



## Pressemitteilung

### Healthcare-Branche: 64 Prozent aller Ad Impressions entfallen auf die 10 werbestärksten Anbieter



**Im Social Media-Werbemarkt der Healthcare-Branche dominieren zehn führende Anbieter, von denen 64 Prozent aller Ad Impressions ausgehen. Mit 45 Prozent der Anzeigen bilden chemische Wirkstoffe wie Medikamente und Nahrungsergänzungsmittel die meistbeworbene Produktkategorie.**

*Esslingen am Neckar, 15. November 2024* – Mittels Smartphone-App monitort das IT-Unternehmen Murmuras GmbH die Werbeaktivitäten der Healthcare-Branche auf den Social Media-Plattformen Facebook, Instagram, Pinterest, TikTok und YouTube. Dabei wird die Ausspielung der Anzeigen erfasst und um verschiedene Informationen wie Soziodemografie, Plattform, Produktkategorie und Anbietertyp angereichert. Zwischen Juli 2023 und Juni 2024 schalteten 431 Anbieter rund 25.000 verschiedene Anzeigen auf diesen fünf Plattformen. Durchschnittlich sahen User etwa alle acht Tage eine Anzeige aus dem Healthcare-Bereich. Auf die Top 10-Advertiser entfallen beachtliche 64 Prozent aller Ad Impressions, mit Bayer, Jasper Caven und Shop Apotheke an der Spitze.

Mit 45 Prozent aller ausgespielten Anzeigen sind chemische Wirkstoffe die am häufigsten beworbene Produktkategorie. Dazu zählen Medikamente mit einem Anteil von 26 Prozent und Nahrungsergänzungsmittel mit 15 Prozent. Ergänzt wird das Feld durch Ads aus der Kategorie Fitness. Produkte mit therapeutischen oder unterstützenden Funktionen wie Brillen und Hörgeräte machen 20 Prozent der Anzeigen aus. Mittel gegen gesundheitliche Beschwerden folgen mit 17 Prozent, während die Kategorie Medizintechnik und Sanitätsbedarf 11 Prozent der Ads beisteuern.

Bei der Plattformnutzung nimmt YouTube mit einem Anteil von 51 Prozent der Ad Impressions eine Spitzenposition ein, gefolgt von Facebook mit 29 Prozent und Instagram mit 15 Prozent. Pinterest und TikTok werden in der Healthcare-Branche dagegen deutlich seltener genutzt. Auf YouTube erscheinen die Anzeigen fast ausschließlich im Feed, während auf Instagram auch Reels und teilweise der Clip-Bereich für die Anzeigenschaltung genutzt werden.

#### **Über die Studie:**

Die ‚Studie Social Media Ad Perception Healthcare 2024‘ von research tools untersucht in Kooperation mit Murmuras GmbH auf 218 Seiten die Ad Perception der Anbieter im Healthcare-Markt auf den Plattformen Facebook, Instagram, Pinterest, TikTok und YouTube. Dabei werden die Anzeigenwahrnehmung (Ad Impressions) und die Anzeigenauspielung (Ad Location) nach verschiedenen Kategorien differenziert. Anzeigen, Anzeigeninhalte und Interaktionen liefern Benchmarks und eine statistische Social Media-Positionierung visualisiert die Ergebnisse der Top 10-Anbieter.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-social-media-ad-perception-healthcare-2024/>

**Die Studienherausgeber:**

Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.

<https://research-tools.net>

<https://linkedin.com/company/research-tools-net>

Die **Murmuras GmbH** aus Bonn erfasst und analysiert konsum- und werberelevante Nutzungsdaten aus Handy-Apps. Die Technologie ermöglicht es, echte Verhaltensdaten von Smartphone-Nutzern im Alltag zu messen – DSGVO-konform und ausschließlich für Studienzwecke.

<https://murmuras.com>

**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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)