



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Dermatikawerbung: Top 3-Werber durch Verfolger unter Druck



Werbung für Dermatika hat im Vergleich zum Vorjahr um über 41 Prozent zugenommen. Besonders die Emollientia-Präparatewerbung erlebt einen ungeheuren Aufschwung. Die durchschnittliche Anzahl werbender Marken ist innerhalb von fünf Jahren von 14 auf 22 gestiegen.

Esslingen am Neckar, 18. Mai 2017 – Hautschutz, Nagelpilz und Wundheilmittel sind die Top-Werbethemen rund um Arzneimittel für die Haut. Von zwölf Produktmärkten verzeichnet hauptsächlich der Teilmarkt Emollientia – Produkte zur Hautbasispflege – den höchsten Zuwachs mit mehr als 15 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahr. Produktwerbung für Nagelpilz bleibt mit einem Volumen von 33 Millionen Euro dominierend. Insgesamt haben die Werbungtreibenden Anbieter für Dermatika innerhalb von zwölf Monaten über 92 Millionen Euro für mediale Kommunikation ausgegeben. Im Durchschnitt werben pro Monat 22 Unternehmen. Bevorzugte Medien sind TV und Zeitschriften.

Neben einer zunehmenden Zahl werbender Dermatikamarken ist die Werbedynamik ein Gradmesser für das Wachstum. Neun Marken fallen auf durch Werbebudgetaufstockungen von mehr als eine Million Euro. Eucerin platziert sich als Top-Aufsteiger.

Die drei Marken Bepanthen, Canesten und Loceryl präsentieren sich seit Jahren als werbestarke Marken innerhalb der Dermatika-Präparatewerbung. Sie tragen mit einem Gesamtvolumenanteil von 42 Prozent zu einer hohen Werberkonzentration bei. Gleichwohl sinkt dieser Anteil seit einigen Jahren kontinuierlich aufgrund überdurchschnittlicher Werbezuwächse der Verfolgermarken. 2013 lag der Werbeanteil der Top 3-Werber noch bei 62 Prozent.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Dermatika 2017“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für pharmazeutische Hautpräparate in Deutschland. Sie gibt auf 119 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in zwölf Teilmärkten, darunter Corticosteroide, Emollientia, Nagelpilz, Wundheilmittel. Für die 50 werbestärksten Marken werden die Ausgaben der medialen Kommunikation im Fünf-Jahres-Verlauf gezeigt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Marken untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive. Die vorliegende Werbemarktanalyse basiert auf Daten und Motiven von AdVision digital.

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.
Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner
research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 - 55090381
Fax +49 (0)711 - 55090384
uwe.matzner@research-tools.net