



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Arzneimittelstudie: Online-Apotheken sind die mit Abstand aktivsten Advertiser



Knapp jede fünfte Anzeige bei Google oder YouTube zum Arzneimittelmarkt dreht sich um den Produktbereich Dermatika. Online-Apotheken sind mit Abstand die aktivsten Advertiser.

Esslingen am Neckar, 15. Dezember 2023 – Die ‚Studie Paid Search Arzneimittel 2023‘ analysiert Textanzeigen und Shopping

Ads zu Arzneimittelthemen auf Google und YouTube. Im Vergleich der vier Anzeigentypen entfällt mit einem Anteil von 61 Prozent ein Großteil auf Google Shopping Ads, vergleichsweise wenige Anzeigen der 200 aktivsten Advertiser werden auf YouTube geschaltet. Unter den sechs analysierten Produktkategorien – von Atmung über Muskel und Skelett bis Verdauung – führt die Kategorie Dermatika mit 19 Prozent Anzeigenanteil.

Im Paid Search-Arzneimittelmarkt herrscht eine hohe Konzentration. Auf das Konto der zehn aktivsten Advertiser entfällt knapp die Hälfte der erfassten Anzeigen innerhalb eines Jahres. Online-Apotheken wie apodiscouter.de, docmorris.de, medikamente-per-klick.de, medpex.de und shop-apotheke.com zählen zu den stärksten Advertisern. Unter den Arzneimittelmarken verzeichnen Bepanthen, Dulcolax, Grippostad, Iberogast und Voltaren viele Anzeigen, bei den Nahrungsergänzungsmitteln liegen Bärbel Drexel und Naturtreu vorn. Basis für diese Ergebnisse ist ein permanentes Monitoring über einen Zeitraum von zwölf Monaten.

Bei Textanzeigen wird in etwas mehr als einem Drittel der Anzeigen die Marke genannt, 89 Prozent teasern den Interessenten mit einem Klickargument, in welchem es häufiger um die Produktqualität, seltener um den Preis geht. Versandkosten sind ein eher nachrangiges Thema. Im Durchschnitt besteht eine Textanzeige aus 5,2 Zeilen. Im Gegensatz zu den Textanzeigen wird bei den Shopping Ads stets die Marke genannt, Versandkosten bzw. ein etwaiger Gratisversand werden in den meisten Anzeigen thematisiert.

Über die Studie:

Die ‚Studie Paid Search Arzneimittel 2023‘ von *research tools* untersucht die Anzeigen für Arzneimittel bei Google und YouTube. Dafür wurden zwölf Monate lang mehrmals täglich Branchen-Ads erfasst. Neben Präsenz und Ranking der Anbieter in den Suchergebnissen stehen die formale und inhaltliche Anzeigengestaltung der zehn aktivsten Advertiser im Fokus. Damit liefert die Studie Benchmarks zu Textanzeigen und Shopping Ads bei Google und YouTube und ermöglicht einen umfassenden Wettbewerbsüberblick.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-paid-search-arzneimittel-2023>

Die 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

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