

+++ Auranatura +++ Diclox forte +++ doc +++ Kytta +++ proff +++ Restaxil | Mavosten +++ Rubaxx +++ S-O-S +++ Voltadexibu +++ Voltaren und
weitere 70 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ Auranatura +++ doc +++ Kytta +++ proff +++ Restaxil | Mavosten +++ Rubaxx +++ S

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Pharmazeutische Muskel- und Gelenkpräparate 2026

Werbeausgaben für 80 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

Februar 2026

powered by:



Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



Welche der **80 Marken** sind die werbeintensivsten und -dynamischsten?



Welche **Werbetrends** sind in der Branche zu beobachten?



Über welche **Medien** kommuniziert die Branche, welches Werbemedium hat im Zeitvergleich an Bedeutung gewonnen?



Wie **verteilen** die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?



Welchen **Werbedruck** entfalten die Top-Marken, in welchen Mediengattungen werben sie?



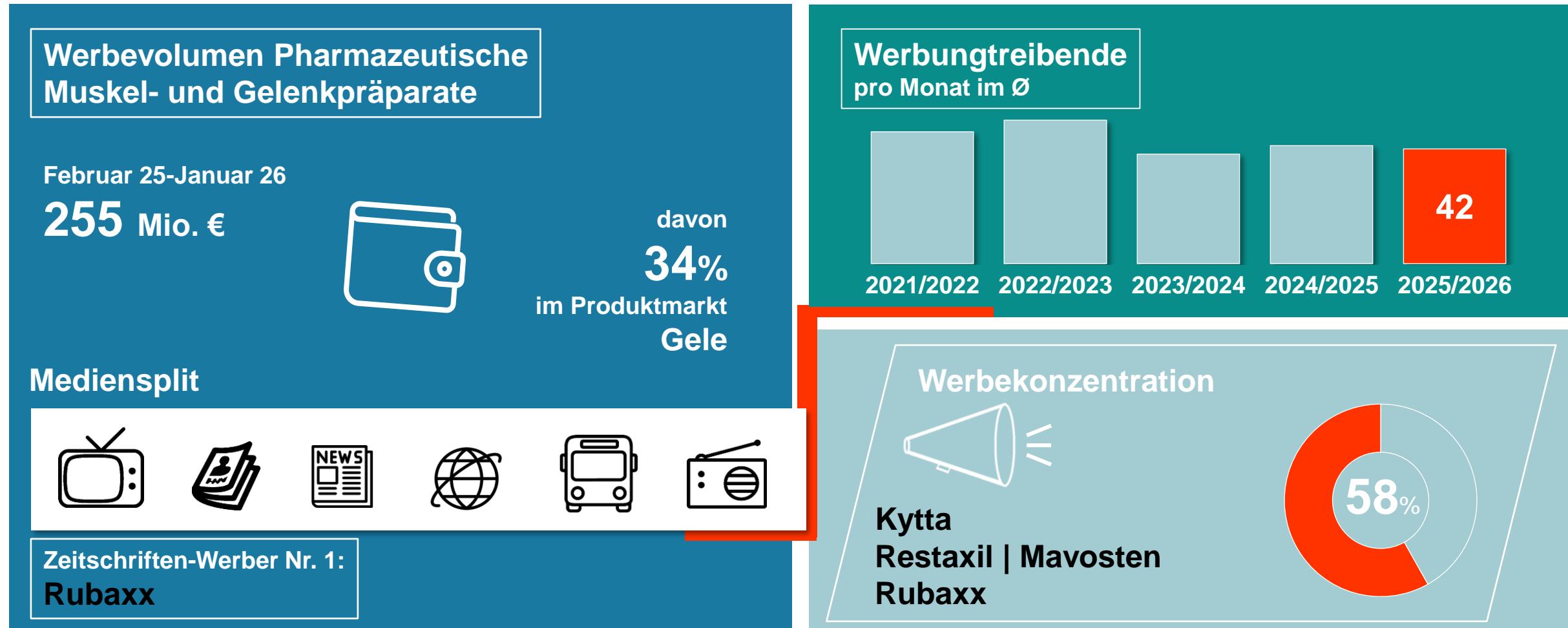
Welche **Werbemotive** sind in den Mediengattungen wichtig, wie viele verschiedene Motive setzen die Top-Marken ein?



Wie **positionieren** sich die Top-Marken saisonal und im Mediensplit?

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

80 Pharmazeut. Muskel- und Gelenkpräparate-Marken mit den höchsten Spendings

Werbeausgaben für fünf Jahre in der **quantitativen Analyse**

in **9 Produktmärkten**,
darunter Durchblutung, Gele, Nahrungsergänzung, Salben u. Cremes

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 85 PowerPoint-Seiten

als PDF und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

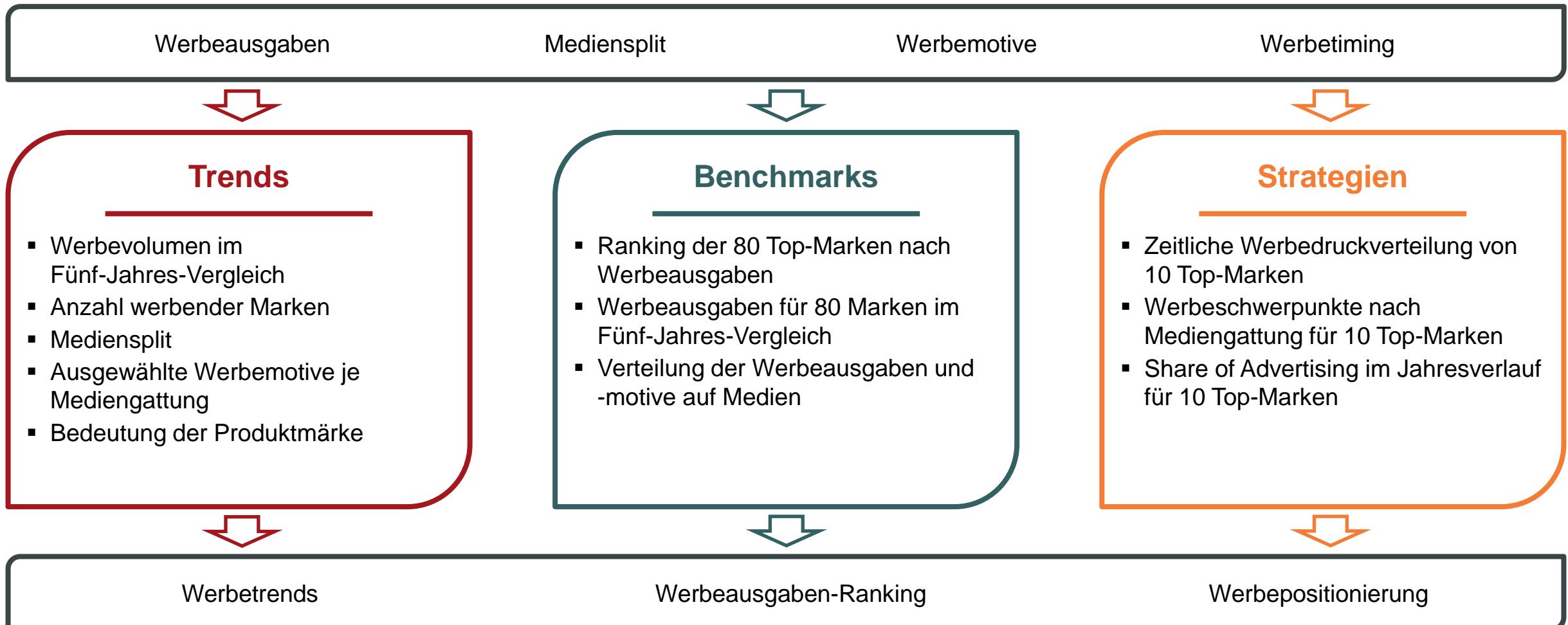
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- Auranatura
- Diclox forte
- doc
- Kytta
- proff
- Restaxil | Mavosten
- Rubaxx
- S-O-S
- Voltadexibu
- Voltaren
- + Spendings für
70 weitere Marken

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

80

Pharm. Muskel- u.
Gelenkpräparate-Marken

9

Produktmärkte

6

Mediengattungen

10

Top-Marken in einer
Kommunikationspositionierung
auf Basis Jahreszeiten und
Mediensplit

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet (Internetbanner und YouTube-Werbevideos), Radio, Out-of-Home, Zeitschriften und Zeitungen. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**.

Preis der Studie: Die 85 Seiten umfassende Studie kostet **2.200 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	14
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	15
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungstreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich	20
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2025/2026	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	27
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	32
▪ Werbeausgaben-Rankings	33
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 80-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	47
Entwicklung der jährlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich, Entwicklung der monatlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im 5-Jahres-Vergleich	

Inhaltsverzeichnis



▪ Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten	55
Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Produktmärkte und Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤ Strategien	58
Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen für die Top 10- Marken mit den höchsten Werbeausgaben, Share of Advertising der Top 10-Marken im Jahresverlauf	
➤ Kommunikationspositionierung	80
Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤ Kontakt	84

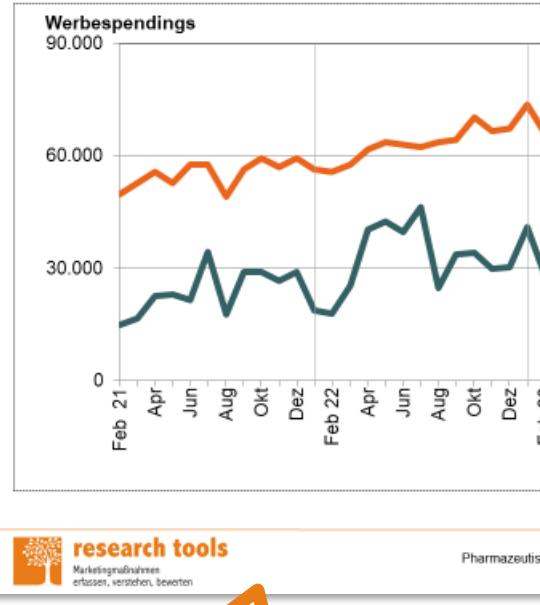
Analysebeispiele (1)

Die Beispiele Seiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (Angaben in T€) und Anzahl der Werbungstreibenden



Trends

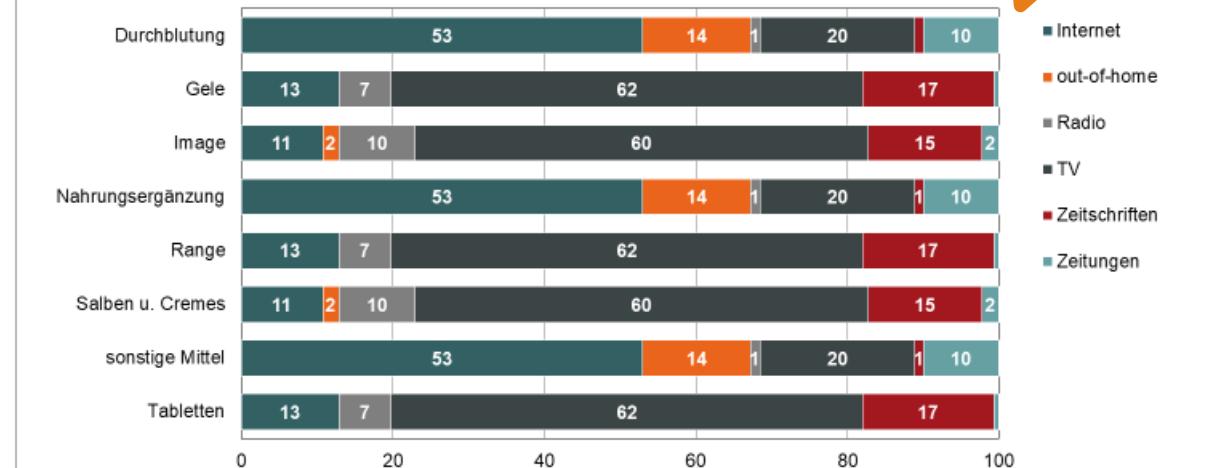
Ausgewählte Motive und Nutzenargumente



Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2025/2026 (Angaben in %)



Auf welchen Mediensplit setzen die Marken?

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Welche medialen Peaks
zeigen sich im Jahresverlauf?

Analysebeispiele (2)

Die Beispiele Seiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 80-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €				
		Feb. '21 – Jan. 22	Feb. '22 – Jan. 23	Feb. '23 – Jan. 24	Feb. '24 – Jan. 25	Feb. '25 – Jan. 26
11	Auranatura	5.000.000	7.000.000	0	1.634.000	15.136.077
12	Cannaren	2.400.800				
13	Cefak	6.000.000				
14	Doppelherz	15.300.500				
15	Dorisol	9.000.000				
16	Gelencium	3.260.800				
17	Klosterfrau	3.900.600				
18	Tetesep	5.000.000				
19	ThermaCare	2.400.800				
20	Traumaplant	3.260.800				

research tools

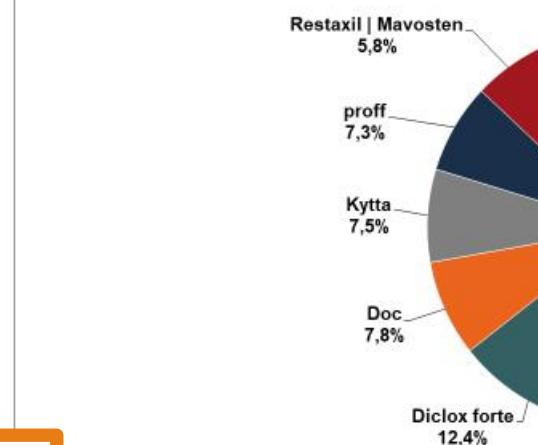
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

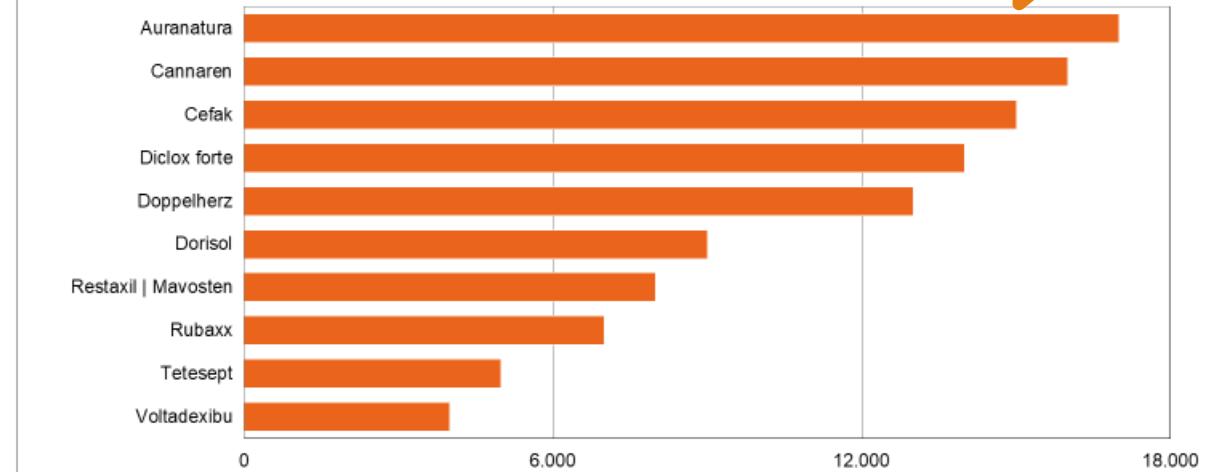
Share of Advertising der Top 10-Marken von Februar 2025 b



Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10-Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€ als Differenz von ... im Jahr zum ...)



Werbemarktanalyse
Pharmazeutische Muskel- und Gelenkpräparate 2026

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse

Pharmazeutische Muskel- und Gelenkpräparate 2026

Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

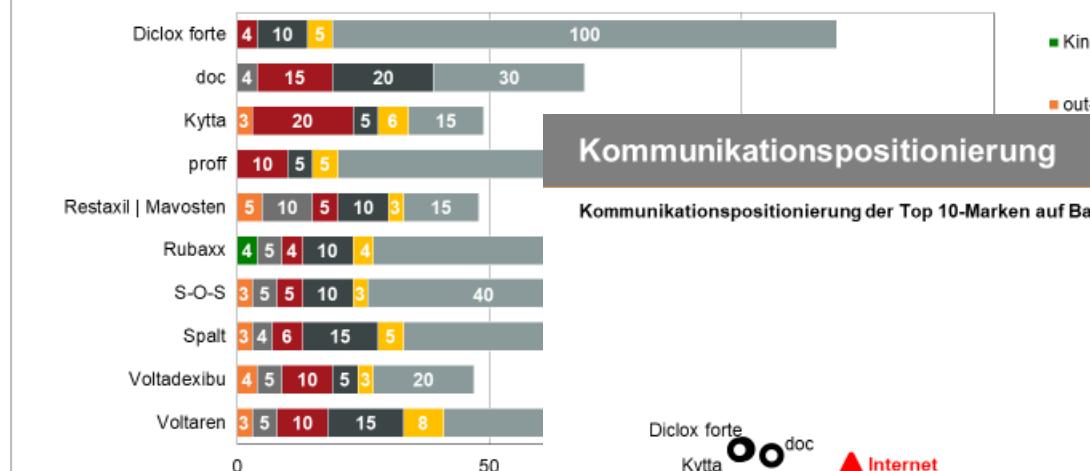
Analysebeispiele (3)

Die Beispelseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten

Verteilung der Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten (Angaben als Anzahl unterschiedlicher Motive)



Kommunikationspositionierung
Kommunikationspositionierung der Top 10-Marken auf Basis

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

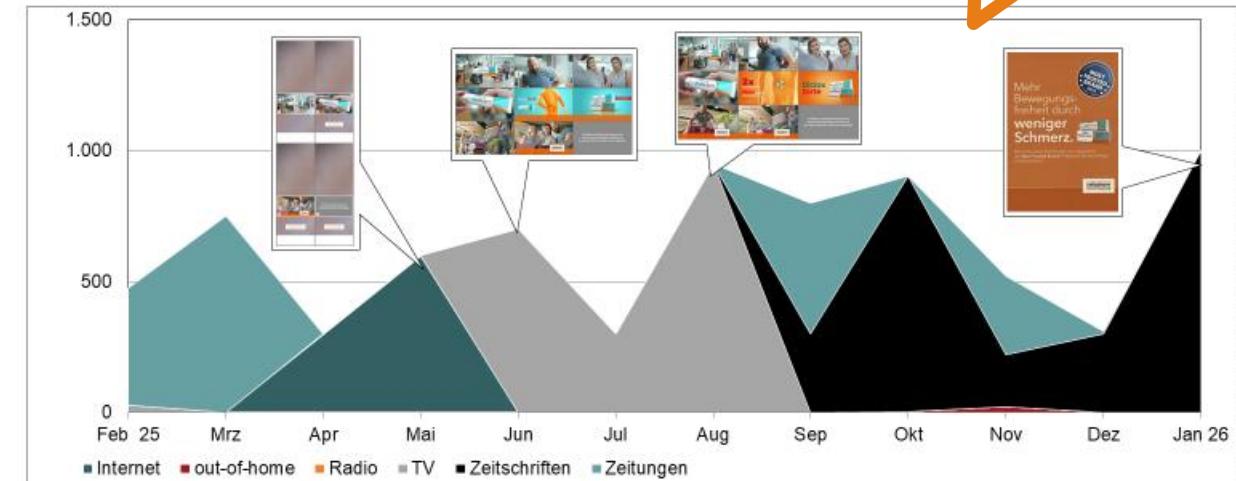
Pharmazeutisc

Wie positionieren sich die
Marken im Wettbewerbsumfeld?

Strategien

Marke A

Marke A | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



Welche Dynamik zeigt sich
im Zeitablauf in den Medien?

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 2.200 EUR zzgl. MwSt. die **Werbemarktanalyse Pharmazeutische Muskel- und Gelenkpräparate 2026**.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Kontakt / Branchenerfahrung

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM

Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools, Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Spezialist für Marketinganalyse, -controlling und -monitoring.

In der Reihe „Werbemarktanalysen“ sind allein seit 2022 über 90 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur Arzneimittelbranche:

- Werbemarktanalyse Treppenlifte 2025
- Studie Healthcare-Zielgruppe Drogeriekäufe 2025
- Studie eVisibility Hörgeräte 2025
- Studie Healthcare-Zielgruppe Online-Apotheke 2025
- Studie eVisibility Krankenkassen 2025
- Studie eVisibility Nahrungsergänzungsmittel 2025

Branche Healthcare: seit 2021 mehr als 40 Studien veröffentlicht.

