



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Muskel- & Gelenkpräparate: zwei junge Marken in den Werbe-Top 10



Der Werbemarkt für pharmazeutische Muskel- und Gelenkpräparate zeigt sich mit einem Volumen von 176 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahr leicht abgeschwächt. Produktwerbung für Nahrungsergänzungsmittel nimmt deutlich zu. Die beiden jungen Marken Doloplast und Rheumagil platzieren sich mit deutlichen Werbezuwächsen unter den zehn Topwerbern.

Esslingen am Neckar, 13. März 2018 – Das Werbevolumen für pharmazeutische Muskel- und Gelenkpräparate hat sich nach einem Werbepeak im Vorjahr leicht abgeschwächt. 2017 investierten die Anbieter noch 176 Millionen Euro in mediale Kommunikation. Gele bilden wie zuvor den volumenstärksten Produktmarkt mit einem Anteil von 49 Prozent. Deutliche Zuwachsraten ergeben sich bei Werbung für Nahrungsergänzungsmittel. Damit erreicht dieser Teilmarkt mit einem Volumen von 24 Millionen Euro einen neuen Höchststand und avanciert zum drittstärksten Volumenmarkt. Überaus stabil zeigt sich innerhalb von fünf Jahren der Mediensplit mit einem über 70-prozentigen Anteil an TV-Werbung.

Diclo-ratiopharm, ThermaCare und Voltaren – so heißen seit Jahren die werbestärksten Marken, die im Jahr 2017 zusammen 59 Prozent des gesamten Werbevolumens repräsentierten. Weitere elf Marken kommunizieren medial mit einem Jahres-Werbevolumen von über einer Million Euro. Auffällig platzieren sich die beiden jungen Marken Doloplast und Rheumagil unter den zehn Topwerbern. Beide Marken steigern neben Voltaren und Wobenzym mit starker positiver Werbedynamik den Werbedruck.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Pharmazeutische Muskel- und Gelenkpräparate 2018“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben der Anbieter von pharmazeutischen Muskel- und Gelenkpräparaten in Deutschland. Sie gibt auf 126 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in acht Teilmärkten, darunter durchblutungsfördernde Mittel, Gele, Nahrungsergänzung, Salben & Cremes. Neben der Entwicklung von Werbespendings für 50 Top-Werber werden Fünf-Jahres-Trends erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive.

Die Studienherausgeber:

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

Werbespendingdaten und Werbemotive der Studie beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**, Hamburg, www.advision-digital.de

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