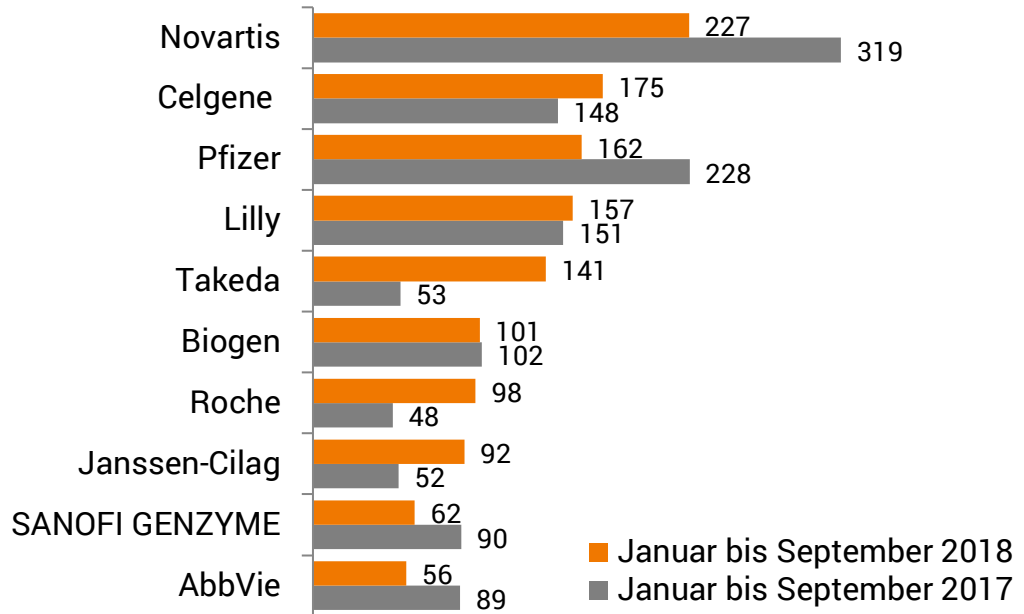


Werbung für Immunsuppressiva bei Ärzten und Fachärzten in Österreich

Im Zeitraum Januar bis September 2018 betragen die Anzeigen-Spendings 1,52 Mio. €. Januar bis September 2017 wurden 1,56 Mio. € investiert. Der Werbedruck sinkt um 2%.

Werbeausgaben der Top10-Hersteller in der Klasse Immunsuppressiva (in Tausend €)



Celgene erhöht die Werbeinvestition für Imnovid.
 Lilly bleibt in den Ausgaben konstant, fokussiert sich aber jetzt auf Taltz.
 Takeda hat sein Werbebudget für Entyvio mehr als verdoppelt.

Aktuelle Anzeigen der Top3 beworbenen Präparate

The image displays three advertisement posters for immunosuppressants. The first poster on the left is for Entyvio (vedolizumab), featuring a man driving a car and the slogan 'It Began With... ENTYVIO'. The middle poster is for Xeljanz (tofacitinib), showing a human torso with the digestive system highlighted and the slogan 'NEUE THERAPIE für Colitis ulcerosa'. The third poster on the right is for Taltz (ixekizumab), showing hands being held and the slogan 'taltz® (ixekizumab) Injektion'. Each poster includes detailed text about the drug's efficacy and safety profile.

Quelle: Es werden 78 Fachzeitschriften für Ärzte & Fachärzte erfasst.