

## Was die Kundschaft nicht sieht, wird spontan nicht gekauft

### Welche Bedeutung hat Sichtbarkeit im Internet für Ihre Apotheke?

**Frank Weißfeldt** | E-Commerce ist das neue Normal. Mit wenigen Klicks kommt es zum Kauf – im Apothekenmarkt sowie in weiteren Branchen. Neben den bekannten Big Playern im Apothekenversandhandel bieten auch immer mehr Vor-Ort-Apotheken schnelle Online-Bestellungen und Liefer- bzw. Versandservices an. Die Sichtbarkeit im Netz wird immer wichtiger. In diesem Kontext stellt sich die Frage: **Wie wichtig sind E-Commerce-Informationen im Allgemeinen und Daten hinsichtlich der Sichtbarkeit von Warengruppen, Marken und Produkten im Besonderen für die Apotheke?**

Rund 3.000 öffentliche Apotheken in Deutschland haben eine Versandhandelslizenz. Viele dieser Apotheken bieten – neben einer Lieferung am selben Tag innerhalb der Stadt bzw. Region – auch einen deutschlandweiten Versand von Arzneimitteln an. Fachleute gehen davon aus, dass wiederum rund 150 dieser Apotheken neben einem professionellen Online-Shop auch eine Listung bei Suchmaschinen haben – allen voran bei Google.

Im OTC-Apothekenmarkt liegt der Anteil des Versandhandels bei 24% (MAT 10/2023). Dominiert wird der Markt von rund zehn umsatzstarken Versandhandelsapotheken, die insgesamt einen Marktanteil von ca. 70% auf sich vereinen. Darüber hinaus wissenswert: Fast ein Drittel der Online-Kundschaft bezogen auf den Versandhandel (branchenübergreifend) ist über 60 Jahre alt – angesichts

einer wachsenden Anzahl an älteren chronisch kranken und multimorbiden Personen die zentrale Zielgruppe der Apotheke.

#### **Sichtbarkeit ist Trumpf – denn Sichtbarkeit bedeutet Abverkauf!**

Wie wichtig die Sichtbarkeit von Marken und Produkten ist, wissen Sie von der Offizin. Für Spontankäufe gilt: Nur was ins Auge fällt, wird gekauft. Aus diesem Grund ist es so wichtig, umsatzstarke Warengruppen in der Sicht- und Freiwahl zu zeigen, die Saison von Kategorien zu nutzen, immer mehrere Packungen bzw. Facings eines Artikels zu platzieren und für die wichtigsten Warengruppen eine Ankermarke zu bestimmen, die auf Sichthöhe platziert wird. Es ist eine Binsenweisheit: Starke Marken verkaufen sich um das Zigfache – wenn sie gesehen werden.

Auch für den E-Commerce gilt: Sichtbarkeit ist Trumpf! Unternehmen haben daher ein großes Interesse daran, Marken und Produkte auch online erfolgreich zu platzieren. Sie betreiben einen Online-Shop? Unser Tipp: Suchen Sie den Dialog mit den Herstellern.

#### **Wie arbeitet die Industrie?**

Ein Zauberwort heißt „Crawling“ (von „to crawl“, im Englischen für krabbeln). Im Kern geht es darum, dass ein Programm – nach definierten Regeln – das Netz hinsichtlich neuer oder veränderter Inhalte durchsucht. Ein Crawler (auch Spider oder Bot genannt) „krabbelt“ von Webseite

zu Webseite und sammelt bestimmte Daten. Crawler werden in der Regel von Suchmaschinen genutzt. Es überrascht daher nicht, dass der wohl bekannteste Crawler von Google ist. Aber auch Analyse-Softwares nutzen Crawler. Ein Anwendungsbereich sind z.B. sogenannte Search-Engine-Optimization-Tools (Abkürzung: SEO-Tools). Zum Anwendungsbereich von SEO-Tools bzw. zur Suchmaschinenoptimierung zählen alle Maßnahmen, die dazu dienen, die Sichtbarkeit einer Webseite in den Ergebnislisten zu verbessern.

Im Pharmamarkt arbeiten insbesondere Unternehmen, die OTC-Produkte und Kosmetik herstellen, mit E-Commerce-Spezialisten zusammen, die u. a. die Sichtbarkeit von Marken und Produkten im Apothekenversandhandel erfassen. Die Systematik ist ein Algorithmus. Wobei die Sichtbarkeit der definierten Marken, Produkte etc. bei jedem Algorithmus anders beeinflusst wird. Zentral ist grundsätzlich der Absatz der Artikel – wo erwartet der Online-Shop den höchsten Verkaufserfolg? –, aber auch Keywords, Bewertungen und Kategorien haben eine Bedeutung.

## Case Study: So ranken Magnesiumpräparate in der Shop Apotheke

Nahrungsergänzungsmittel boomen, auch über den Absatzkanal Versandhandelsapotheken. Spannend ist daher eine Analyse der Sichtbarkeit von OTC-Magnesiumpräparaten.

Der Münchner E-Commerce-Daten-Spezialist für den Pharmamarkt Maven360 hat im März 2023 die Sichtbarkeit führender Magnesium-Marken auf der Webseite der Shop Apotheke und für weitere umsatzstarke Versandhandelsapotheken analysiert. Durchleuchtet wurden die Magnesium-Marken:

- Biolectra,
- Doppelherz Magnesium,
- Magnesium-Diasporal,
- Magnesium Verla,
- Magnetrans.

Basis der Online-Analyse ist das Crawling von insgesamt 9.000 definierten Keywords zum Gesundheitsmarkt bzw. zu Krankheiten, Indikationen, Warengruppen, Wirkstoffen, Marken, Produkten etc., wobei für die Auswertung rund um das Thema Magnesium lediglich zehn Keywords zum Zuge kamen.

Ergebnis: Magnesium Verla hat auf der Webseite der Shop Apotheke sukzessive an Sichtbarkeit verloren und ist im Jahresverlauf 2022 von Platz 1 auf Platz 3 gefallen. Während des ersten Quartals 2023 ist die Sichtbarkeit von Magnesium Verla wieder angestiegen, allerdings kommt die Marke nicht an Spitzenreiter Biolectra ran. Magnetrans hat seine Sichtbarkeit in nur drei Monaten seit November 2022 vervierfacht. Doppelherz Magnesium zeigt – im Vergleich zu den weiteren Marken – die geringste Sichtbarkeit.

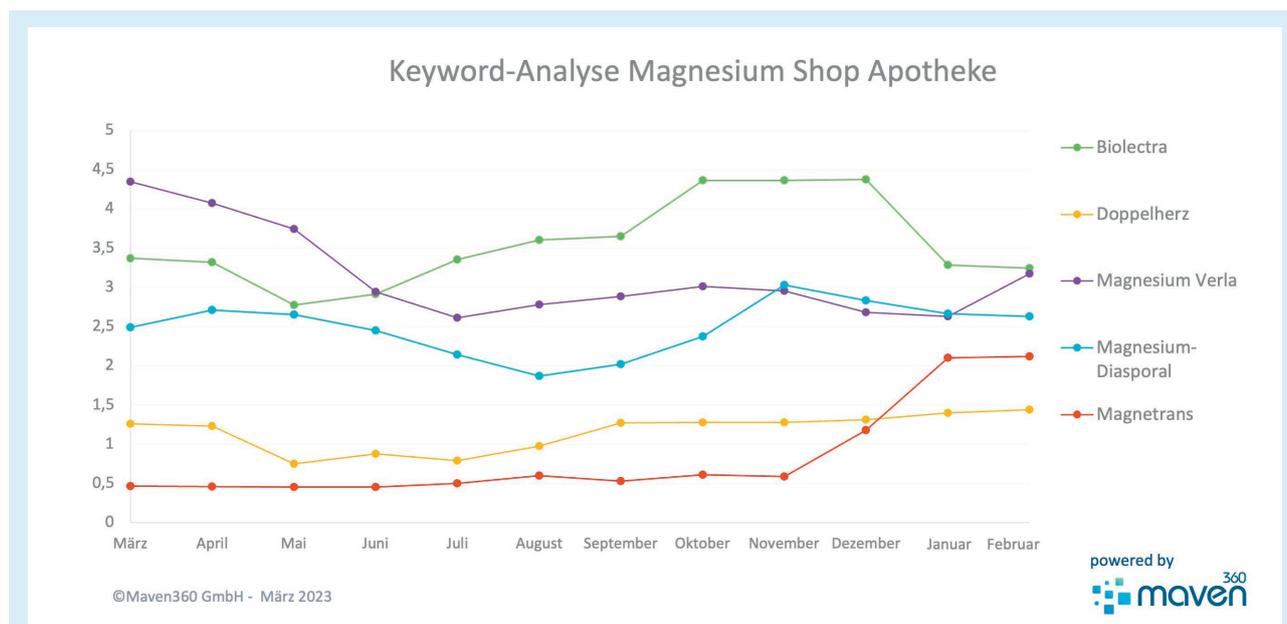


Abb.: Online-Keyword-Analyse von Maven360 für umsatzstarke Magnesium-Marken in der Versandapotheke „Shop Apotheke“. Der Index (0 bis 5 Punkte) zeigt die Sichtbarkeit der Marken auf der Webseite der Shop Apotheke (März 2022 bis Februar 2023).

## Tipps für Apotheken – mit und ohne Online-Shop

Für die Offizin gilt: Es sollten grundsätzlich nur die bekanntesten und absatzstärksten Marken der relevanten Kategorien in der Sichtwahl stehen. Nutzen Sie für die Platzierung interne und externe Daten. Analysieren Sie eigene Abverkäufe nach Häufigkeit und vergleichen Sie sie mit den Marktdaten von INSIGHT Health, erhoben in ca. 7.300 Apotheken in Deutschland.

Was für die Offizin gilt, gilt gleichermaßen auch für den Online-Shop einer Apotheke. Nutzen Sie interne Informationen bzw. Daten zu Ihrem Online-Engagement (z. B. Leistung bei Google). Analysieren Sie aber auch die Sichtbarkeit von Marken und Produkten im gesamten Apothekenversandhandelsmarkt. Grundsätzlich gilt: Bekannte und sichtbare Marken erhöhen die Conversion (Umwandlung der Interessierten in Kundschaft). E-Commerce-Spezialisten – wie z. B. Maven360 – unterstützen E-Commerce-Akteure im Apothekenmarkt bei der Sichtbarkeitsoptimierung.

### Fazit

Für Apotheken, die sich online engagieren, ist es unabdingbar, die Mechanismen im Pharma-E-Commerce zu erlernen und zu verstehen. In Echtzeit werden Daten für gute Entscheidungen zur Verfügung gestellt. Es geht darum, erfolgreiche Keywords und Kategorien zu entdecken und der Frage nachzugehen: Welche Faktoren führen zu einer guten Platzierung? Von der Suche über den Klick bis zum Kauf geht es darum, die Sichtbarkeit von Shops, Marken und Produkten zu erhöhen.

### Quellen:

Was ist SEO und wie funktioniert Suchmaschinenoptimierung? (searchmetrics.com)

Was ist Crawling? | SEO Kompass | XOVl

Infografik: Die Top 10 Online-Apotheken in Deutschland | Statista

Pharma E-Commerce Analytics Toolbox | Maven360

SEO für Versandapotheken – was bedeutet das? (maven360.io)

Anzahl und Umsatzstatistik der Apotheken in Deutschland (gesundheitsmarkt.de)

INSIGHT Health – insight-health

[https://en.ryte.com/wiki/Conversion\\_Rate](https://en.ryte.com/wiki/Conversion_Rate)



**Frank Weißfeldt** ist Senior Business Development Manager bei INSIGHT Health. Der Diplom-Betriebswirt und MBA der University of Bradford (Großbritannien) blickt auf über 20 Jahre Erfahrung in der Beratung, im Marketing und in der Versorgungsforschung zurück.

Er ist Dozent für Apothekenmarketing und Marktforschung an der Hochschule

Schmalkalden, Autor zahlreicher Fachpublikationen und regelmäßig als Referent zu Themen mit Bezug zum Gesundheitswesen tätig.