



Fabian Kaske

- 1 Mit wem hätten Sie als Kind gern getauscht?**
Boris Becker
- 2 Was wollten Sie mal werden, als Sie noch jung waren?**
Tennisprofi
- 3 Was war Ihr erster bezahlter Job?**
Gartenarbeiten in der Nachbarschaft in der Jugend, danach Unternehmensberater bei Oliver Wyman
- 4 Und was ist jetzt so aus Ihnen geworden?**
Innenminister (COO) bei der Pharma-spezialisierten Marketingagentur Dr. Kaske
- 5 Was spornt Sie an?**
Das olympische Motto: Höher, schneller, weiter
- 6 Was ärgert Sie ungemein?**
Schwarz-Weiß-Denken
- 7 Und was lässt Sie absolut kalt?**
Der deutsche Sommer
- 8 Wozu können Sie nicht Nein sagen?**
Zu einem Skifahrtag bei Kaiserwetter

* COO der Marketingagentur Dr. Kaske

- 9 Was tun Sie in der Freizeit am liebsten?**
Horizontenerweiterung durch Nah- und Fernreisen
- 10 Was schätzen Ihre Freunde an Ihnen?**
Analytisches Denken
- 11 Und was fürchten Ihre Feinde?**
Analytisches Denken
- 12 Was war Ihr größter persönlicher Erfolg?**
Französischer Hochschulmeister im Tennis
- 13 Ihre größte Niederlage?**
Bestimmte Dinge nicht probiert zu haben aus Angst zu scheitern
- 14 Nennen Sie uns drei Dinge, auf die Sie persönlich gern verzichten können:**
Neid, Hass, Brexit
- 15 Nennen Sie uns drei Dinge, auf die Sie im Job gern verzichten können:**
Aufgeblähte Freigabeprozesse, festgefahrene Strukturen, Schubladen-Denken
- 16 Wofür schalten Sie den Fernseher ein?**
Zuhause wird nur gestreamt, dann meist querbeet von Eurosport zu Jan Böhmermann
- 17 Welches Buch lesen Sie aktuell?**
„The Everything Store: Jeff Bezos and the Age of Amazon“ (Brad Stone)
- 18 Welche ist Ihre derzeitige Lieblings-App?**
Spotify
- 19 Ergänzen Sie bitte den Satz: Kommunikation ist ...**
... Leben.

ONLINE.kompass

www.pharma-relations.de

Zahn- und Mundpflege (in %)

| Produkt und Hersteller | Sentiment Analyse | Earned Visibility | Paid Visibility | Social Media | Gesamt |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|-----------------|--------------|--------|
| Elmex (Gaba) | 94 | 80 | 56 | 66 | 80 |
| Chlorhexamed (GSK) | 94 | 68 | 78 | 41 | 76 |
| Kamistad (Stada) | 97 | 75 | 48 | 30 | 73 |
| Meridol (Gaba) | 96 | 48 | 60 | 61 | 70 |
| Pearls & Dents (Liebe) | 100 | 50 | 54 | 42 | 69 |
| CB12 (Meda Pharm) | 60 | 75 | 80 | 55 | 67 |
| Dynexan Mundgel (Kreussler) | 91 | 65 | 29 | 17 | 63 |
| Pyralvex (Meda Pharma) | 98 | 35 | 41 | 31 | 60 |
| Fluoretten (Sanofi-Aventis) | 97 | 25 | 42 | 50 | 60 |
| Zymafluor D (Rottapharm Mad.) | 93 | 30 | 26 | 22 | 53 |

Hersteller – Performance in Onlinemedien (in %)

| Unternehmen | Sentiment Analyse | Earned Visibility | Paid Visibility | Social Media | Gesamt |
|----------------------|-------------------|-------------------|-----------------|--------------|--------|
| Heel | 91 | 81 | 58 | 31 | 74 |
| Pfizer | 88 | 56 | 78 | 64 | 73 |
| Novartis | 92 | 59 | 46 | 67 | 71 |
| Bayer | 94 | 59 | 54 | 48 | 70 |
| Ratiopharm | 93 | 54 | 38 | 58 | 68 |
| Boehringer Ingelheim | 93 | 52 | 46 | 39 | 66 |
| Theiss Naturwaren | 93 | 28 | 43 | 90 | 65 |
| Merck | 94 | 37 | 50 | 46 | 63 |
| Klosterfrau | 93 | 42 | 40 | 34 | 61 |
| Hermes | 90 | 42 | 50 | 26 | 60 |

Legende

| | Sentiment Analyse | Earned Visibility | Paid Visibility | Social Media |
|-------------------------|--|--|---|--|
| Bedeutung | Wie bewerten Kunden das Produkt auf Online-Plattformen? | Wie häufig erscheint das Produkt in organischen Suchergebnissen? | Wieviel Werbung wird direkt und indirekt für das Produkt geschaltet? | Wie stark wird das Produkt in Facebook, Twitter, Blogs und Foren besprochen? |
| Messung | Analyse der Meinungsäußerungen und Bewertungen in den marktführenden Meinungsplattformen | Relative Sichtbarkeit des Produkts in Google für alle relevanten Suchanfragen der Indikation | Relativer Anteil und Frequenz der Werbeeinblendungen durch Hersteller oder Versandapotheken | Frequenz und Reichweite aller Produktennennungen in den sozialen Medien |
| Analysierte Datenpunkte | 2.880 | 24.370 | 2.520 | 16.610 |
| Gewichtung | 40% | 30% | 15% | 15% |

Quelle: Der „Online Kompass“ wird von Dr. Kaske, einer inhabergeführten Marketingberatung in München, erhoben. Weitere Produktkategorien auf <http://drkaske.de/dr-kaske-research/online-kompass/>.

Dr.Kaske