



Studiensteckbrief

# Studie Vergleichsportal- Marketing Arzneimittel 2019

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

November 2019



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie  
Vergleichsportal-Marketing Arzneimittel 2019

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- 199 Arzneimittelhersteller sowie 133 Arzneimittel-Shops präsentieren sich auf den 46 bedeutendsten Vergleichsportalen.
- Die Produktkategorien Allergie sowie Erkältung/Grippe verzeichnen die größte Anzahl gelisteter Anbieter in Vergleichsportalen.
- Die Top 20-Anbieter sind im Durchschnitt in 28 der 46 untersuchten Vergleichsportale vertreten mit einer durchschnittlichen Anzahl von neun ersten Plätzen.
- Drei der 20 Top-Hersteller vermarkten mehr als zehn der zwölf analysierten Produktkategorien in Vergleichsportalen. Zwei der Top 20-Anbieter sind in nur einer Produktkategorie gelistet.
- Die höchste Anzahl gelisteter Arzneimittel-Shops ist in der Produktkategorie Magen/Darm zu verzeichnen.
- Die Top 20-Shops sind im Schnitt in 17 der 46 analysierten Vergleichsportale präsent. Sie belegen dabei durchschnittlich 14 erste Plätze.
- Von den 46 analysierten Portalen stellen Allroundportale mit 74 Prozent die größte Gruppe. Drei der Top 20-Portale sind produktkategoriespezifische Portale.

# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

Analyse von **199 Anbietern** und **133 Shops** für Arzneimittel

in **46 Vergleichsportalen** für Arzneimittel

für **zwölf Produktkategorien**

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich** der Anbieter, Shops und Portale komprimiert auf 215 PowerPoint-Seiten

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

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

**Nutzen:** Wettbewerbsvergleich Vergleichsportale-Marketing, konkrete Hinweise für Potenziale im Portalmarketing

## Inhalte:

- Ranking von 199 Anbietern und 133 Shops
- diverse Portalmarketing-Kennzahlen
- Ranking von 46 Vergleichsportalen
- Top 20-Anbieter nach Produktkategorien
- Top 20-Shops nach Produktkategorien
- Top 20-Vergleichsportale in zwölf Produktkategorien

# Informationen zur Studie

## Konzeption:

Detaillierte Analyse von Präsenz, Leistung und Platzierung von 199 Anbietern und 133 Shops von Arzneimitteln auf 46 Vergleichsportalen in zwölf Produktkategorien

### Anbieter-Präsenz in Vergleichsportalen

- 199 Anbieter im Ranking
- Portalpräsenz in 12 Produktkategorien
- Nutzung der Top 20-Portale
- Top 20 für alle Produktkategorien

### Shop-Präsenz in Vergleichsportalen

- 133 Shops im Ranking
- Portalpräsenz in 12 Produktkategorien
- Nutzung der Top 20-Portale
- Top 20 für alle Produktkategorien

### Vergleichsportal-Ranking

- 46 Vergleichsportale im Ranking
- Anteile der Portalarten
- Suchtreffer- und Anzeigenplatzierung
- Kennzahlen Top 20-Portale

Anbieter-Ranking

Shop-Ranking

Produktkategorie-Rankings

Portal-Ranking

# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- welche Anbieter von Arzneimitteln sind im Vergleichsporta-Marketing die Branchenbenchmarks?
- welche Arzneimittel-Shops zeigen im Vergleichsporta-Marketing die höchste Präsenz?
- Streupräsenz vs. Schwerpunktsetzung, welche Anbieter verfolgen welche Strategie?
- welche Anbieter sind in den zwölf untersuchten Produktkategorien führend?
- welche Vergleichsportale sind in welchen Produktkategorien bedeutsam?
- welches sind die Top-Vergleichsportale für Arzneimittel?

## Die Studie in Zahlen:

- insgesamt 199 Anbieter und 133 Shops auf 46 erfassten Portalen
- für alle Anbieter und Shops Kennzahlen und Ränge
- Top 20 Anbieter in zwölf Produktkategorien
- Top 20 Shops in zwölf Produktkategorien
- für 46 Portale Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen
- Performance der 46 Portale in zwölf Produktkategorien

## Forschungsdesign:

Identifikation deutschsprachiger Vergleichsportale mit ihrer Internet-Sichtbarkeit und ihrem Ranking anhand von Kennzahlen und Indizes. Für die 46 Portale wurde die Präsenz der Anbieter sowie Shops anhand weiterer verschiedener Portalmarketing-Kennzahlen ermittelt.

**Preis der Studie:** Die 215 Seiten umfassende Studie kostet **4.800 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	6
➤ Forschungsdesign	9
➤ Präsenz der Anbieter auf Vergleichsportalen	15
▪ Alle Anbieter mit Portalpräsenz	
– Kennzahlen der Vergleichsportalpräsenz	16
– Indizes und Ränge der Vergleichsportalpräsenz	36
▪ Top 20 Anbieter	
– Nutzung der Top 20 Vergleichsportale	56
– Kennzahlen der Vergleichsportalpräsenz	58
– Indizes und Ränge der Vergleichsportalpräsenz	60
– Ranking der Top 20 Anbieter	62
– Anzahl der genutzten Portale nach Produktkategorie	63
– Produktschwerpunkte	65



# Inhaltsverzeichnis

➤ Anbieter in den Produktkategorien	68
▪ Anbieter und Portale in den Produktkategorien	
– Anteil der gelisteten Anbieter in den Produktkategorien	70
– Anteil der gelisteten Top 20 Anbieter in den Produktkategorien	71
– Anteil der Portale in den Produktkategorien	72
▪ Rankingumfang in den Produktkategorien	73
▪ Top 20 Anbieter in den Produktkategorien	85
➤ Präsenz der Shops auf Vergleichsportalen	109
▪ Alle Shops mit Portalpräsenz	
– Kennzahlen der Vergleichsportalpräsenz	110
– Indizes und Ränge der Vergleichsportalpräsenz	124
▪ Top 20 Shops	
– Nutzung der Top 20 Vergleichsportale	138
– Kennzahlen der Vergleichsportalpräsenz	140
– Indizes und Ränge der Vergleichsportalpräsenz	142
– Ranking der Top 20 Shops	144
– Anzahl der genutzten Portale nach Produktkategorie	145
– Produktschwerpunkte	147



# Inhaltsverzeichnis

➤ Shops in den Produktkategorien	150
▪ Shops und Portale in den Produktkategorien	
– Anteil der gelisteten Shops in den Produktkategorien	151
– Anteil der gelisteten Top 20 Shops in den Produktkategorien	152
– Anteil der Portale in den Produktkategorien	153
▪ Rankingumfang in den Produktkategorien	154
▪ Top 20 Shops in den Produktkategorien	166
➤ Vergleichsportale	191
▪ Portalart: Alle Portale und Top 20 Portale	198
▪ Alle Portale	
– Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen der Vergleichsportale nach Produktkategorie	199
▪ Top 20 Portale	
– Übersicht Top 20 Portale	204
– Ranking Top 20 Portale	205
– Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen der Vergleichsportale nach Produktkategorie	206
– Anzahl der gelisteten Anbieter in den Portalen nach Produktkategorie	208
– Anzahl der gelisteten Shops in den Portalen nach Produktkategorie	210
– Weitere Eigenschaften der Portale	212
➤ Kontakt	214

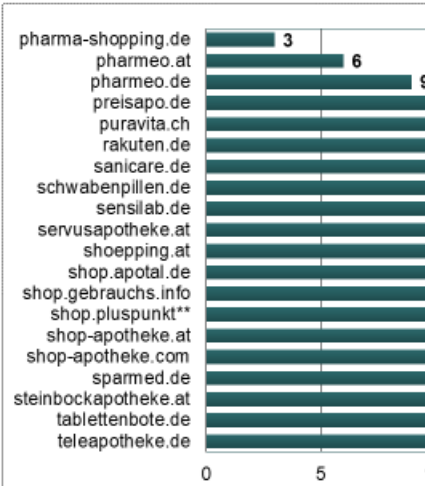


# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Präsenz der Shops auf Vergleichsportalen Top 20 Shops

Ranking der Top 20 Shops (Basis: mittlerer Rang)\*



\* Rangermittlung: gemittelter Rang aus Einzelindex „Anzahl Portale“, „Anzahl Listings“ und „Anzahl Top 3“



Studie  
Marketing

### Präsenz der Shops auf Vergleichsportalen Alle Shops mit Portalpräsenz (11/14)

Indizes und Ränge der Vergleichsportalspräsenz

Shops	Anzahl Portale		Anzahl Listings	Anzahl Top 3
	Index*	Rang		
pharma-shopping.de	16	50	1	1
pharmeo.at	87	48	1	1
pharmeo.de	327	59	3	1
paul-pille.de	100	79	1	1
puravita.ch	14	99	1	1
ebay.de	82	48	1	1
sanicare.de	175	15	2	1
apoase.de	33	75	1	1
sparmed.de	25	99	1	1
servusapotheke.at	49	102	1	1

\* berechnet als Anzahl des jeweiligen Shops dividiert durch die d

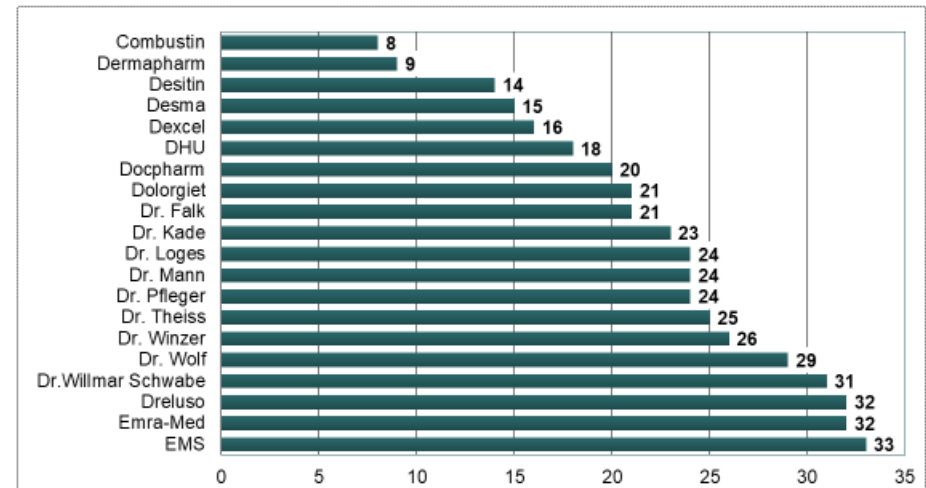


Welche Shops belegen im Gesamtranking vordere Ränge?

Welche Anbieter belegen im Gesamtranking vordere Ränge?

### Präsenz der Anbieter auf Vergleichsportalen Top 20 Anbieter

Ranking der Top 20 Anbieter (Basis: mittlerer Rang)\*



\* Rangermittlung: gemittelter Rang aus Einzelindex „Anzahl Portale“, „Anzahl Listings“, „Anzahl Top 3“ und „0-Erstplatzierung“



Studie Vergleichsportals-  
Marketing Arzneimittel 2019

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Präsenz der Anbieter auf Vergleichsportalen

Alle Anbieter mit Portalpräsenz (10/20)

Kennzahlen der Vergleichsportalspräsenz

Anbieter	Anzahl Portale	Anzahl Listungen
Kattwiga	18	10
Klein	16	11
Klinge	14	12
Klosterfrau	10	13
Kneipp	18	10
Köhler	16	11
Kohlpharma	14	12
Kreussler	10	13
Krewel Meuselbach	18	10
KSK Pharma	14	11

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

### Präsenz der Anbieter auf Vergleichsportalen

Top 20 Anbieter (1/2)

Produktschwerpunkte (Angaben als Rang von allen Anbietern)

Anbieter	S	E/G	A	D	H/N	M/D	H/K
Medphano	2	1	13				
Merck							
Merz	1	4	2				
meta Fackler							
Mibe							
Mickan							
MIP	5	8	9				
Montavit	6	29	1				
Mucos							
Mundipharma		12					

S=Schmerzen; E/G=Erkältung/Grippe; A=Allergie; D=Diabetes; H/N A/O/N=Augen/Ohren/Nase; M/D=Magen/Darm; H/K=Herz/Kreislauf;

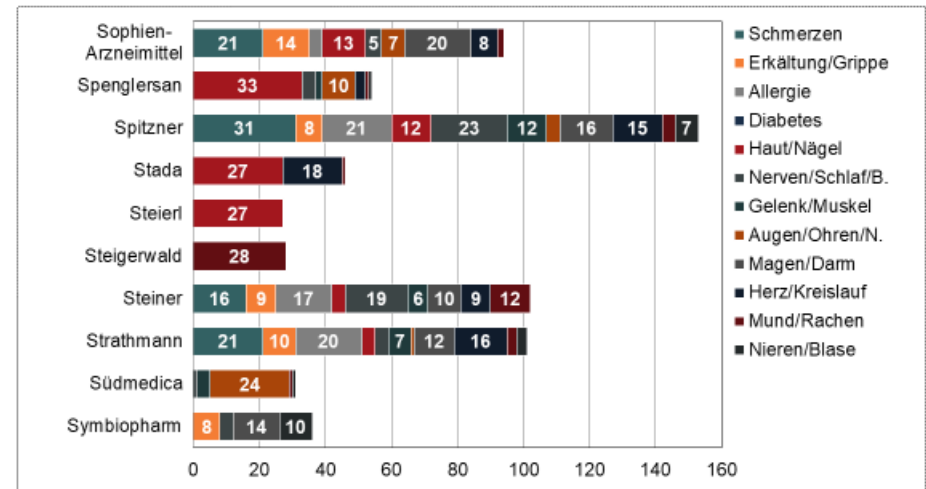
research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Wo liegt bei den Top 20 Anbietern der Produktfokus?

### Präsenz der Anbieter auf Vergleichsportalen

Top 20 Anbieter (1/2)

Anzahl der genutzten Portale nach Produktkategorie\* (Angaben in absoluten Werten) (Top 1-10)



\* Die Summe der genutzten Portale ergibt die Anzahl der Listungen

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Vergleichsportals-Marketing Arzneimittel 2019

Streupräsenz vs. Schwerpunkte, welche Strategie überwiegt?

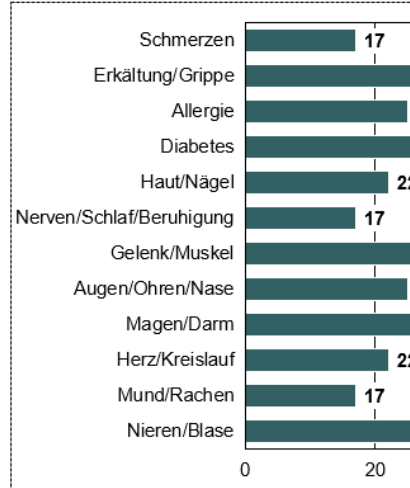
# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Produktkategorien

Anbieter und Portale in den Produktkategorien

Anteil der gelisteten Anbieter in den Produktkategorien (Angaben in Prozent)



### Produktkategorien

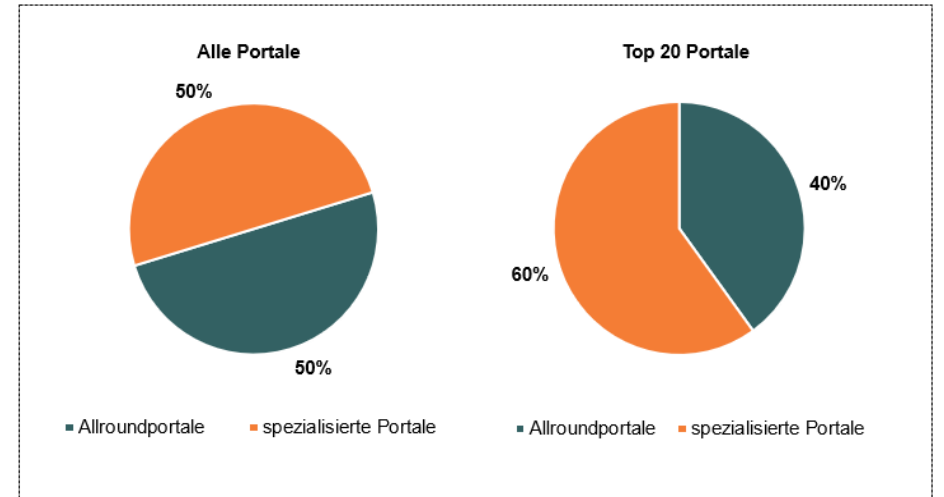
Top 20 Anbieter in den Produktkategorien (3/23)

Erkältung/Grippe (Top 1-10)

Anbieter	Anzahl der Portale	Ø Erstplatzierung
Bayer	14	4
Bionorica	13	4
Axicorp	12	7
Ratiopharm	11	7
P & G	10	10
Aliud	14	10
Salus	13	12
Stada	12	12
meta Fackler	11	14
Galenpharma	10	14

### Vergleichsportale

Portalart: Alle Portale und Top 20 Portale



research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Stu Mar

research tools

Stu Mar

Wie viele Anbieter listen die Portale je Produktkategorie?

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Vergleichsportale-Marketing Arzneimittel 2019

202

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Vergleichsportale-Marketing Arzneimittel 2019

# Analysebeispiele (4)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Vergleichsportale

Alle Portale (3/5)

Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen der Vergleichsportale nach Produktkategorie\*

ID	Suchtreffer/Anzeige				
	S	E/G	A	D	H/N
21	4		1		
22	30			60	44
23			2	3	4
24	56	55	47	72	72
25					
26	34	6	48	17	
27					
28	72	66	12	69	97
29	2				
30	7	6	21	46	3

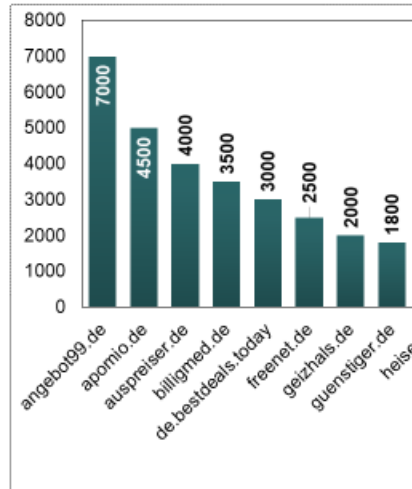
\* S=Schmerzen; E/G=Erkältung/Grippe; A=Allergie; D=Diabetes; H/A/O/N=Augen/Ohren/Nase; M/D=Magen/Darm; H/K=Herz/Kreislauf



### Vergleichsportale

Top 20 Portale

Ranking Top 20 Portale\*



\* Basis: Portalindex



Wie viele Shops listen die Top 20-Portale je Kategorie?

### Vergleichsportale

Top 20 Portale (2/2)

Anzahl der gelisteten Shops in den Portalen nach Produktkategorie (Top 11-20)

ID	S	E/G	A	D	H/N	N/S/B	G/M	A/O/N	M/D	H/K	M/R	N/B
17	10	10	10	0	10	10	10	10	10	10	7	10
18	9	10	10	8	9	10	9	9	10	8	5	8
16	7	10	3	0	10	8	0	10	5	1	10	10
12	7	9	7	0	5	10	3	4	6	0	10	3
9	4	0	2	0	10	0	0	3	4	1	3	4
8	7	6	9	0	9	3	8	6	7	6	8	8
43	1	2	0	0	0	2	0	2	1	4	3	4
31	2	1	1	0	10	2	0	4	5	10	6	4
2	4	3	2	0	7	3	0	1	4	1	6	4
6	10	10	10	8	10	10	0	10	10	10	10	10

\* S=Schmerzen; E/G=Erkältung/Grippe; A=Allergie; D=Diabetes; H/N=Haut/Nägel; N/S/B=Nerven/Schlaf/Beruhigung; G/M=Gelenk/Muskel; A/O/N=Augen/Ohren/Nase; M/D=Magen/Darm; H/K=Herz/Kreislauf; M/R=Mund/Rachen; N/B=Nieren/Blase



Studie Vergleichsportale-Marketing Arzneimittel 2019

Welche Vergleichsportale sind in den Produktkategorien wichtig?

# Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

**E-Mail:** [uwe.matzner@research-tools.net](mailto: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 4.800 EUR zzgl. MwSt. die  
**Studie Vergleichsportal-Marketing Arzneimittel 2019.**

**Auftraggeber:**

Firma:

---

Ansprechpartner:

---

E-Mail:

---

Position/Funktion:

---

Datum, Ort, Unterschrift:

---



# Kontakt / Branchenerfahrung

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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

research tools  
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar  
[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt zur Branche Healthcare erschienen:

- Studie Kundenpfade Healthcare 2019
- Studie Sponsoring Krankenkassen 2019
- Studie Healthcare-Zielgruppe Onlinekunden 2019
- Studie Unternehmensprofile Healthcare 2019
- Werbemarktanalyse Apotheken 2019
- Werbemarktanalyse Urologika 2019

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Studienreihe Vergleichsportal-Marketing sind seit 2013 über zehn Marktstudien zu verschiedenen Branchen erschienen.

