



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Werbung für Herz-Kreislauf-Präparate: Top 6-Marken halten 75 Prozent



Die Werbeaktivitäten für Herz- und Kreislauf-Präparate sind leicht zurückgegangen. Neben Herztherapeutika stehen Vasoprotektoren im Fokus der Anbieter. Bevorzugtes Werbemedium sind Zeitschriften.

Esslingen am Neckar, 13. Dezember 2018 – Das Werbevolumen für Herz-Kreislauf-Präparate ist im Vergleich zum Vorjahr etwas zurückgegangen. Innerhalb von zwölf Monaten haben die Unternehmen rund 30 Millionen Euro in mediale Kommunikation investiert, traditionell läuft ein Großteil über Printmedien. Beinahe in jedem der fünf betrachteten Jahre zeigt sich ein Werbepeak im Juni. Herztherapeutika und Vasoprotektoren bilden die beiden ausgabenstärksten Teilmärkte mit einem Volumen von elf beziehungsweise acht Millionen Euro. Ein Großteil der Präparatewerbung geht auf das Konto der forschenden Arzneimittelhersteller. Arzneimittelvertrieb und Generikahersteller sind lediglich mit insgesamt rund zwei Prozent am Gesamtvolumen beteiligt.

Crataegutt, Hametum und Mindalin gehören zu den drei werbestärksten Marken. Sie repräsentieren mit einem Anteil von 54 Prozent über die Hälfte des gesamten Werbevolumens für Herz-Kreislauf-Präparate. Alle drei Marken haben ihre mediale Kommunikation im Vergleich zum Vorjahreszeitraum aufgestockt, in der Summe um mehr als drei Millionen Euro. Insgesamt werben sechs Marken mit einem Volumen von über einer Million Euro. Drei davon fallen in die Gruppe der Vasoprotektoren, die anderen drei Marken werben für Antihypertensiva, Diuretika oder Herztherapeutika. Die Marke Antistax hebt sich in der medialen Kommunikation mittels TV-Werbung von den übrigen werbenden Marken ab, die überwiegend Printmedien als Werbeplattform nutzen.

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Herz-Kreislauf-Präparate 2018“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Herz-Kreislauf-Präparate in Deutschland. Sie gibt auf 136 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in sechs Teilmärkten. Neben der Entwicklung von Werbespendings für 60 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-herz-kreislauf-prepare-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

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