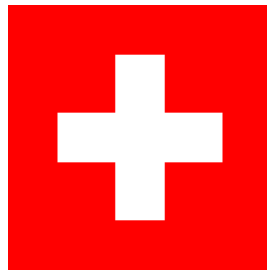


# Online- Apotheken-Studie

## Schweiz



*Eine Untersuchung von Dr. Kaske Pharma Consulting*

## *Liebe Leserinnen und Leser,*

E-Commerce boomt in ganz Europa. Zunehmend treten auch Apotheken in das Online-Geschäft ein. Bis 2020 wird der europäische Versandhandelsmarkt laut Sempora 6,5 Milliarden schwer sein.

In der Schweiz ist der Online-Verkauf von OTC-Präparaten erlaubt. Die Schweiz gehört zu den wenigen europäischen Ländern, in denen der Verkauf von Rx-Medikamenten im Internet vertrieben werden darf.

In der Online-Apotheken-Studie für die Schweiz analysieren wir, welche der Versandapotheken für die Zukunft am besten aufgestellt ist. Die besten 6 Shops werden im Detail an den 5 wichtigsten Entscheidungsfaktoren aus Verbrauchersicht im Online Marketing gemessen: Preis, SEO, Service, Traffic und Usability.

Mit besten Grüßen aus München,



**Fabian Kaske**  
*Studienautor &  
Geschäftsführer*



**Marie Sophie Kaiser**  
*Studienautorin & Marketing  
& Communications Manager*



**Ebru Pikel**  
*Studienautorin &  
Content Marketing Manager*

# Inhaltsverzeichnis

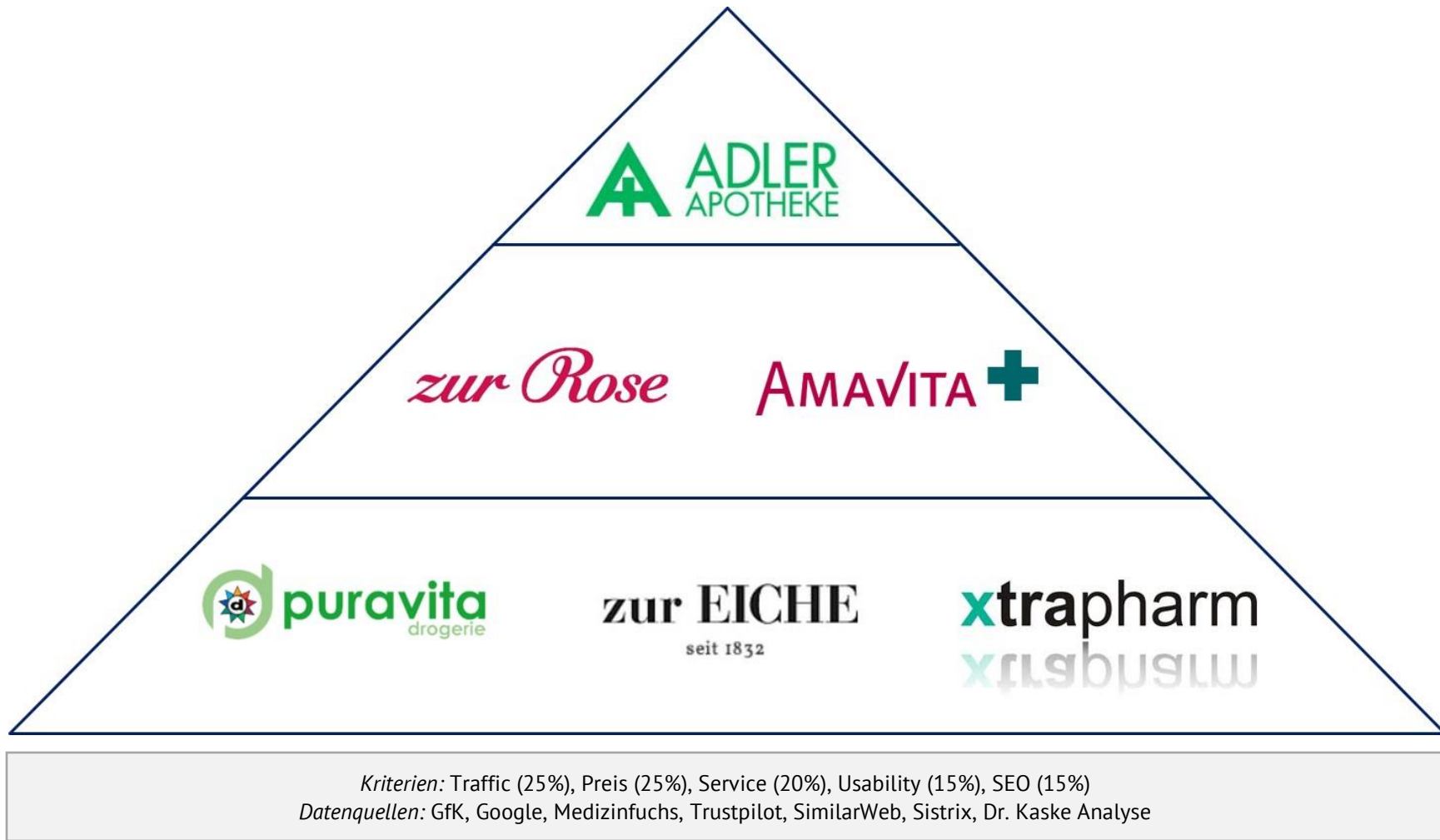
Executive Summary .....	6
Methodik .....	8
Performance Marketing .....	12
Preis .....	13
Online Experience .....	14
Detailauswertungen .....	15
XtraPharma .....	16
Zur Eiche .....	17
Puravita Drogorie .....	18
Amavita .....	19
Zur Rose .....	20
Adler Apotheke .....	21
Kontakt zu den Autoren .....	23

# **Executive**

## **Summary**

## Die Top 6 Versandapotheken der Schweiz

Quelle: Online-Apotheken-Studie, von Dr. Kaske Pharma Consulting, 2018



## Executive Summary

### *Adler Apotheke auf Platz 1*

Die Poleposition sichert sich dieses Jahr mit großem Abstand die Adler Apotheke. Die durchgängig guten Ergebnisse in den Einzelbewertungen (Preis, Traffic, Service, Usability und SEO) spiegeln dieses herausragende Ergebnis wider.

### *Nahezu ähnliches Gesamtergebnis bei Platz 2 & 3*

Unterschiedliche Ergebnisse in den Einzelbewertungen, aber im Gesamtranking nur ein paar Prozentpunkte voneinander entfernt: die Apotheke zur Rose belegt mit einem großen Abstand zum Sieger den 2. Platz. Während die Apotheke mit einem soliden Ergebnis in den Bereichen Preis und Traffic überzeugt, erzielt die Apotheke Amavita auf dem 3. Platz beispielsweise bessere Bewertungen in der Usability.

### *Wenig Unterschiede im Bereich Service*

In der Analyse wurden 5 Key Performance Indicators für jede Online-Apotheke genauer unter die Lupe genommen. Bei dem Punkt Service haben alle Apotheken fast identisch abgeschnitten. In diesen Bewertungspunkt fließt neben Nutzerfragebögen auch der Kundenservice, der Versand und weitere objektive Kriterien ein. Den höchsten Wert erzielen hier die Nr. 1 Adler Apotheke und die Puravita Apotheke, welche im Ranking Platz 4 besetzt.

### *Größte Sprünge im Bereich Traffic*

Die Adler Apotheke erkämpft sich Platz 1 im Gesamtranking dank einer starken Performance in allen Bereichen. Aber besonders 2 Bereiche bringen den Sieg: Preis und Traffic. Auch wenn es in beiden Kriterien gravierende Unterschiede zum Wettbewerb gibt, sind die Sprünge innerhalb des Traffic besonders hoch. Die Adler Apotheke erzielt mehr als 6x so viel Traffic, als die XtraPharma, welche den letzten Platz im Ranking erzielt. Auch im Mittelfeld innerhalb dieses Kriteriums sehen die Sprünge ähnlich aus. Dabei erzielt der 4. Platz im Vergleich zum letzten Platz doppelt so viel Traffic., während sich Platz 5 & Platz 6 den letzten Platz mit dem niedrigsten Wert im Traffic-Ranking teilen.

# Methodik

# Methodik

## Datenquelle

## Gewichtung

### Preis

**25%**

Der Preis ist eines der entscheidenden Kriterien beim Kauf in der Versandapotheke. Für preisbewusste Käufer ist es teilweise sogar das einzige Entscheidungskriterium bei der Wahl der richtigen Versandapotheke. Dementsprechend wurde in der Versandapotheken-Studie diesem Punkt ein besonders hohes Gewicht zuteil. Anhand mehrerer Warenkörbe mit dutzenden häufig nachgefragter Produkte wurde ausgewertet, welche Versandapotheke den günstigsten Gesamtpreis anbietet.

### Traffic

**25%**

Absolute Besucherzahlen der Versandapotheken über die letzten 12 Monate basierend auf Panel-Daten von Millionen von Verbrauchern in Kooperation mit führenden Business Intelligence Datenbankanbietern.

### Service

**20%**

Basiert auf fragebogengestützte Nutzererfahrungen auf den Seiten der Online-Apotheken sowie objektiven Service-Kennzahlen. Bewertungskriterien sind u. a. Kundenservice (Qualität, Erreichbarkeit und Verfügbarkeit), Versand (Mindestbestellgrenzen, Dauer, Zuverlässigkeit), Bezahlungsmöglichkeiten, Bestellvorgang, Kaufprozess sowie eine Auswertung der Nutzerbewertungen auf relevanten Bewertungsportalen.



## Datenquelle

## Gewichtung

### **Usability**

**15%**

Kombination aus fragebogengestützter Nutzererfahrungen auf den Seiten der Online-Apotheken sowie harten Usability-Kennzahlen. Bewertungskriterien für erstere sind u. a. Design, Produktsuche und Einfachheit des Bestellprozesses. Darüber hinaus wurde analysiert:

- Mobil-Optimierung: Qualität und Umsetzung
- Mobile App: Betriebssysteme, Nutzungszahlen, Bewertungsschnitt
- Bestellformular- und Anmeldeprozess-Analyse

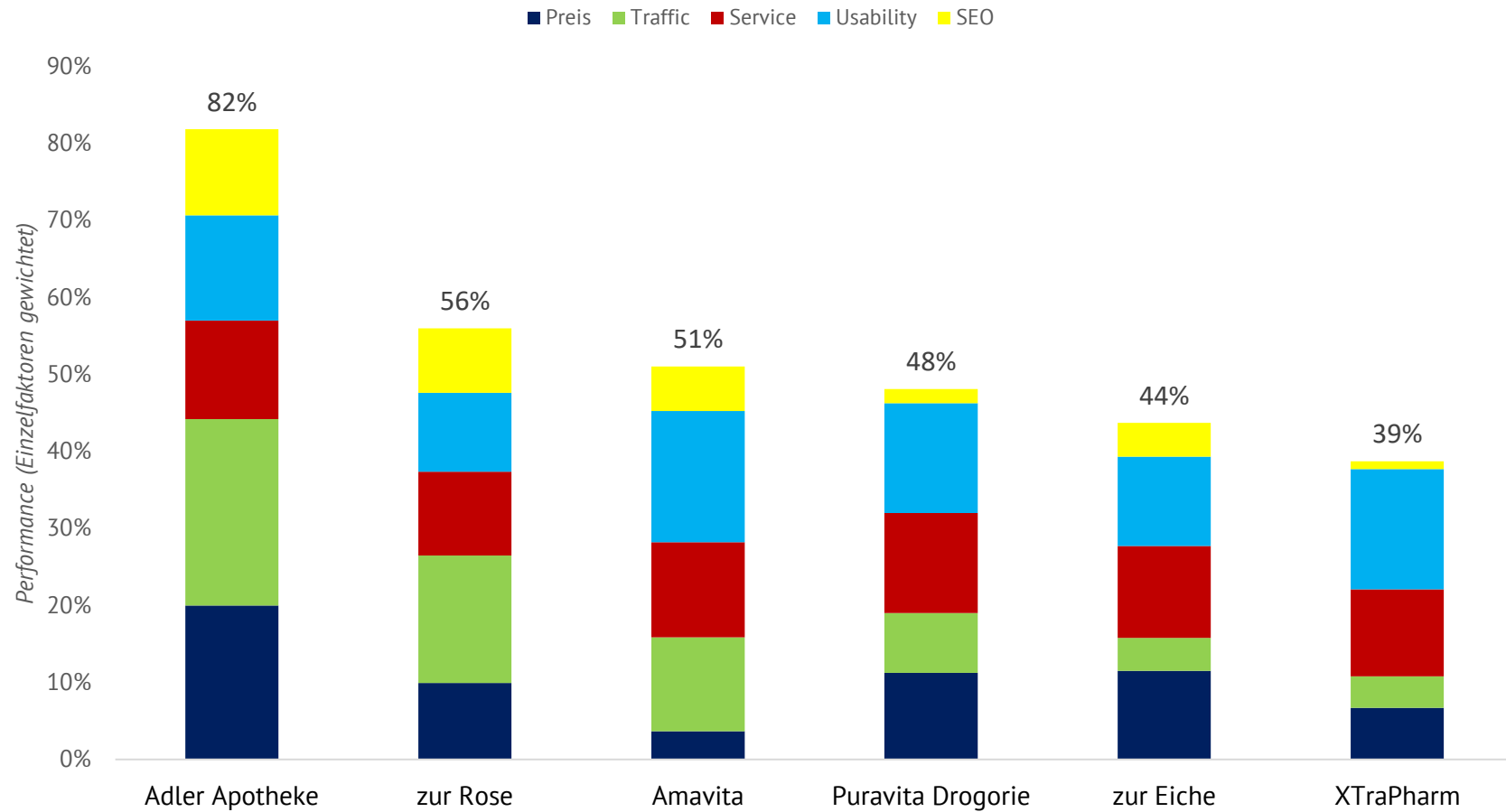
### **SEO**

**15%**

Aktuelle Sichtbarkeit und Entwicklung der Versandapotheken bei Suchanfragen zu Arzneimitteln, Medikamenten und Versandapotheken im Allgemeinen auf Google innerhalb der letzten 24 Monate, gestützt auf Daten der führenden Anbieter in diesem Segment. Zusätzliche Bewertung der Verweise auf die jeweilige Versandapotheke sowie der Domänenpopularität.

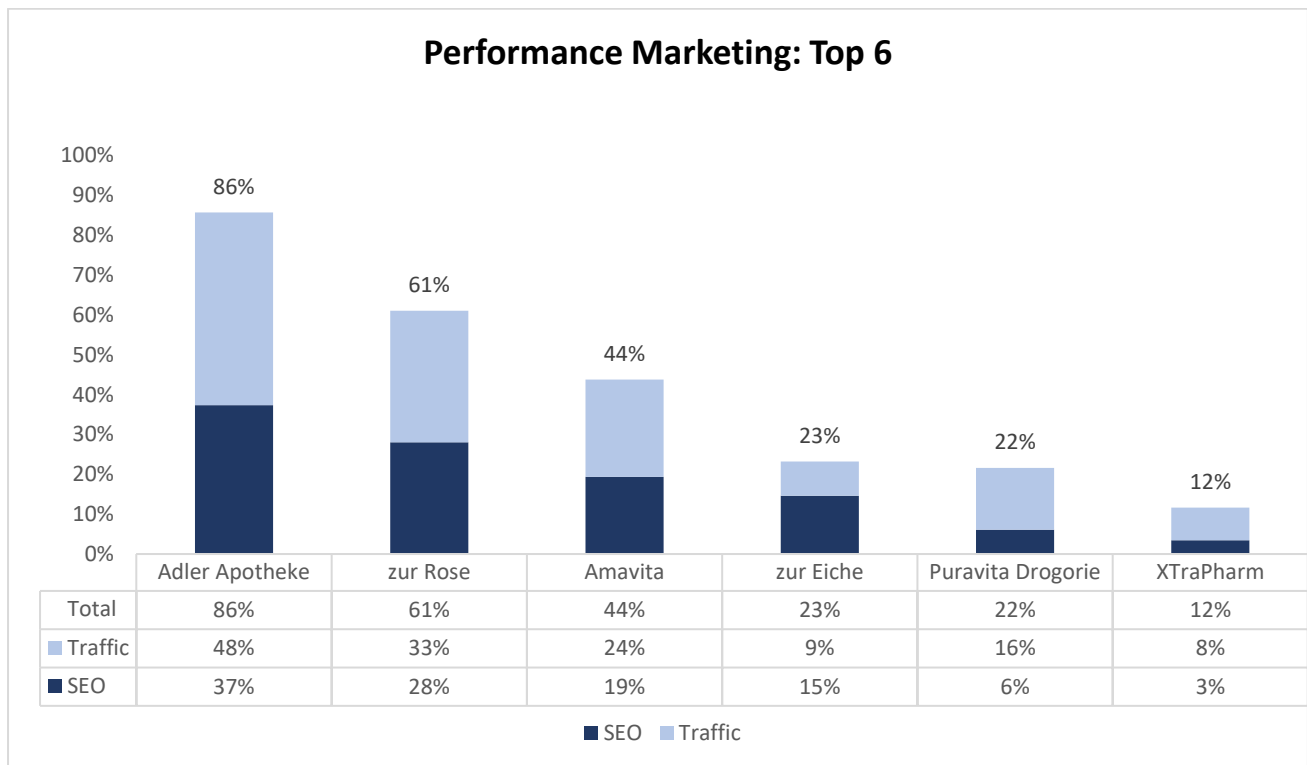
## Gesamtranking Top 6

Online-Apotheken-Study Schweiz 2018



# Teildisziplinen

## Performance Marketing

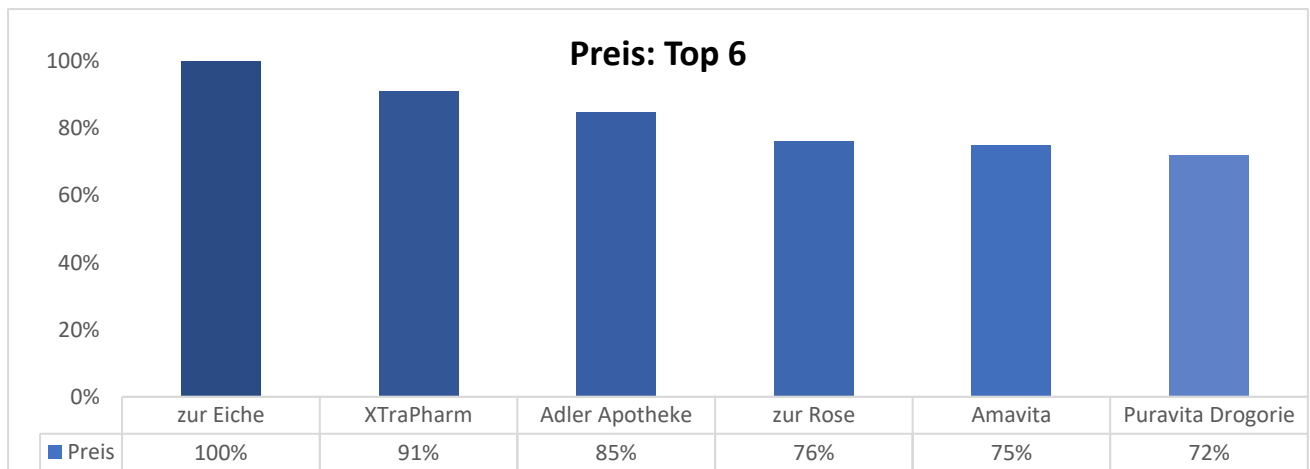


Der Teilbereich Performance Marketing bildet ab, inwieweit es Versandapotheken gelingt, durch nicht-bezahlte Maßnahmen Besucher auf den eigenen Shop zu leiten und diese zu Käufern umzuwandeln. Insgesamt fußt der Wert auf zwei Kernkategorien.

**Erste Kernkategorie** ist Traffic, also der tatsächliche Besucherwert, der sich in der jeweiligen Versandapotheke wiederfindet. Aufbauend auf Panel-Daten von Millionen von Verbrauchern in Kooperation mit führenden Business Intelligence Datenbankanbietern können die tatsächlichen Besucher der jeweiligen Online-Apotheke geschätzt werden. Erfahrungsgemäß spiegeln diese Werte die Realität ziemlich genau wider. Die Daten können daher als belastbar angesehen werden. Zusammen mit dem Preis wird dem Traffic die höchste Gewichtung innerhalb der Versandapothekenstudie zuteil.

**Zweite Kernkategorie** ist SEO (Search Engine Optimization, zu Deutsch Suchmaschinenoptimierung). In der Kategorie SEO wird anhand eines umfangreichen Keyword-Sets (eine Auswahl relevanter Suchbegriffe) erfasst, an welcher Position eine Versandapotheke beim jeweiligen Suchbegriff von Google in den Suchergebnissen gelistet wird. Zusätzlich werden die eingehenden Verweise (Backlinks) auf die jeweilige Versandapotheke gezählt und ausgewertet. Diese zeigen anschaulich, wie hoch die Bekanntheit der jeweiligen Versandapotheke im Internet ist.

## Preis

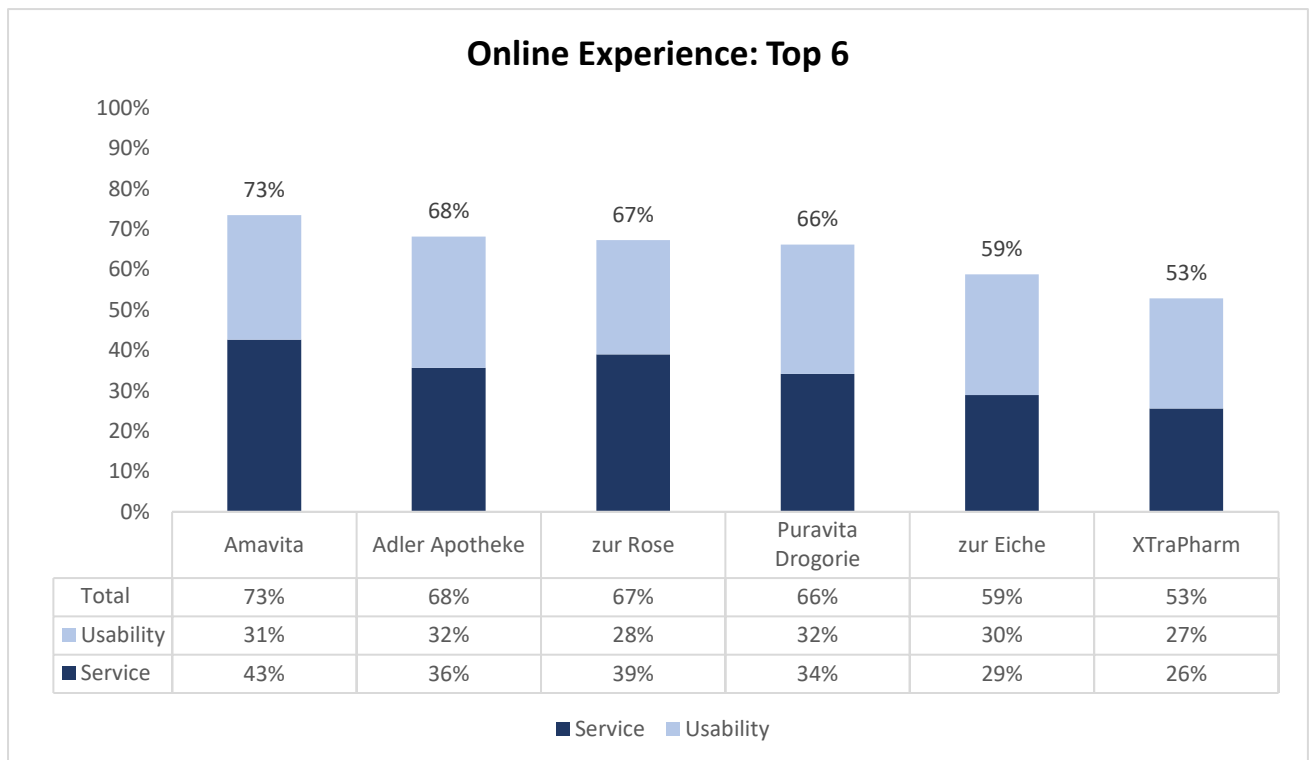


Ein nach wie vor **entscheidender Faktor bei der Kaufentscheidung ist der Preis**. Preisbewusste Käufer entscheiden teilweise ausschließlich anhand des Preises, welche Versandapotheke den „Zuschlag“ erhält.

Durch Zusammenstellung eines breit aufgestellten Warenkorbs mit einem großen Anteil an häufig nachgefragten Produkten wurde ausgewertet, welche Versandapotheke in Summe den günstigsten Gesamtpreis bietet.

Zur Eiche, XtraPharm und die Adler Apotheke sind die drei günstigsten Versandapotheken im Test. Die folgenden Versandapotheken liefern sich ein sehr enges Rennen auf Augenhöhe um den günstigsten Preis. Das ist ein Indiz dafür, dass beim Wettbewerb um den günstigsten Preis die Schmerzgrenzen erreicht sind.

## Online Experience



Doch nicht jeder User macht seinen Kauf alleine vom Preis abhängig. Der Wunsch nach schnellen, auch via Smartphone oder Tablet leicht zu bedienenden und übersichtlichen Shop-Seiten wird immer stärker. Der Grund: Andere Shops zeigen wie und das es geht. Auch hat der Kunde ein immer höheres Bedürfnis an Service. So sollte die Hotline möglichst kostenlos und am besten 24/7 erreichbar sein. Auf Anfragen an die Serviceadresse sollte im Idealfall innerhalb weniger Stunden geantwortet werden. Wer hier die gleiche Beratung wie in einer stationären Apotheke bieten kann, hat die Nase vorne.

Basierend auf fragebogengestützten Einkaufserlebnissen und Usability-Tests mit ausgewählten Personengruppen wurde die Online Experience in zwei Kategorien unterteilt. Usability (z. B. Design, Benutzerfreundlichkeit, Bestellprozess) und Service (z.B. Erreichbarkeit der Hotline, Informationsangebot sowie Qualität der medizinischen Auskunft).

Auch hier liegen die Kontrahenten dicht beisammen. Einzig die Online-Apotheke Amavita kann sich mit leichtem Vorsprung absetzen.

**Die**  
**Studienergebnisse**  
**im Detail**

XtraPharm

# xtrapharm

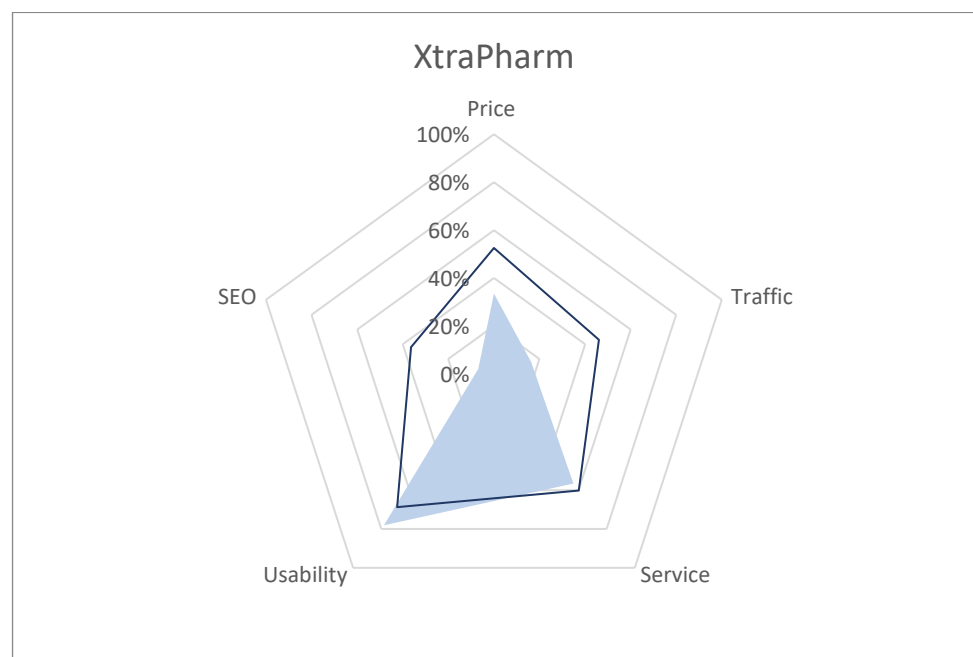
<https://www.xtrapharm.ch/>


### Scores

Preis	34%
Traffic	16%
Service	56%
Usability	78%
SEO	7%



Ø Top 6  
pro Disziplin



Xtrapharm steigt auf einem der hinteren Plätze in das Gesamtranking ein. Die Usability und der gebotene Service können durchaus überzeugen. Im Bereich Usability erzielt die Online-Apotheke sogar den zweiten Platz im Gesamtranking.

Vor allem die Bereiche Traffic und SEO lassen Chancen für eine künftige Verbesserung erkennen. Mit einem angepassten Vermarktungskonzept und einer SEO-Strategie könnte der Neueinsteiger schon bald einen besseren Platz im Ranking einfahren.



Zur Eiche

**zur EICHE**  
seit 1832

[www.eiche.ch](http://www.eiche.ch)

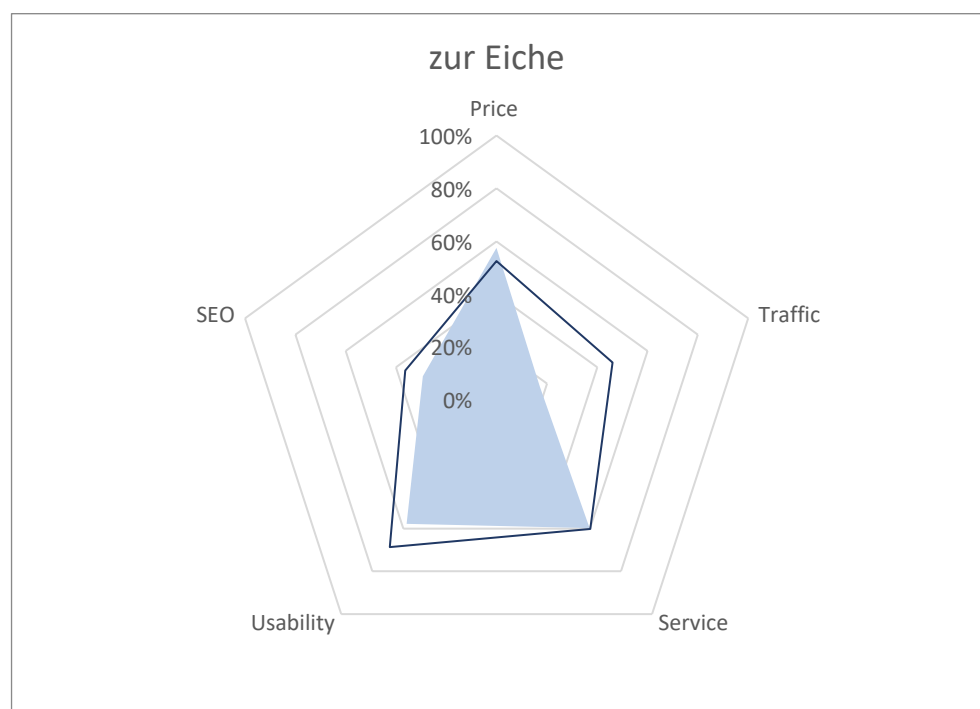


### Scores

Preis	58%
Traffic	17%
Service	60%
Usability	58%
SEO	29%



Ø Top 6  
pro Disziplin



Zur Eiche liegt im Bereich Usability hinter XtraPharm, liegt aber in der Gesamtpformance höher und erzielt damit den vorletzten Platz.

Sorgenkinder sind ebenso wie beim letzten Platz die SEO- und die Traffic-Wertung. Der Hebel für mittelfristig wachsenden wirtschaftlichen Erfolg ist SEO.

## Puravita Drogerie



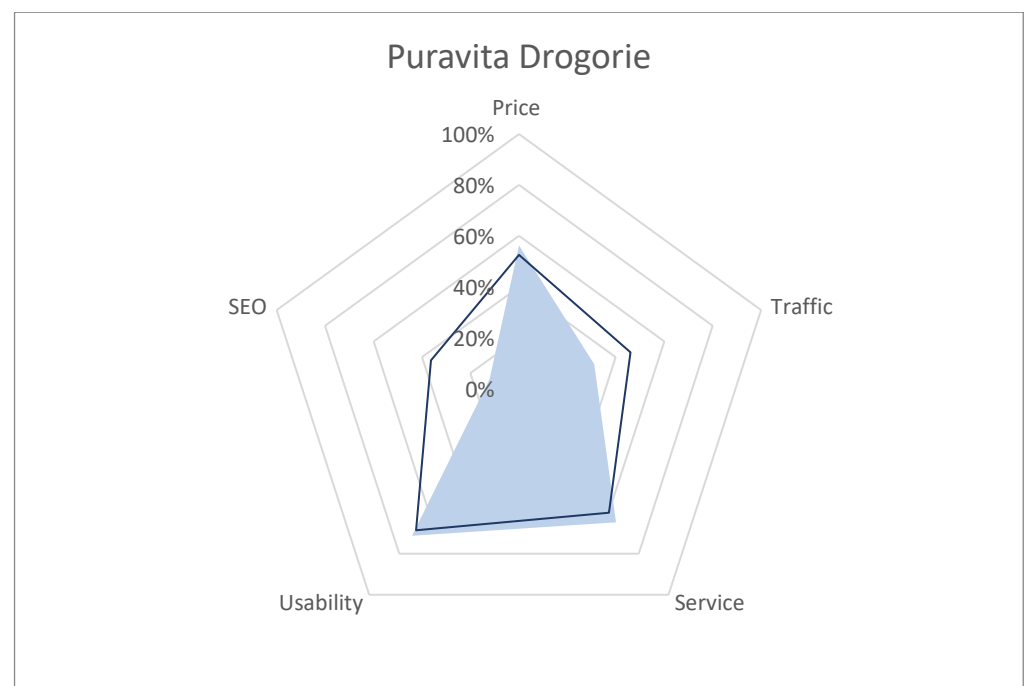
<https://www.puravita.ch/>

### Scores

Preis	56%
Traffic	31%
Service	65%
Usability	71%
SEO	12%



Ø Top 6  
pro Disziplin



Die Top-Platzierung im Bereich Service erzielt in diesem Jahr die Puravita Drogerie Apotheke. Der Bereich Usability sticht aus dem Gesamtranking ebenfalls positiv hervor und bringt die Online-Apotheke insgesamt auf den 4. Platz.

Einen höheren Rang konnte die Puravita Drogerie dennoch nicht erzielen, da die Apotheke im Bereich SEO auf dem vorletzten Platz, und weit hinter den restlichen vier Wettbewerbern liegt.



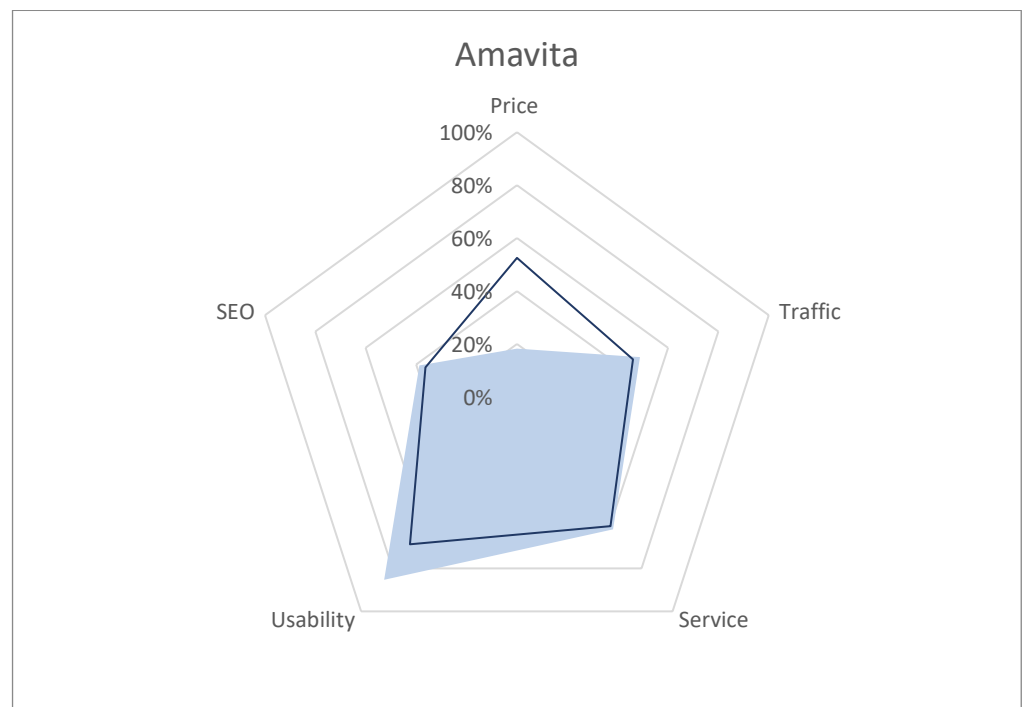
<https://www.amavita.ch/>

### Scores

Preis	18%
Traffic	49%
Service	62%
Usability	85%
SEO	39%



Ø Top 6  
pro Disziplin



Mit Platz 3 siedelt sich die Amavita im Mittelfeld an. Top-Bewertungen gab es vorrangig für die Usability. In diesem Bereich erreicht die Apotheke mit 85% die Höchstpunktzahl und

Einziger echter Wermutstropfen ist die Preis-Performance. Im Vergleich zu den Wettbewerbern liegt die Amavita weit unter dem Durchschnitt und bietet die Produkte zu einem höheren Preis an. Um die Attraktivität zu steigern, wäre eine Preissenkung von Vorteil.

Zur Rose

*zur Rose*

<https://shop.zurrose.ch>

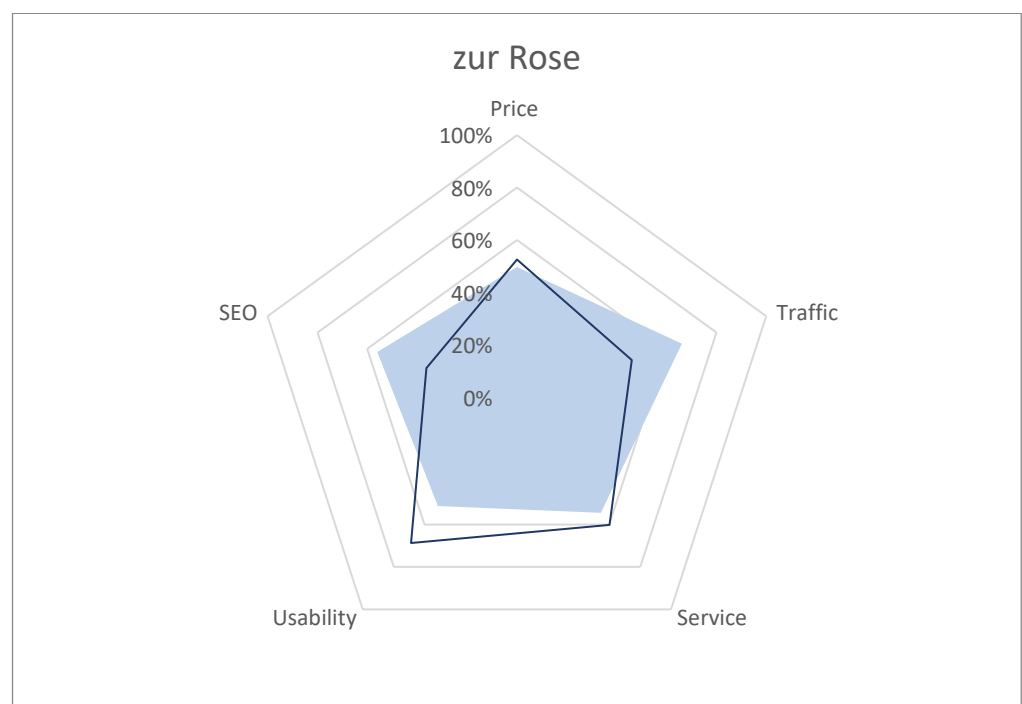


#### Scores

Preis	50%
Traffic	66%
Service	54%
Usability	51%
SEO	56%



Ø Top 6  
pro Disziplin



Mit einer guten Gesamtleistung erlangt die Apotheke zur Rose den 2. Platz.

Vor allem im Bereich Traffic konnte sich die beweisen und hat hier ebenfalls die zweitbeste Leistung erbracht.

Wenn die Online-Apotheke weiterhin eine solide Performance in den einzelnen Bereichen absolviert und sich bei den Punkten Preis und Usability steigert, kann auch im nächsten Jahr ein gutes Ranking erzielt werden.

## Adler Apotheke



<https://www.adlershop.ch>

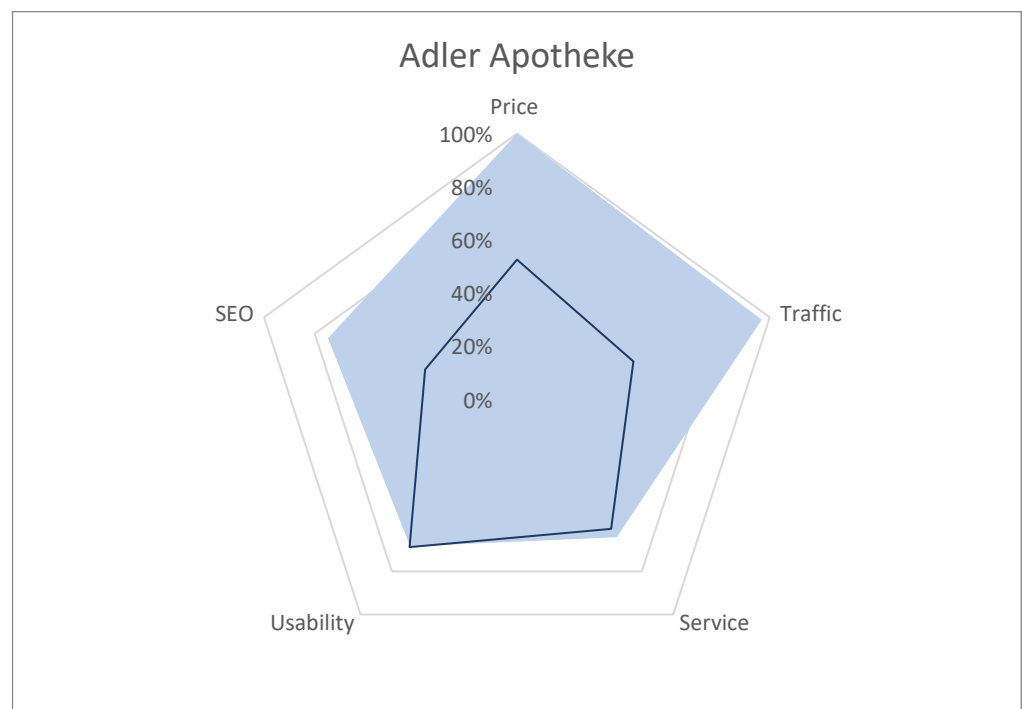


### Scores

Preis	100%
Traffic	97%
Service	64%
Usability	68%
SEO	75%



Ø Top 6  
pro Disziplin



Eine sehr gute Leistung in allen Bereichen erzielt die Adler Apotheke im Gesamtranking. Besonders die Punkte Preis und Traffic erreichen Bestwerte.

Auch wenn es bessere Wettbewerber in der Service- und Usability-Performance gibt, schafft es die Adler Apotheke in der Gesamtauswertung an die Spitze der Versandapotheken.

# Kontakt- informationen

## Kontakt

Sie haben Fragen, Feedback oder wünschen sich Beratung?

Gerne ist das Dr. Kaske E-Commerce Team für Sie da:



**Marie Sophie Kaiser**  
*Studienautorin &  
Marketing and  
Communications Manager*  
+49 89 242156 516  
[Email](#)



**Ebru Pekel**  
*Studienautorin & Content  
Marketing Manager*  
+49 89 242156 20  
[Email](#)



**Fabian Kaske**  
*Studienautor &  
Geschäftsführer*  
+49 89 242156 517  
[Email](#)



**Dr. Roland Kaske**  
*Geschäftsführer &  
Gründer*  
+49 89 242156 517  
[Email](#)



**Rafael Adler**  
*Online Marketing  
Manager*  
+49 89 242156 12  
[Email](#)



**Enrico Faidt**  
*Smile Customer Service*  
+49 89 242156 519  
[Email](#)



**Kim Lander**  
*Cross Media Marketing  
Manager*  
+49 89 242156 25  
[Email](#)



**Sascha Walk**  
*Smile Projektmanager*  
+49 89 242156 515  
[Email](#)



## Sie möchten die Wachstumschance des Online-Handels optimal nutzen?

Smile, unsere Smart Intelligence eCommerce Plattform, macht die eCommerce Analyse zu einem Kinderspiel.

### Ihre Vorteile mit Smile

1. **KPIs:** Messung der Online-Performance Ihrer Produkte
2. **360° Konkurrenzbeobachtung:** Messung der Performance Ihrer Wettbewerber
3. **Produkt:** Maximierung der Produktseitenqualität und Kaufwahrscheinlichkeit
4. **Verfügbarkeit und Listung:** Automatisierte Prüfung
5. **Sichtbarkeit:** Maximierung der Auffindbarkeit im Versandhandel
6. **WKZ:** Effizienter Einsatz Ihrer Werbegelder
7. **Preis:** eCommerce Preismonitoring für Marken
8. **Kundenbewertung:** Screening von Produktratings
9. **Arbeitsentlastung:** Massive Zeitersparnis durch Automatisieren manueller Datenprüfprozesse

**Jetzt kostenlos informieren:**

<https://drkaske.de/smile>