



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Schmerzmittel: Top 3-Marken mit 67 Prozent Werbeanteil



**Das Werbevolumen für Schmerzmittel verharrt mit rund 74 Millionen Euro auf unverändert hohem Niveau. Im Durchschnitt werben monatlich 15 Marken.**

*Esslingen am Neckar, 04. Juli 2018* – Die werbungstreibenden Hersteller von Schmerzmitteln haben im aktuellen Zwölf-Monats-Zeitraum rund 74 Millionen Euro für mediale Kommunikation ausgegeben. Die Veränderung zum Vorjahr liegt bei unter einem Prozent. Trotz einer Zunahme der Werbeausgaben von 67 auf 74 Millionen innerhalb von fünf Jahren ist die Anzahl werbender Analgetikamarken seit fünf Jahren relativ konstant. Sie bewegt sich monatlich zwischen zehn und 21 Marken. Das langjährige Top-Werbemedium ist TV mit einem Anteil von 74 Prozent. Printmedien wie Fachzeitschriften, Publikumszeitschriften und Tageszeitungen halten Anteile von 23 Prozent. Auf Radiowerbung entfallen vier Prozent, Internet-Bannerwerbung ist nur schwach ausgeprägt.

Die drei Marken Dolormin, Ibu-Lysin ratiopharm und Thomapyrin stellen bereits zum zweiten Mal in Folge die Topwerber. Gemeinsam repräsentieren sie 67 Prozent des Gesamtwerbevolumens im Schmerzmittel-Werbemarkt. Im Vergleich zum Vorjahr haben sie ihren Anteil an der medialen Präsenz um 17 Prozentpunkte ausgeweitet. Neu in den Top 10 der werbestarken Marken ist das homöopathische Präparat Restaxil. Insgesamt werben neun Analgetikamarken mit einem Volumen von über einer Million, vier davon haben ihre Werbeausgaben im Vergleich zum Vorjahr aufgestockt.

**Über die Studie:**

Die „Werbemarktanalyse Analgetika 2018“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben von Schmerzmittelmarken in Deutschland. Sie gibt auf 147 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in acht Teilmärkten. Neben der Entwicklung von Werbespendings für 50 Werber werden Fünf-Jahres-Trends erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-analgetika-2018/>

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