

+++ apodiscouter.de +++ aspirin.de +++ bio-apo.de +++ docmorris.de +++ mediherz.com +++ medikamente-per-klick.de +++ medpex.de +++
+ pascoe.de +++ shop-apotheke.com +++ voltaren.de +++ und weitere 190 Anbieter von Arzneimitteln +++ apodiscouter.de +++ aspirin.de +++ bi

Studiensteckbrief

Studie Paid Search Arzneimittel 2023

Analyse von Anzeigen bei Google und YouTube

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Dezember 2023



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Paid Search Arzneimittel 2023

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



Wie stark sind die **Top 200 Anbieter** mit den meisten Anzeigen zu Arzneimittel-Keywords bei **Google** und **YouTube** vertreten?



In welchen **Produktkategorien** werben die Anbieter?



Welche **Anbietergruppen** sind bei Paid Search am aktivsten?



Welche Anbieter erreichen besonders häufig vordere **Platzierungen**?



Mit welchen **Klickargumenten** und **Vorteilen** arbeiten die Anbieter, an welche **Zielgruppen** wenden sie sich?



Welche **Anzeigenstrukturen** sind branchenüblich?



Wer sind die **Benchmarks** bei Google und YouTube?

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Anzeigenvergleich und Gesamtränge von **200 Anbietern** von **Arzneimitteln**

in den Anzeigenformen **Textanzeigen** und **Shopping Ads** in **Google** und **YouTube**

24/7-Monitoring über **12 Monate** für **6 Produktkategorien**

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich** auf 183 PowerPoint-Seiten

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

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

Nutzen: Benchmarks Anzeigenplatzierung, inhaltliche Impulse für Anzeigeninhalte

200 Anbieter von Arzneimitteln:

- abbvie-care.de
- acuraflex.de
- ...
- bronchicum.de
- bronchipret.de
- ...
- medpex.de
- microlax.de
- mucosolvan.de
- ...
- traumeel.de
- umckaloabo.de
- ...

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

200

Anbieter von
Arzneimitteln

6

Produktkategorien:
Dermatika, Muskel- und
Skelettsystem, Nervensystem,
Respirationssystem, Verdauung,
andere Fachgebiete

10

Anbieter-
gruppen

12

Monate lang
wurden mehrmals
täglich Anzeigen in
der Branche
erfasst

100

Keywords sind der
Input für die
Anzeigenerfassung

Forschungsdesign:

Auf Basis von 100 Keywords der Branche erfasst der Webcrawler über zwölf Monate hinweg die Anzeigen auf Google und YouTube. Diese werden von den Marketinganalysten ausgewertet, bewertet und zu einem Gesamtranking sowie diversen KPIs verdichtet. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im Dezember 2023 erschienen.

Preis der Studie: Die 183 Seiten umfassende Studie kostet **4.600 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	9
➤ Textanzeigen Ranking	15
▪ Top Anbieter	18
Anteile (Top 10), Anzahl (Top 30), Anzeigenpunkte (Top 10), Platzierungen (Top 30)	
▪ Ranking alle Anbieter	24
Anzahl Anzeigen, Platzierungen, Anzeigenpunkte, Ränge und Anteile für 200 Anbieter	
▪ Produktkategorien	40
Anzeigenanteile der Produktkategorien Top 30, Top 5 Anbieter je Produktkategorie	
▪ Anbietertypen	47
Anteile Anbietertypen, Anteile Produktkategorien, Top 5 Anbieter nach Anbietertyp	
▪ Timing	53
➤ Textanzeigen Inhalte	55
▪ Landingpage	58
▪ Formale Aspekte	59
▪ Kopfzeile	60
▪ Klickargumente	61
Anteile, Top 10 Anbieter, Produktkategorien	
▪ Zielgruppe	66
Anteile, Top 10 Anbieter, Produktkategorien	

Inhaltsverzeichnis

▪ Erweiterungen	71
Anteile, Top 10 Branchenrelevant Anbieter, Produktkategorien	
▪ Ansprache	75
▪ Vorteile	76
Beworbene Vorteile, einzelne Vorteile, Top 10 Anbieter, Produktkategorien	
▪ Strategische Aspekte	83
▪ Anzeigenbeispiele	85
➤ Shopping Ads Ranking	89
▪ Top Anbieter	92
Anteile (Top 10), Anzahl (Top 30), Anzeigenpunkte (Top 10), Platzierungen (Top 30)	
▪ Ranking alle Anbieter	100
Anzahl Anzeigen, Platzierungen, Anzeigenpunkte, Ränge und Anteile für 200 Anbieter	
▪ Produktkategorien	114
Anzeigenanteile der Produktkategorien Top 30, Top 5 Anbieter je Produktkategorie	
▪ Anbietertypen	121
Anteile Anbietertypen, Anteile Produktkategorien, Top 5 Anbieter nach Anbietertyp	
▪ Timing	127
➤ Shopping Ads Inhalte	129
▪ Landingpage	132
▪ Beworbene Hersteller	133

Inhaltsverzeichnis

▪ Standardisierte Elemente	134
▪ Link-Informationen	135
▪ Features	136
▪ Top 5 Produkte je Produktkategorie	137
▪ Strategische Aspekte	139
▪ Anzeigenbeispiele	140
➤ Gesamtranking Paid Search	142
▪ Top Anbieter	145
Anteile (Top 10), Anzahl (Top 30), Anzeigenpunkte (Top 10), Platzierungen (Top 30)	
▪ Ranking alle Anbieter	153
Anzahl Anzeigen, Platzierungen, Anzeigenpunkte, Ränge und Anteile für 200 Anbieter	
▪ Produktkategorien	167
Anzeigenanteile der Produktkategorien Top 30, Top 5 Anbieter je Produktkategorie	
▪ Anbietertypen	175
Anteile Anbietertypen, Anteile Produktkategorien, Top 5 Anbieter nach Anbietertyp	
▪ Timing	180
➤ Kontakt	182

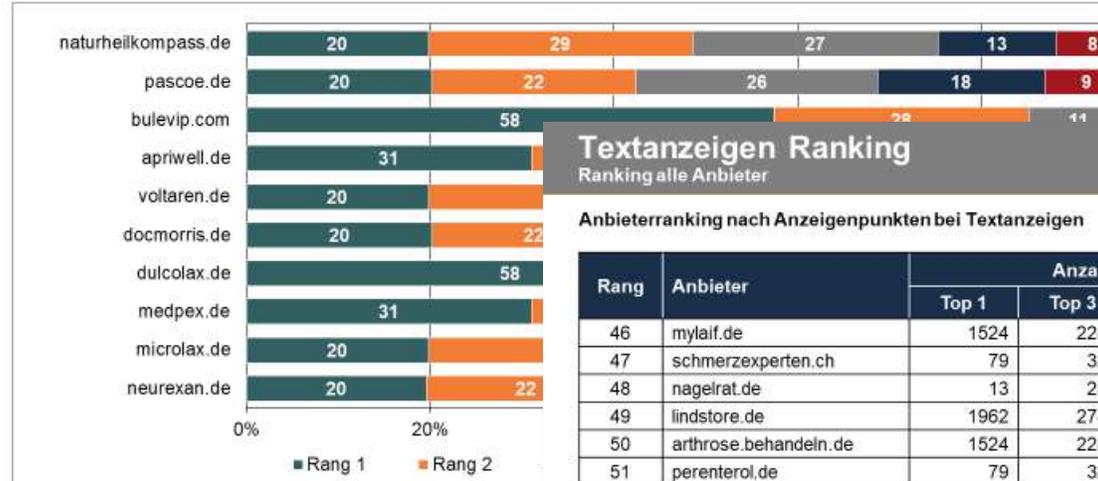
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Textanzeigen Ranking

Top 10 Anbieter

Anteile der Platzierungen auf den Rängen 1-10 (Top 30 Branchenrelevant nach Anzeigenpunkten)



Textanzeigen Ranking

Ranking alle Anbieter

Anbierranking nach Anzeigenpunkten bei Textanzeigen

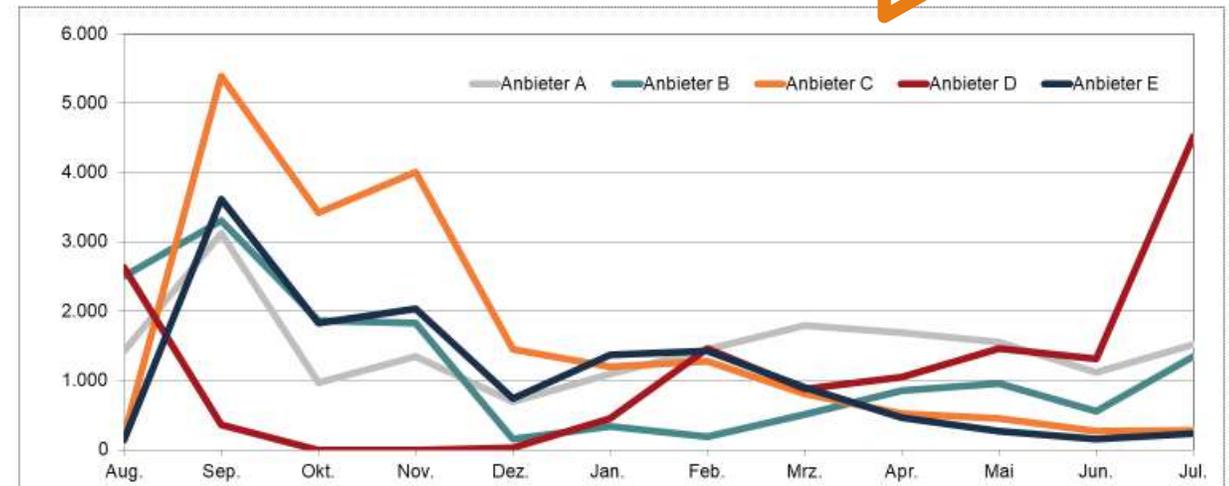
Rang	Anbieter	Anzahl	
		Top 1	Top 3
46	mylaif.de	1524	228
47	schmerzexperten.ch	79	32
48	nagelrat.de	13	25
49	lindstore.de	1962	278
50	arthrose.behandeln.de	1524	228
51	perenterol.de	79	32
52	retterspitz.de	13	25
53	volopharm.com	1962	278
54	demenz.behandeln.de	1524	228
55	aspirin.de	79	32
56	sinupret-extract.de	13	25
57	canephron.de	1962	278
58	dorithricin.de	1524	228
59	erlin.de	79	32
60	kaloabo.de	13	258

Welche Dynamik zeigen die Anzeigenschaltungen im Zeitverlauf?

Textanzeigen Ranking

Timing

Entwicklung der Anzeigenschaltung in Jahresverlauf



Welche Anbieter präsentieren sich stark bei Textanzeigen?

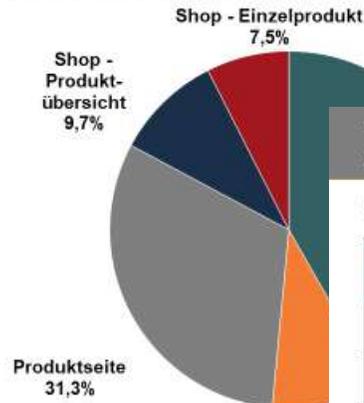
Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Textanzeigen Inhalte

Landingpage

Anteile der Landingpage*-Typen



Homepage: Startseite/ Einstieg

Textanzeigen Inhalte

Zielgruppe

Adressierte Zielgruppe*

Zielgruppe	Definition
Beratungssuchende	Ansprache ist auf eine
Generalisten	Ansprache ist auf ein v
Individualisten	Ansprache ist auf ein ir ausgerichtet
Preisbewusste	Rabatte, Angebote ode
Qualitätsbewusste	Produkt- und/oder Anbi
Sicherheitsorientierte	Sicherheitsaspekte wie
Unentschlossene	Preis- bzw. Produktver
...ige	Ein schneller Versand/d

* Landingpage = Webseite des Anbieters, auf die man durch Anklicken der Anzeige gelangt



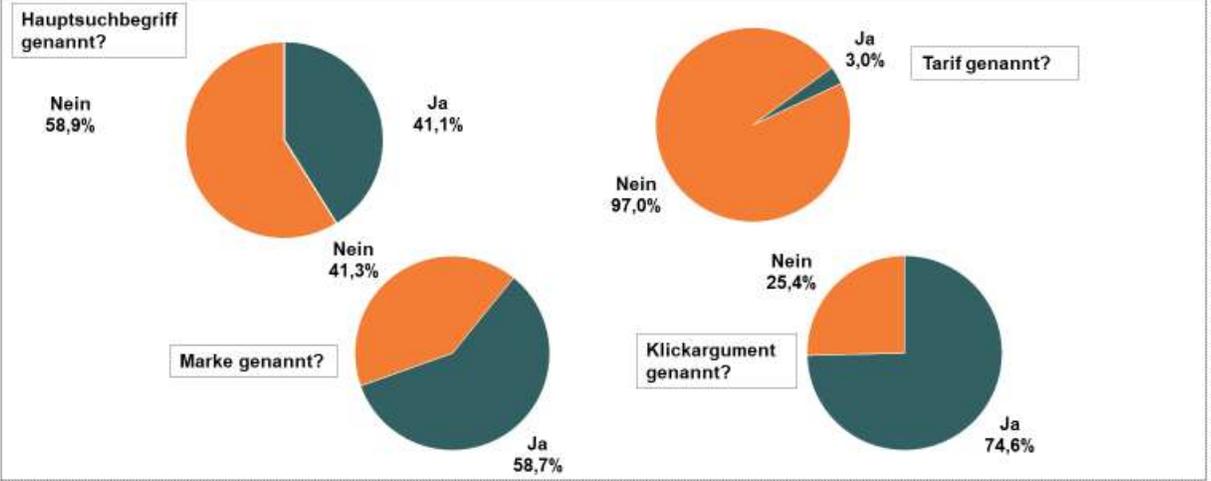
Welche Landingpage-Typen werden bevorzugt genutzt?

Welche Infos beinhalten die Anzeigen-Kopfzeilen?

Textanzeigen Inhalte

Kopfzeile

Kopfzeileninhalte der Textanzeigen



Studie Paid Search Arzneimittel 2023

Studie Paid Search Arzneimittel 2023

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Shopping Ads Ranking

Produktkategorien

Top 5 Branchenrelevant Anbieter in den Produktkategorien

Atmungssystem

1.	schnupfen.behandeln.de	25,9%
2.	asthma.de	24,7%
3.	primed2.com	24,0%
4.	prospan.de	13,7%
5.	mucosolvan.de	13,4%

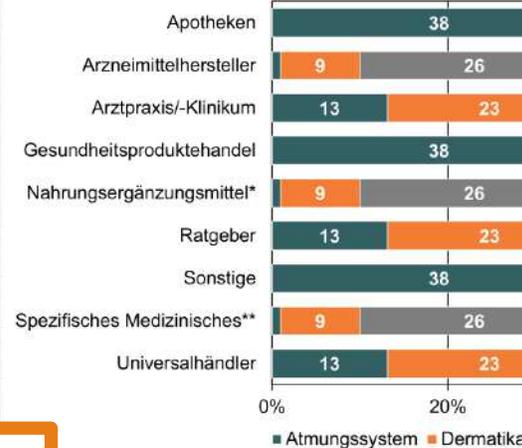
Dermatika

1.	naturessenzen.com	25,9%
----	-------------------	-------

Shopping Ads Ranking

Anbietertypen

Anteile der Produktkategorien nach Anbietertyp

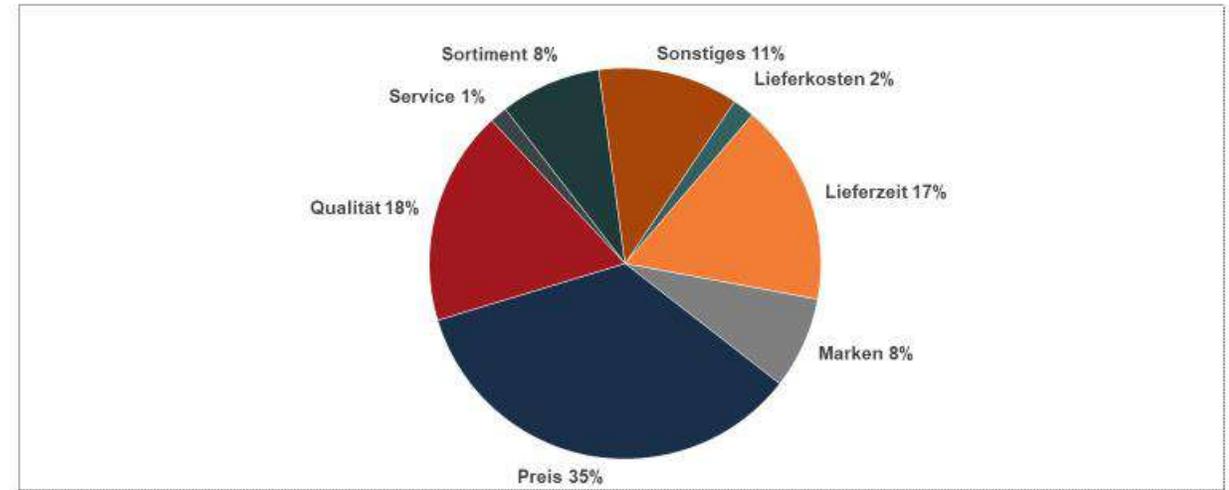


Welche Vorteile kommunizieren die Anbieter?

Shopping Ads Inhalte

Vorteile

Beworbene Vorteile (Mehrfachnennungen möglich)



research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Wer sind die Benchmarks in den Produktkategorien?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Paid Search
Arzneimittel 2023

Arzneimittelproduktehandel. ** Nahrungsergänzungsmittel Hersteller/-Händler. *** Spezifisches Medizinisches Produkt Hersteller/-Händler

Studie Paid Search
Arzneimittel 2023

Analysebeispiele (4)

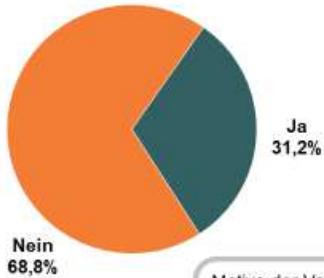
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Shopping Ads Inhalte

Ansprache

Ansprache in den Textanzeigen

Motive der Verknappung



Motive der Verknappung:
Hinweise auf zeitliche Knappheit
Verfügbarkeit wie „Nur noch heute
Rabatt“ oder „Nur noch 10 Tage
vertrag erstellen“

Call-to-Action:
Handlungsaufforderungen wie
„bestellen!“ oder „Heute noch a

Shopping Ads Inhalte

Features

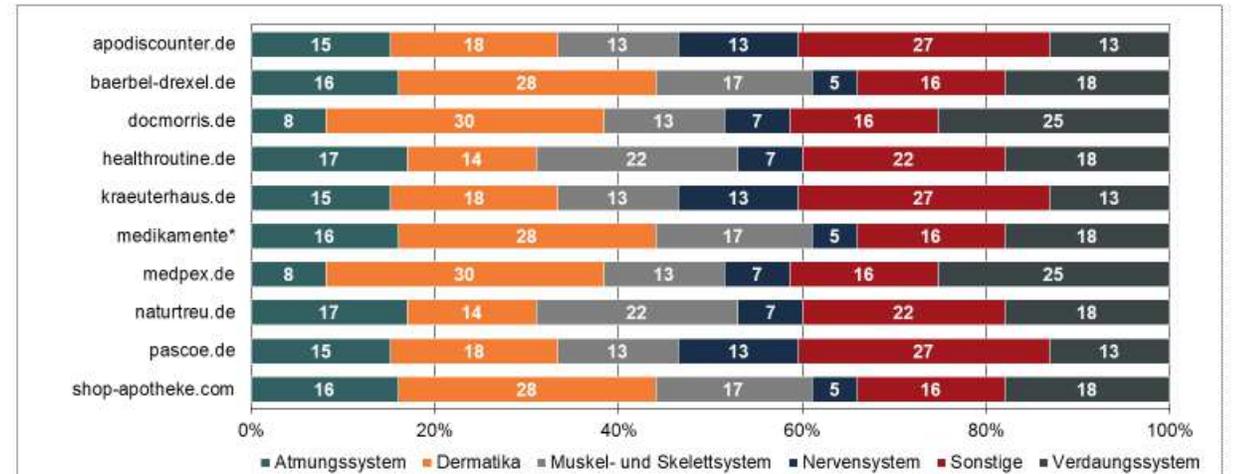
Features*

Produktkategorie (Suchbegriff)	Feature 1	Feature 2
Atmungssystem	Rezeptfrei	ml/mg
Dermatika	Rezeptfrei	ml/mg
Digestivsystem	Rezeptfrei	ml/mg
Nervensystem	Rezeptfrei	ml/mg
Sonstige	Rezeptfrei	ml/mg

Gesamtranking Paid Search

Produktkategorien

Verteilung der Anzeigenpunkte nach Produktkategorien (Top 30 Branchenrelevant nach Anzeigenpunkte)



Welche Produktgruppen werden von den Anbietern beworben?

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Mit welchen Motiven verschaffen sich die Anbieter Aufmerksamkeit?

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Paid Search
Arzneimittel 2023

andage, Tropfen/Saft

ab einer Produktkategorie mehrmals vorkommen. ** mit Ausnahme Fahrrad

Studie Paid Search
Arzneimittel 2023

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 4.600 EUR zzgl. MwSt. die **Studie Paid Search Arzneimittel 2023**.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

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.

Seit 2022 bieten wir ein permanentes Anzeigenmonitoring, welches branchenspezifisch bei Google und YouTube geschaltete Textanzeigen und Shopping Ads erfasst.

Zuletzt zur Arzneimittelbranche erschienen:

- Studie eVisibility Nahrungsergänzungsmittel 2023
- Werbemarktanalyse Nahrungsergänzungsmittel 2022
- Studie Social Media-Performance Arzneimittelhersteller 2022
- Studie eVisibility Medikamente 2022
- Werbemarktanalyse Pharmazeut. Muskel- und Gelenkpräparate 2022
- Werbemarktanalyse Antiadiposita 2021

Branche Healthcare: seit 2021 insgesamt 30 Studien veröffentlicht

