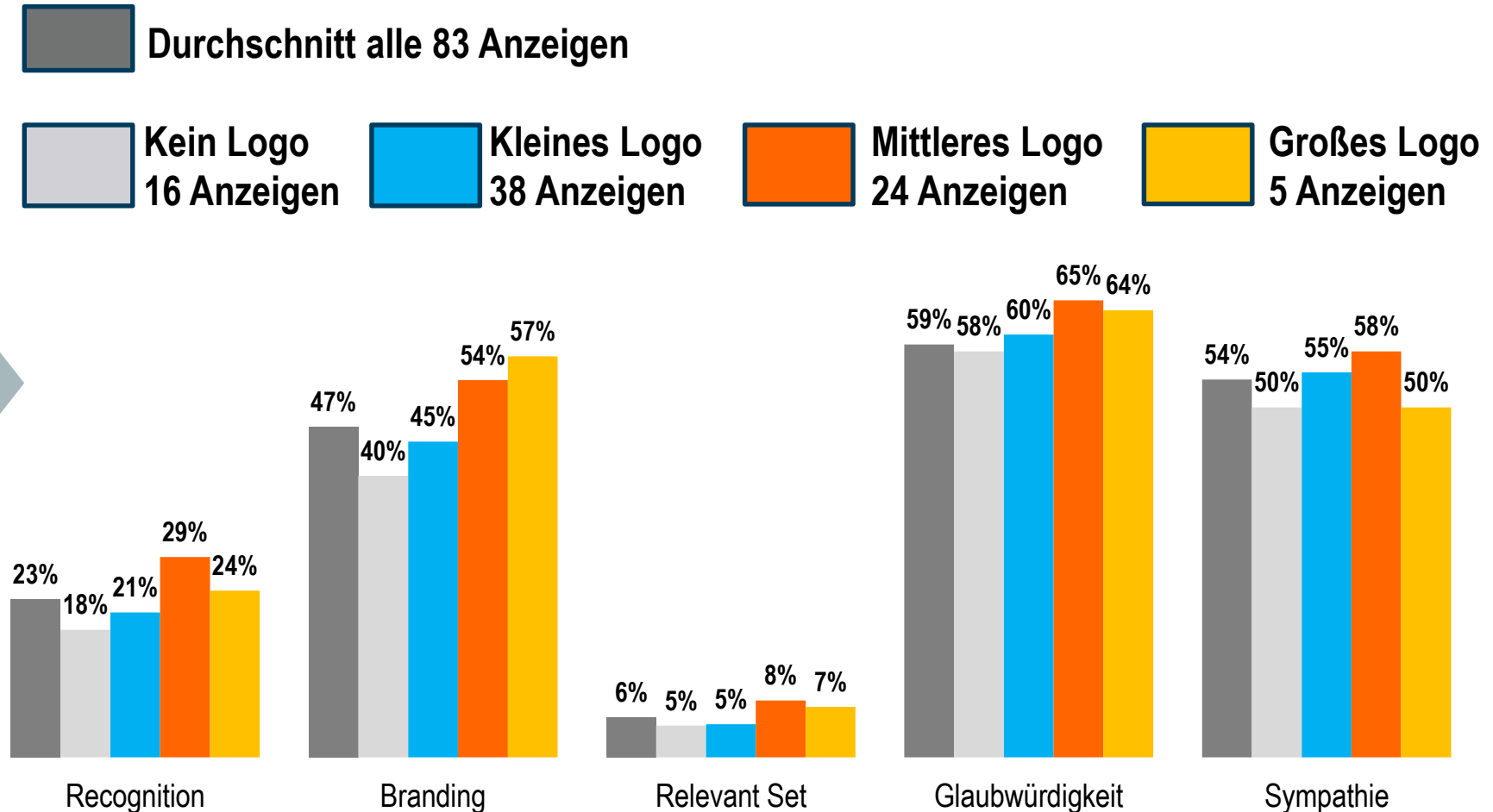
- Knapp 2/3 aller Anzeigen enthalten Abbildungen von Menschen – allerdings in unterschiedlichen Größen.
- Abbildungen von Menschen helfen vor allem beim Branding.
- Bei anderen KPIs kommt es darauf an, WIE Menschen abgebildet sind.
- Abbildungen von Menschen wirken vor allem auf die Sympathie – besonders wenn sie eine positive, fröhliche oder warme Stimmung verbreiten.
- Die 3 sympathischsten Anzeigen zeigen Menschen in fröhlicher Stimmung.



Tell me, who you are ...

Für das Branding ist ein Logo wichtig – aber mittelgroß reicht wahrscheinlich.

- Vor allem für das Branding ist ein Logo wichtig – Anzeigen ohne Logo fallen hier doch stark ab.
- Die Anzeigenanzahl für „großes Logo“ ist für eine Analyse eher unzureichend.
- Deutlich sehen kann man jedoch, dass das Logo nicht zu klein sein sollte.
- Auch die anderen KPIs profitieren von einem ausreichend großen Logo. Wenn man den Absender einer Anzeige erkennt, wächst auch die Kaufbereitschaft, die Glaubwürdigkeit und die Sympathie.



Learnings

- Beachtung, Markenerkennung und Aktivierung sind wichtige Ziele in der Marketing-Kommunikation.
- Die Größe der Anzeige zählt auf diese Faktoren ein, ist jedoch nicht Vorbedingung – auch schön gemachte kleinere Anzeigen können gute Werte erzielen.
- In der Gesundheitskommunikation ist Glaubwürdigkeit ein wichtiger Faktor, das beweisen Untersuchungen.
- Glaubwürdigkeit erzielt man nicht unbedingt über viel Text in einer Anzeige.
- Sympathie ist auch für Pharma-Anzeigender der wichtigste Faktor für eine positive Rezeption.
- Sympathie erzielt man mit positiver Stimmung in einer Anzeige – mit glücklichen, fröhlichen Menschen oder auch einem schönen Bild.
- Menschen, die nicht fröhlich oder positiv wirken, erzeugen wenig Sympathie – eher im Gegenteil.
- Informationen sind zwar wichtig, aber sie sollten Platz lassen für Elemente, die eine positive Stimmung erzeugen. Zuviel Text behindert die Rezeption von Anzeigen.
- Wenn man den Absender einer Anzeige erkennen kann, erhöht das die Werbeerinnerung, aber auch die Glaubwürdigkeit und die Sympathie. Es empfiehlt sich die Verwendung eines Logos.



2

DIE METHODE

Die Methode

Das Kreativtracking

Das Kreativtracking liefert ein detailliertes Wirkungsprofil zur Durchsetzungskraft und Aktivierung von Anzeigen in Publikumszeitschriften und Display-/Bewegtbildwerbung.

Zu jedem getesteten Motiv erhalten Sie Ergebnisse, die Ihnen die Wirkung Ihrer Kreation unkompliziert und leicht verständlich mittels folgender KPIs aufzeigen:

- Recognition
- Anmutung (14 Anmutungsparameter, u.a. Sympathie und Unverwechselbarkeit)
- Aktivierung (abhängig von den Kreationselementen: 8-15 Aktivierungsparameter)
- Branding
- Appeal



Natürlich können Sie, um die Ergebnisse Ihrer eigenen Kreation noch besser einordnen zu können, auch Branchenbenchmarks oder die Resultate von Kreationen anderer Marken analysieren und mit den Werten Ihres Motives vergleichen.

Der Studiensteckbrief

Das Kreativtracking

- Grundgesamtheit: Deutschsprachige Bevölkerung zwischen 14-69 Jahre, die in den letzten 3 Monaten online waren, Online-Panel
- Befragung: CAWI (Computer assisted Web Interview)
- Fallzahl: 400 Fälle pro Motiv / 4.000 Fälle pro Monat
- Institute: Programmierung IfaD, Feldinstitut TNS-Infratest
- Erhebungszeitraum: monatlich von Januar – Dezember 2016
- Veröffentlichungswellen: monatliche Veröffentlichung
- Anzahl der Motive: 60 Motive pro Monat = 50 Print-Motive + 10 Online-Motive (insgesamt 720 Motive / Jahr)
- Anzahl Motive pro Befragten: 6, entweder nur Online oder nur Print, Random-Auswahl

für methodische Fragen

**Gesellschaft für integrierte
Kommunikationsforschung mbH & Co. KG**

Goethestr. 21 / 80336 München
089 / 716 772 009 / [b4t\[at\]dcore.de](mailto:b4t@dcore.de)

Bauer Media Group
Andrea Treffenstädt

[andrea.treffenstaedt\[at\]](mailto:andrea.treffenstaedt[at]bauermedia.com)
bauermedia.com

Robin Kühle

[robin.kuehle\[at\]bauermedia.com](mailto:robin.kuehle[at]bauermedia.com)

Gruner + Jahr
Dr. Michael Hallemann

[hallemann.michael\[at\]guj.de](mailto:hallemann.michael[at]guj.de)

Axel Springer SE
Tobias Raschka

[tobias.raschka\[at\]axelspringer.de](mailto:tobias.raschka[at]axelspringer.de)

Funke Mediengruppe
Tobias Raschka

[tobias.raschka\[at\]axelspringer.de](mailto:tobias.raschka[at]axelspringer.de)

Hubert Burda Media
Tanja Seiter

[tanja.seiter\[at\]burda.com](mailto:tanja.seiter[at]burda.com)

**HERZLICHEN DANK
FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!**

b4t best for
tracking.

Fachpresse

**Gesellschaft für integrierte
Kommunikationsforschung mbH & Co. KG**

Goethestr. 21 / 80336 München
089 / 716 772 009 / b4t[at]dcore.de

Axel Springer SE
Manuel Adolphsen

030 / 2591 77610
manuel.adolphsen[at]
axelspringer.de

Bauer Media Group
Christoph Ploss

040 / 3019 1037
Christoph.ploss[at]
bauermedia.com

Gruner + Jahr
Carola Holtermann

040 / 328 714 13
Holtermann.carola_fr[at]guj.de

Funke Mediengruppe
Dr. Tobias Korenke

0201 / 804 6886
t.korenke[at]funkemedien.de

Hubert Burda Media
Christiane Blana

089 / 9250 2954
christiane.blana[at]burda.com

**HERZLICHEN DANK
FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!**

b4t best for
tracking.