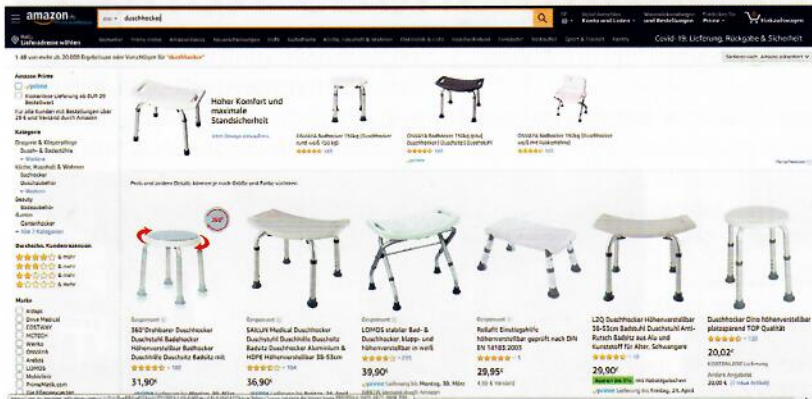


## Stationäre Sanitätshäuser laut Studie fast unsichtbar



# Hilfsmittel bei Amazon & Co.

Wer einen Rollator sucht, findet ihn bei Amazon, Ebay & Co. – ebenso den Duschhocker, Gehstock oder Kompressionsstrumpf. Wer im Internet die entsprechenden Begriffe eingibt, landet zumeist bei den einschlägigen Universalhändlern. Über die Qualität der Waren sagt dies freilich nichts aus – und schon gar nichts über Service und Beratung. Wer billig will, der findet auch billig. Doch welche Rolle spielen die Internetauftritte und Shops der stationären Sanitätshäuser und Hilfsmittel-Hersteller? Dem geht die Studie „eVisibility Sanitätsbedarf 2020“ nach.

Sie analysiert von den 100 Unternehmen mit der größten virtuellen Sichtbarkeit deren Präsenz in den fünf Online-Kategorien Suchtreffer, Suchanzeigen, Vergleichsportale, Social Media und Plattform Amazon. Bezogen auf den Online-Handel für Sanitätsbedarf ragen die allgemeinen Fachhändler, die sich ausschließlich auf Internet- und Versandhandel konzentrieren, mit 24 Prozent Sichtbarkeit hervor, hinzu kommen weitere 9 Prozent der spezialisierten Fachhändler. Hersteller- und Markenshops kommen auf knapp 3 Prozent.

381 Anbieter wurden insgesamt erfasst. Stationäre Sanitäts-Fachhändler finden sich im Gesamt-Ranking erst auf den Rängen ab Position 100. Händler ohne E-Shop kommen insgesamt nur auf 4 Prozent Sichtbarkeit.

Zu den plakativen Ergebnissen zählt, dass 53 Prozent der eVisibility bei Amazon auf ausländische Händler entfallen; YouTube dominiert mit zwei Dritteln die Social-Media-Kanäle in den sieben Produktkategorien Bad und WC, Gesundheit und Pflege, Hilfen, Küche und Essen, Mobilität, Sicherheit, Wohnen. Hersteller selber kommen auf ein Neuntel in Bezug auf die Sichtbarkeit bei den insgesamt zwölf Suchbegriffen: Duschhocker, Kom-

pressionsstrümpfe, Sitzauflage Senioren, Haltegriffe, Greifhilfe, Türgriffverlängerung, Rollatoren, Gehstöcke, Hausnotrufknopf, Seniorentelefon, Einkaufstrolley und Treppenlift.

31 Prozent aller ermittelten Anbieter sind auch über die Vergleichsportale zu finden. Fünf der zehn Anbieter mit der größten eVisibility sind allgemeine Fachhändler.

Die Studie analysiert u. a., welche Mitbewerber in den Vergleichsportalen gelistet sind und wie die Unternehmen in den Social-Media-Kanälen Facebook (20 %), YouTube (66 % Anteil), Instagram (9 %) und Twitter (5 %) auf sich aufmerksam machen.

### Amazon ist omnipräsent

Bei den Suchbegriffen hat Amazon die Nase eindeutig vorne, weil die Plattform alle zwölf Suchbegriffe abbilden kann. Aktivwelt.de kommt auf elf und Ebay.de auf zehn. Bei Social Media führen die Begriffe Treppenlift, Rollatoren und Kompressionsstrümpfe am häufigsten zu relevanten Ergebnissen.

Aufschlussreich ist auch ein Blick auf die Rangfolgen. Bei Suchtreffern, Suchanzeigen und Vergleichsportalen finden sich mit Amazon, Aktivwelt, Aktivshop

und Ebay jeweils Allrounder auf den vorderen Plätzen. Unter den Top 30 finden sich bei den Suchtreffern u. a. die Branchenfirmen Medi, Jobst, Bauerfeind, Sanimed und Sani-Fuchs. Bei der Social-Media-Auswertung können z. B. Sigvaris und Medi unter den Top 30 landen. Im Ranking der Händler bei Amazon tauchen unter den ersten 30 auch Namen auf wie Rehatechnik-Loesch und Sanitätshaus Burg.

Hier noch ein Blick auf ausgewählte Suchbegriffe und die jeweiligen Top-5-Anbieter hinsichtlich der eVisibility:

- Rollatoren: Rehashop, Amazon, Aktivwelt, Rollator-Onlineshop.ch, Trionic
- Gehstöcke: Stockshop, Aktivwelt, Amazon, Claravital, Elbestock
- Kompressionsstrümpfe: Stuetzstrumpfshop, Claravital, Kompressionsstruempfe.ch, Medi, Sigvaris
- Duschhocker: Amazon, Aktivwelt, Claravital, Ebay, Rehashop

**i** Die Studie umfasst 92 Seiten und kostet netto 1.000 Euro. Sie wurde laut Anbieter Research Tools (Esslingen am Neckar) „objektiv, unabhängig und neutral erstellt“ und ist im März 2020 erschienen. [www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)