

research tools: Studie „eVisibility Medikamente 2018“

Amazon hält 7 % der Branchen-eVisibility

Im Internet sind 160 Onlineapotheken und sonstige Arzneimittelshops sichtbar. Die Studie „eVisibility Medikamente 2018“ analysiert deren Präsenz in unterschiedlichen Online-Kategorien zur Bestimmung des Status Quo. Nur ein geringer Teil der Anbieter zeigt Sichtbarkeit in den Social Media.

>> Ein interessantes Produktportfolio auf einer ansprechenden Website ist bei weitem kein Garant für eine zufriedenstellende Sichtbarkeit im Internet. Suchmaschinen, Social Media oder Vergleichsportale sind die entscheidenden Multiplikatoren. Neben der absoluten Sichtbarkeit stellt sich diese Frage vor allem im Wettbewerbsvergleich. Welche Instrumente nutzt mein Mitbewerber? In welchen Online-Kategorien wie Suchmaschinen, Social Media oder Vergleichsportalen präsentiert er sich? In welchen Produktkategorien bestehen für mich Potenziale?

Drei von vier Anbietern sind Online-Apotheken

Bei der Abgabe von Medikamenten im Internet bilden die Online-Apotheken die stärkste Gruppe hinsichtlich der Sicht-

barkeit. In Suchtreffern, Suchanzeigen, Vergleichsportalen und Social Media verfügen sie über einen Anteil von 73 Prozent aller sichtbaren 160 eShops. Auf Universalhändler entfällt ein Anteil von neun Prozent, darunter ist Amazon der dominierende Anbieter. Andere Universalhändler spielen eine stark nachrangige Rolle. Online-shops für Drogerieartikel und Nahrungsergänzungsmittel halten fünf Prozent der Gesamt-eVisibility, Arzneimittelhersteller präsentieren sich mit einem Anteil von lediglich einem Prozent an der eVisibility. Unter den sichtbarsten Apotheken finden sich apo-rot.de, docmorris.de, medikamente-per-klick.de und shop-apotheke.com. Amazon spielt ebenfalls eine bedeutende Rolle, vergibt jedoch die Top-Platzierung durch

eine fehlende Sichtbarkeit in den Social Media.

Starke Sichtbarkeit über Vergleichsportale

Von den vier analysierten Onlinekategorien Suchtreffer, Suchan-

Dabei spielt Facebook die größte Rolle gefolgt von YouTube. Google+ und Twitter haben nur eine geringe Relevanz. Auffallend ist, dass sich in allen vier analysierten Online-Kategorien unterschiedliche Anbieter als jeweils sichtbarster Shop platzieren.

Die Internetsichtbarkeit ist ein dynamischer Wert. Im Vergleich mit der Vorgängerstudie aus dem Jahr 2016 fallen mehrere Medikamenten-Onlineshops mit stark veränderter eVisibility auf. Neu finden sich beispielsweise apo.com sowie pharma24.de unter den 20 Onlineshops mit bester Sichtbarkeit im Internet. <<

Top-Fachanbieter Medikamente nach Online-Kategorien

Online-Kategorie	Anbieter
Suchtreffer	mycare.de
Suchanzeigen	shop-apotheke.com
Vergleichsportale	apo.com
Social Media	medikamente-per-klick.de

Quelle: Studie eVisibility Medikamente 2018 / research tools

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

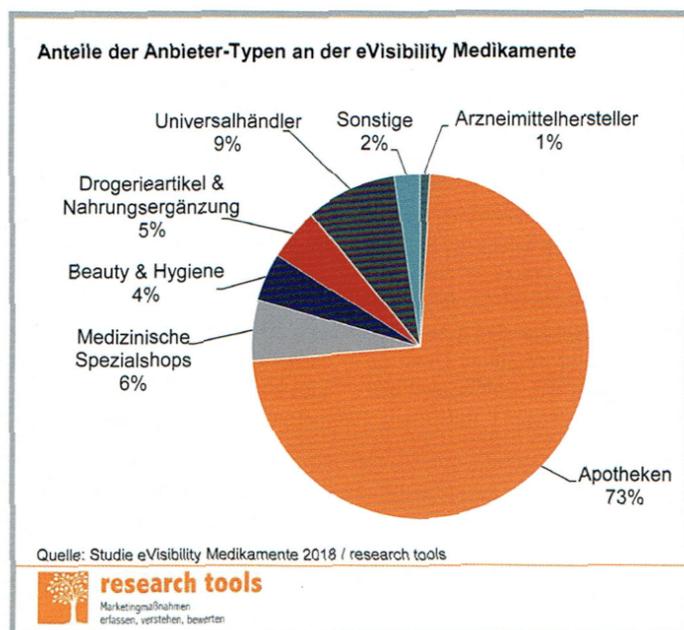
zeigen, Vergleichsportale und Social Media fällt die größte Sichtbarkeit in die Kategorie der Vergleichsportale. 56 Prozent der erfassten Anbieter zeigen hier eVisibility. Als sichtbarstes Vergleichsportale platziert sich das Branchenportal medizinfuchs.de und verweist damit das Allroundportal idealo.de auf den zweiten Rang. Eine Präsenz in Vergleichsportalen gelingt neben den eigentlichen Vergleichen auch über eine Anzeigenplatzierung. Das Verhältnis liegt hier bei rund 3:1.

Im Vergleich mit Vergleichsportalen ist die Sichtbarkeit in den sozialen Medien weit schwächer. Ihr Anteil liegt nur bei elf Prozent.

Über die Studie:

Die „Studie eVisibility Medikamente 2018“ von research tools analysiert von 100 Top-Anbietern für Medikamente die Präsenz in den vier Onlinekategorien Suchtreffer, Suchanzeigen, Vergleichsportale und Social Media. Für weitere 60 Anbieter wird der eVisibility-Gesamtrang ausgewiesen. Damit zeigt die Studie die Sichtbarkeit der Anbieter im Internet auf und gibt einen umfassenden Wettbewerbsüberblick.

Weitere Informationen zur Studie: <https://research-tools.net/studie-evisibility-medikamente-2018/>



Autor

Uwe Matzner, Diplom-Kaufmann, Geschäftsführer von research tools, seit mehr als 20 Jahren in der Marktforschung aktiv. Stationen als betrieblicher Marktforscher, Verbandsmarktforscher und Marktforschungsdozent.

uwe.matzner@research-tools.net

