

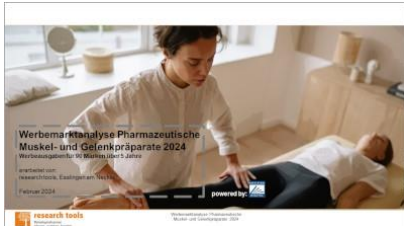


research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Kytta, Rubaxx und Voltaren sind die Topwerber bei pharmazeutischen Muskel- und Gelenkpräparaten



Im Werbemarkt für pharmazeutische Muskel- und Gelenkpräparate sinken die Spendings. Die Marken Kytta, Rubaxx und Voltaren stehen an der Spitze des Ausgabenrankings.

Esslingen am Neckar, 21. März 2024 – Das mediale Kommunikationsvolumen für pharmazeutische Muskel- und

Gelenkpräparate ist im Vergleich zum Vorjahr zurückgegangen. Rund 16 Prozent weniger haben sich die Anbieter ihre Produktwerbung kosten lassen, damit summieren sich die Werbeausgaben innerhalb von zwölf Monaten auf 200 Millionen Euro. Parallel zum Volumentrückgang ist die Anzahl werbungstreibender Marken gesunken. Damit sind aktuell im Schnitt pro Monat 40 Marken werblich aktiv.

In allen der fünf analysierten Zwölf-Monats-Zeiträumen transportieren vor allem die Mediengattungen Print und TV die Produktwerbung zum potenziellen Kunden. Aktuell liegt der TV-Volumenanteil bei 55 Prozent, noch im Vorjahr hatte Printwerbung die Nase vorn.

An der Spitze des Ausgabenrankings stehen bereits das vierte Jahr in Folge die Marken Kytta, Rubaxx und Voltaren, häufig mit wechselnder Reihenfolge. Die Konzentration ist in diesem Markt der pharmazeutischen Muskel- und Gelenkpräparate beträchtlich: auf die zehn Topwerber entfallen 88 Prozent der gesamten Werbespending. Entgegen dem Trend stocken die Marken Kytta, S-O-S und Voltaren Dolo ihr Budget auf und zählen damit zu den Anbietern mit dem größten Volumenplus. In der Summe beträgt dieses über 17 Millionen Euro.

Über die Studie:

Die ‚Werbemarktanalyse Pharmazeutische Muskel- und Gelenkpräparate 2024‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für pharmazeutische Muskel- und Gelenkpräparate in Deutschland. Sie gibt auf 85 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 90 Marken auf. Für zehn Top-Marken visualisiert neben einer zeitlichen Werbedruckverteilung nach Mediengattungen eine statistische Kommunikationspositionierung auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit die Allokation der Budgets.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-pharmazeutische-muskel-und-gelenkraeparate-2024>

Der Studienherausgeber:

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

www.research-tools.net

www.linkedin.com/company/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