



Analyse und Bewertung der Indikationsangebote im Internet



Benchmarking Websites Pharma 2007



**3700 Websites von 100 Pharmaunternehmen wurden einbezogen.
5 Studien bewerten eingehend die Angebote für Patienten und Ärzte**

Die Consert-Studie Benchmarking Websites Pharma 2007 beleuchtet nun bereits zum neuntenmal den Internetauftritt der Pharmaunternehmen. Über 3700 Indikationsangebote fern Patienten, Ärzte und Apotheker von 100 Pharmaunternehmen im Internet wurden diesmal einbezogen und nach Krankheitsbildern bewertet. Die Studie ist in 5 Teilbereichen untergliedert, die jeweils einen anderen Blickwinkel repräsentieren. Detaillierte Ergebnisse zu den Indikations-Websites und den Anbietern können in der Indikationsdatenbank gesundheitsregister (www.gesundheitsregister.de) aufgerufen werden. Die 5 verschiedenen Studienteile, die jeweils einen speziellen Untersuchungsbereich beschreiben, sind:


 Studie Benchmarking Websites Pharma 2007	
Studie 1	Gesamtergebnisse für Patienten und Fachkreise
Studie 2	Profile und Ergebnisse für alle 100 Pharmaunternehmen
Studie 3	Präsenz und Statistik der Indikationen
Studie 4	Basisdaten Anbieter und Statistik Angebotsstruktur
Studie 5	Benchmarking für 18 Indikationsbereiche
Information	www.consert.de und www.gesundheitsregister.de

Tabelle 1: Steckbrief der Studie 2007

Zielsetzung	Umfassende Analyse des Webauftritts von 100 Pharmaunternehmen für die Zielgruppen Patienten und medizinische Fachkräfte
Einbezogene 100 Pharmaunternehmen Neue Anbieter fett	1a Pharma, 3M Pharma, Abbott, Aliud Pharma, ALK-SCHERAX, Amgen, APOGEPHA, Astellas Pharma, AstraZeneca, AWD.pharma, Basics, Bausch & Lomb , Baxter, Bayer HealthCare, Bayer Vital, Berlin Chemie, betapharm, Biogen Idec, BIONORICA, Biotest, Boehringer Ingelheim, Bristol-Myers Squibb, Chugai, CSL Behring , CT Arzneimittel, Cythochemie, Dermapharm , Desitin, DEXCEL Pharma , Dr. Falk, Dr. Kade , Dr .R. Pfleger, Eisai, essex pharma, FERRING , Fresenius Kabi, GALDERMA , Genzyme, GlaxoSmithKline, Grünenthal, HAL ALLERGIE, HERMAL, HEEL , Hexal, Hormosan Pharma , INFECTOPHARM, Intendis, Janssen-Cilag, Jenapharm, Krewel Meuselbach , KyraMed, Lilly, Lundbeck, MADAUS, MEDA Pharma, Medac, MEDICE , Merck, Merck dura, Merckle Recordati, Merz Pharmaceuticals, MSD, mundipharma, Novartis Pharma, Novartis Behring, Novo Nordisk, Nycomed , Opfermann, ORGANON, Orion Pharma, Otsuka Pharma, Pfizer, Pierre Fabre, Pohl-Boskamp, Procter & Gamble, ratiopharm, ribosepharm, Riemser, Roche, SANDOZ, Sanofi Pasteur MSD , Sanofi-Aventis, Schaper & Brümmer, Schwarz Pharma, Serono, Solvay, STADA, Strathmann, SYGNIS Pharma , TAD, Takeda, Talerics , Taurus Pharma, TEVA , UCB, URSAPHARM, Weleda,

	Winthrop, Wyeth.
Erhebungszeitraum:	Fortlaufend, Schwerpunkt Oktober 2007 bis Dezember 2007
Einbezogene Websites	Über 2000 Indikations-Sites für Patienten und über 1600 Sites für med. Fachkreise. Ohne OTC-Bereich, hierfür eigene Studie geplant.
Bewertungsaspekte Indikationen	183 Einzelindikationen (von Allergologie bis zu Zahnheilkunde) innerhalb 18 Hauptgruppen, 120 Einzelindikationen im OTC-Bereich (nur Studie 4).
Detail-Bewertung Websites Patienten	50 Bewertungsaspekte für die Angebotsbewertung von Patienten innerhalb von 4 Hauptgruppen
Detail-Bewertung Websites Fachkreise	100 Bewertungsaspekte bzgl. der Angebotsstruktur für medizin. Fachkreise innerhalb von 6 Hauptgruppen und 17 Untergruppen
Benchmarking und – Gesamt-Bewertung	Zuordnung der Bewertungs-Punktzahl pro Indikationsangebot in einer Benchmarking-Skala von 1 bis 5 für 18 Indikationsbereiche sowie indikationsübergreifendes Gesamt-Ranking
Ergebnis-Darstellung der Studie im Internet	Darstellung der wichtigsten Ergebnisse: Homepage Consert Online Service: www.consert.de Indikations-Benchmarking: Portal www.gesundheitsregister.de . Siehe Rubriken: Benchmarking 2007, Bewertung, Pharma-Unternehmen
Kosten für die Studie 1	Die Studie ist in 5 Modulen erhältlich (Angaben zzgl. MwSt):
Studie 2	Gesamtergebnisse für Patienten und Fachkreise, € 1:000,-
Studie 3	Profil und Ergebnisse für alle 100 Pharmaunternehmen, € 900,-
Studie 4	Präsenz und Statistik von Indikationen, € 700,-
Studie 5	Basisdaten Anbieter und Statistik Angebotsstruktur € 700,-
alle 5 Studien	Benchmarking für 18 Indikationsbereiche, € 1.500,- Komplett alle 5 Module: € 4.200,-; Bestandskunden € 3.300,-.

Studie 1	Gesamtergebnisse für Patienten und Fachkreise
-----------------	--

In der Studie 1 werden die Untersuchungsergebnisse für die 18 Haupt-Indikation (von Allergologie bis Urologie) zusammenfassend in Form eines Gesamt-Rankings dargestellt. Als Ergebnis der Summe aller Einzelbewertungen wurde ein Ranking der Angebotsleistung erzielt, die als die Gesamt-Kompetenz eines Anbieters betrachtet werden kann. Dieses indikationsübergreifende Gesamt-Ranking wird aus der punktbezogene Einstufung pro Websites und der Rangplätze pro Indikationsbereich gebildet. Es handelt sich dabei um die Rankingverfahren A, B aus der Studie 5 (Indikations-Benchmarking) sowie das Rankingverfahren C aus der Studie 4. Das Gesamt-Ranking wird dabei mittels verschiedener Tabellen und Charts verdeutlicht, die sowohl alphabetisch als auch nach Rangplätzen geordnet sind.

Ergebnisse der inhaltlichen Bewertung - Rankingverfahren A, B und C

Der Webauftritt wurde, wie bereits in den Vorjahren, aus verschiedenen methodischen Blickrichtungen festgehalten, um die Positionierungen der Anbieter prägnant beschreiben zu können.

- | | |
|---|---------------------------------|
| Ranking A Bewertung Haupt-Indikationen | → Kennzahl für 18 Rangplätze |
| Ranking B Bewertung Einzel-Indikationen | → Kennzahl für 183 Indikationen |
| Ranking C Bewertung Angebotsqualität | → Kennzahl aus Mittelwert |

Hinweis: Die Ranking-Verfahren A und B werden eingehend in der Studie 5 beschrieben, das Ranking C (Angebotsqualität) in der Studie 4.

Ergebnisse Ranking A Haupt-Indikationen

Beim Rankingverfahren A wird eine Kennziffer für die Rangplätze bei den 18 Hauptindikationen ermittelt. Dazu wurden die Rangplätze 1 bis 20 mit jeweils einer Punktzahl bewertet, die von 20 Punkte für den Rang 1 bis 1 Punkt für den Rang 20 reicht. (Dieses Verfahren ist auch bei sportlichen Wettbewerben stark verbreitet, wo jeder Rangplatz pro Wettbewerb gepunktet wird).

Hier belegten **Roche, Bayer Vital** (nach der Fusion mit Schering von Rang 5 im Vorjahr vorge-rückt) **Hexal, Pfizer** und **Boehringer / Sanofi-Aventis** die Top-Plätze mit der durchschnittlich besten Präsenz bei den 18 Indikationsbereichen. Es folgen **Wyeth Pharma, GlaxoSmithKline, MSD** und **Novartis** auf den Rängen 6 bis 10.

Ergänzend wurde hier und bei den weiteren Verfahren ein separates Ranking für Patienten und Fachkreise erstellt. In das Spitzenfeld für die Patienten konnte **AstraZeneca** auf Rang 5 vorrücken, bei den Fachkreisen sind die Top-Anbieter mit dem Gesamt-Ranking identisch.

Abb. 2: Gesamt-Ranking - Verfahren Ranking A bis C, zielgruppenübergreifend

Gesamt-Ranking, Ranking A-C, alle Zielgruppen	Ranking A Kennzahl für Rangplätze Haupt-Indikationen	Ranking B Kennzahl für Indikationen Einzel-Indikationen	Ranking C Kennzahl aus Mittelwert Angebots-Qualität
	Roche	Roche	HAL ALLERGIE
Top- Gruppe	Bayer Vital	Bayer Vital	ribosepharm
	Hexal	Pfizer	Merz Pharmaceut.
Rang 1 - 5	Pfizer	Sanofi-Aventis	Hexal
	Boehringer Ingelh.	Boehringer Ingelh.	Biogen Idec
Spitzenfeld	Sanofi-Aventis	Hexal	Sanofi Pasteur MSD
	Wyeth Pharma	Wyeth Pharma	Schwarz Pharma
	GlaxoSmithKline	GlaxoSmithKline	Roche
Rang 6 - 10	MSD	Merck Pharma	MSD SHARP
	Novartis	Lilly	Boehringer Ingelh.
oberes Mittelfeld Rang 11 - 15	AstraZeneca	AstraZeneca	essex pharma
	Merck Pharma	Novartis	STADA
	Janssen-Cilag	Schwarz Pharma	Serono
	Schwarz Pharma	Janssen-Cilag	GlaxoSmithKline
	Lilly	MSD	Merck Pharma

Ergebnisse Ranking B Einzel-Indikationen

Zusätzlich wurde noch ein indikationsübergreifendes Ranking B erstellt, in dem alle Angebote gleichwertig einbezogenen wurden. Dieses Verfahren gibt ein genaues Bild der Angebotsbreite und unterstützt Anbieter mit vielen Websites, unabhängig von einer Dominanz in einzelnen Indikationsbereichen. Die Punktzahl aller Websites pro Anbieter auf einer Scala von 5 (bestes Angebot) bis 1 wurden hierzu zusammengezählt. Das Feld der Spitzenreiter blieb mit **Roche, Bayer Vital, Pfizer, Sanofi-Aventis** und fast gleich, nur Sanofi-Aventis kam anstelle **Hexal** (nun Rang 6) in diese Gruppe. Es folgen **Wyeth Pharma, GlaxoSmithKline, Merck Pharma** und **AstraZeneca** auf den Top-Rängen 6 bis 10.

Ergebnisse Ranking C Angebotsqualität

Ergänzend wurde als dritte Kennzahl die bereits genannte Angebotsqualität (Ranking C) berücksichtigt, die als Mittelwert aus allen Angebotseinstufungen gebildet wird. Auch Anbietern ohne breitem Angebotsspektrum wird hierdurch eine Chance geboten, mit anspruchsvollen Websites im Ranking berücksichtigt zu werden.

Zielgruppenübergreifend belegen die Anbieter **HAL ALLERGIE / ribosepharm, Merz Pharmaceuticals** und **Hexal** wie im Vorjahr Rang 1 bis 4. Neu kam **Biogen Idec** auf Rang 5 hinzu. Auf den nachfolgenden Rängen sind **Sanofi Pasteur MSD, Schwarz Pharma, Roche, MSD** und **Boehringer** vertreten. Grössere Unterschiede als bei den Kennzahlen A und B ergaben sich dadurch bei den Zielgruppen. Bei der Angebotsqualität der Websites für die Fachkreise sind ausser den genannten noch folgende Top-Anbieter vorhanden: **Serono** und **Dr. Falk** auf Rang 2 und 3 sowie **STADA** auf Rang 9. Bei den Patienten sind noch **ALK-SCHERAX** (Rang 3), **Amgen** und **GlaxoSmithKline** in der Spitzengruppe der 10 besten Anbieter vertreten.

Ergebnisse des Gesamt-Rankings

Aus den drei genannten Verfahren der Rankings A bis C wurde ein Mittelwert der Rangplätze gebildet und daraus ein Gesamt-Ranking berechnet. In diesem Gesamt-Ranking sind damit sowohl die jeweiligen Rangplätze bei den 18 einbezogenen Indikationsbereichen (z.B. Onkologie, Herz-Kreislauf), die Bewertung aller Websites (Einzel-Indikationen) und die (durchschnittliche) Angebotsqualität berücksichtigt. Durch die drei methodischen Verfahren werden unterschiedliche Betrachtungsweisen berücksichtigt und eine ausgewogene Bewertung gewährleistet.

Abb. 3: Gesamt-Ranking (beide Zielgruppen sowie für Fachkreise und Patienten)

Rangplatz	Gesamt-Ranking alle Zielgruppen	Ranking Fachkreise	Ranking Patienten
Top- Gruppe Rang 1 - 5	Roche	Roche	Roche
	Hexal	Hexal	Hexal
	Boehringer	Merck Pharma	Boehringer
	GlaxoSmithKline	MSD	Schwarz Pharma
Spitzenfeld Rang 6 - 10	Pfizer	Lilly	GlaxoSmithKline
	Bayer Vital	Pfizer	Pfizer
	MSD	Boehringer	Merz Pharmaceut.
	Schwarz Pharma	GlaxoSmithKline	Novartis
oberes Mittelfeld Rang 11 - 15	Merck Pharma	Bayer Vital	Bayer Vital
	Merz Pharmaceut.	Merz Pharmaceut.	MSD
	Lilly	Schwarz Pharma	Abbott
	Novartis	Novartis	AstraZeneca
	Sanofi-Aventis	Wyeth	Stada
	AstraZeneca	Sanofi-Aventis	Merck Pharma
	Stada	essex pharma	Lilly
	Wyeth		Sanofi-Aventis

Zielgruppenübergreifend kristallisieren sich die **Pharmafirmen Roche, Hexal, Boehringer Ingelheim, GlaxoSmithKline** und **Pfizer** unverändert zum Vorjahr als die leistungsfähigsten Anbieter für alle Indikationsangebote heraus. Weitere Spitzenplätze belegten **Bayer Vital** (neu) / **MSD, Schwarz Pharma** und **Merz Pharmaceuticals** auf den Rängen 6 bis 10 sowie **Lilly, Novartis, Sanofi-Aventis** auf den Rängen 11 bis 13 sowie **AstraZeneca, STADA** und **Wyeth** ranggleich auf Platz 14.

Bei der Zielgruppe **Fachkreise** sind die Spitzenreiter auf Platz 1 **Roche**, auf Rang 2 **Hexal**, **Merck Pharma** und **MSD** sowie auf Rang 5 **Lilly** und **Pfizer**. Es folgen auf den Rängen 7 bis 10 die Anbieter **Boehringer Ingelheim**, **GlaxoSmithKline**, **Bayer Vital** und **Merz Pharmaceuticals / Schwarz Pharma**. Am stärksten verbessert haben sich im Vergleich zum Vorjahr damit **Lilly** und **Bayer Vital**.

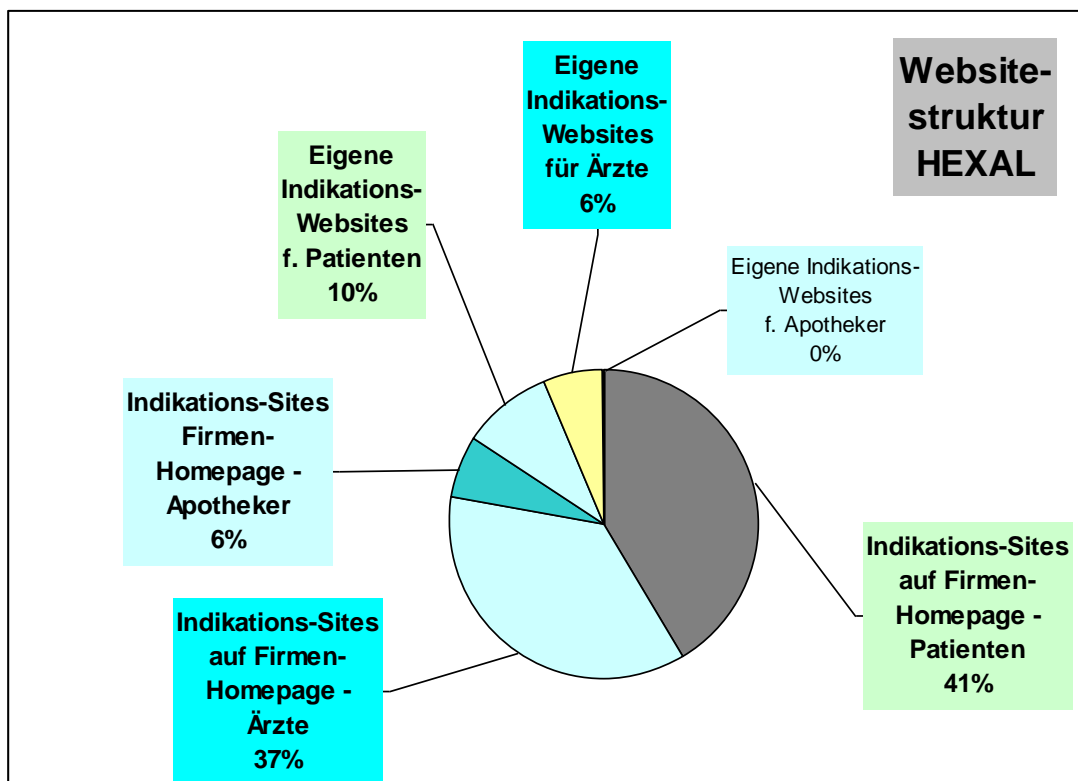
Für die Patienten war wiederum **Roche** über alle 18 Hauptindikationen führend vor **Hexal**, **Boehringer**, **GlaxoSmithKline** und **Schwarz Pharma**. Weitere TOP-Anbieter mit einem breiten Indikationsangebot für Patienten sind **Pfizer**, **Merz Pharmaceuticals**, **AstraZeneca**, **Novartis**, **Bayer Vital** und **MSD** auf den Rängen 6 bis 10. Merz hatte hier den grössten Sprung nach oben.

Studie 2	Profile und Ergebnisse für alle 100 Pharmaunternehmen
----------	--

In der Studie 2 **Profile und Ergebnisse für alle 100 Pharmaunternehmen** werden die wichtigsten Ergebnisse und Kennzahlen pro Pharmaunternehmen präsentiert. Damit sind die wichtigsten Daten zur Angebotsstruktur und dem Bewertungs-Ranking auf einem Blick vorhanden.

Beginnend mit der Angebotsstruktur in absoluten Werten wird nachfolgend die prozentuale Angebotsstruktur in einem Kuchendiagramm dargestellt. Bezugspunkt ist immer die Gesamtzahl aller Indikations-Angebote eines Unternehmens.

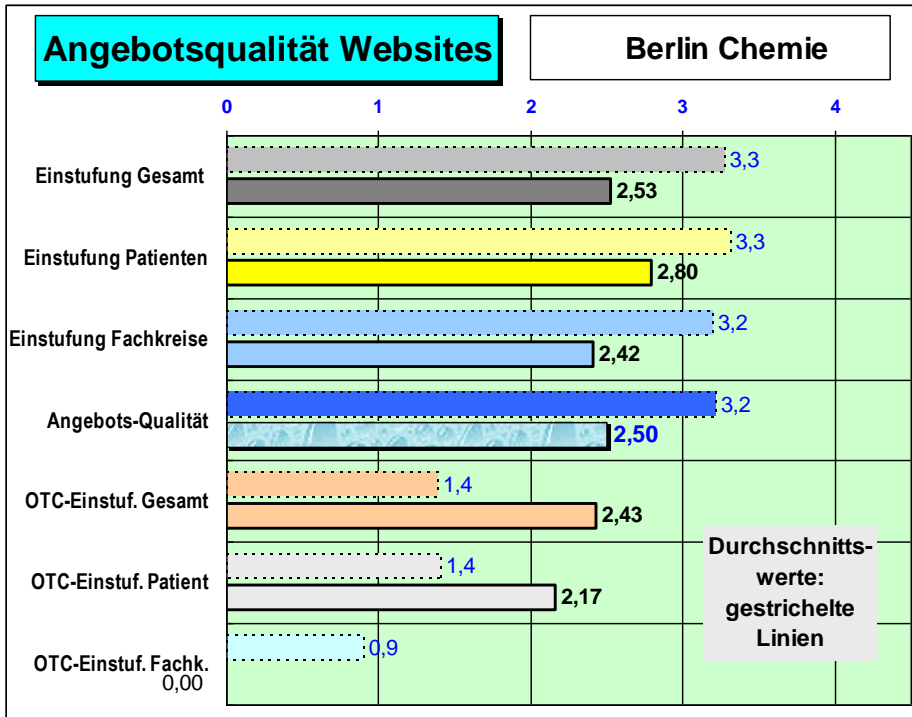
Abb. 4 prozentuale Angebotsstruktur (aus Studie 2)



Die Angebote wurden gegliedert nach den Zielgruppen Ärzte, Apotheker und Patienten sowie die Web-Präsenz unterschieden in Firmen- oder Domain-Homepages. Durch die prozentuale Darstellung wird sofort die Positionierung der Indikationsangebote eines Pharmaunternehmens erkennlich. Es wird z.B. deutlich, ob sich die Angebote schwerpunktmässig an die Patienten oder die medizinischen Fachkreise richtet. Auch die Bevorzugung von Firmenhomepages bzw. Domain-Websites für die Indikationsangebote wird sichtbar.

Weitere Auswertungen wurden zur Darstellung der **Angebotsqualität** sowie der **Zielgruppen-** und der **OTC-Orientierung** der Pharmaunternehmen auf ihren Websites vorgenommen. Bei gleichwertiger Ausrichtung beträgt z.B. das Verhältnis Patienten / Fachkreise 50 % : 50 %; der Wert kann bis zu 100 % für eine Zielgruppe ansteigen. Der Anteil für die andere Zielgruppe ist dann 0 Prozent.

Abb. 5 Angebots-Qualität (aus Studie 2)



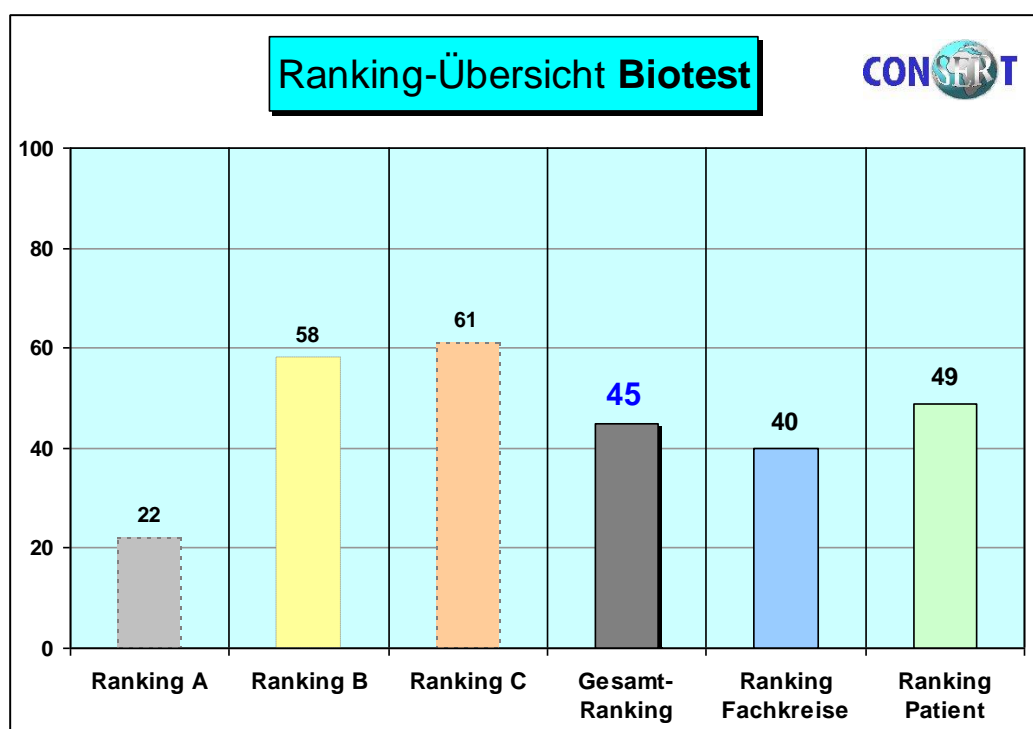
Die linke Grafik enthält Angaben zur Angebotsqualität der Zielgruppen Patienten und Fachkreise sowie die übergreifende Gesamteinstufung. Die Einstufungs-Scala geht von 1 bis maximal 5 (besten Wert).

Zusätzlich werden, soweit vorhanden, auch Daten zur Angebotsqualität der OTC-Websites präsentiert.

Für alle Kennziffern sind gestrichelt die jeweiligen Durchschnittswerte zum Vergleich angegeben.

Ein wichtiger Bereich ist auch die Präsentation der Benchmarking-Ergebnisse aus den Studien 3 und 5. Es werden sowohl die Daten zum Ranking A bis C, als auch das Ranking pro Zielgruppe und das übergreifende Gesamt-Ranking dargestellt.

Abb. 6 Ranking-Übersicht pro Anbieter (aus Studie 2)



Weiterhin wurden die Ergebnisse des Indikations-Benchmarkings für die 18 erfassten Indikationsbereiche präsentiert. Damit ist sowohl die Ausrichtung auf die Therapiebereiche erkennbar (leere Zeilen bedeuten keine Indikationsangebote), wie die Ausrichtung auf die Zielgruppen Patienten und Fachkreise.

Abb. 7 Ergebnisse Indikations-Benchmarking (aus der Studie 2)

Studie 2 FERRING Rangplätze der 18 Haupt-Indikationen für die Zielgruppen	Rangplätze Haupt-Indikationen		
	Patienten	Fachkreise	Patienten & Fachkreise
Allergologie			
Athmungssystem, Pulmologie			
Chirurgie & Intensivmedizin			
Endokrine-, Ernähr-, Stoffwechsell.	25	22	26
Gynäkologie	10	5	6
Haut-Krankheiten			
Herz-Kreislauf, Kardiologie			
Infektionskrankheiten			
Innere Medizin, Verdauungs-Störungen	20	19	18
Neurologie (ZNS)			
Onkologie			38
Orthopädie, Muskel-Sk.			
Pharmakol. & Apotheken		26	30
Psychische Störungen			
Sonstige Facharztgebiete	12	10	8
Urogenitalsystem & Nephrologie	26	16	24
Weitere Indikationen			
Fortbild., Management, Service			
Anzahl Websites Anbieter	5	6	7
Gesamt-Ranking	46	49	46

Beispielhaft wird hier die Ergebnisdarstellung aus dem Benchmarking für die 18 Indikationsbereiche, getrennt zu beiden Zielgruppen, aufgezeigt. Pro Indikationsbereich, z.B. Innere Medizin, sind die Rangplätze für einen Anbieter aufgeführt. Es wird ersichtlich, zu welchen Indikationsbereichen die Pharmaunternehmen Websites anbieten und welche Positionierung im Ranking pro Indikationsbereich vorhanden ist. Die Zahlen stellen den Rangplatz pro Indikation dar, die Spitzenplätze 1 bis 10 wurden farblich hervorgehoben.

Studie 3	Präsenz und Statistik der Indikationen
----------	---

Präsenz der Therapiebereiche im Internet

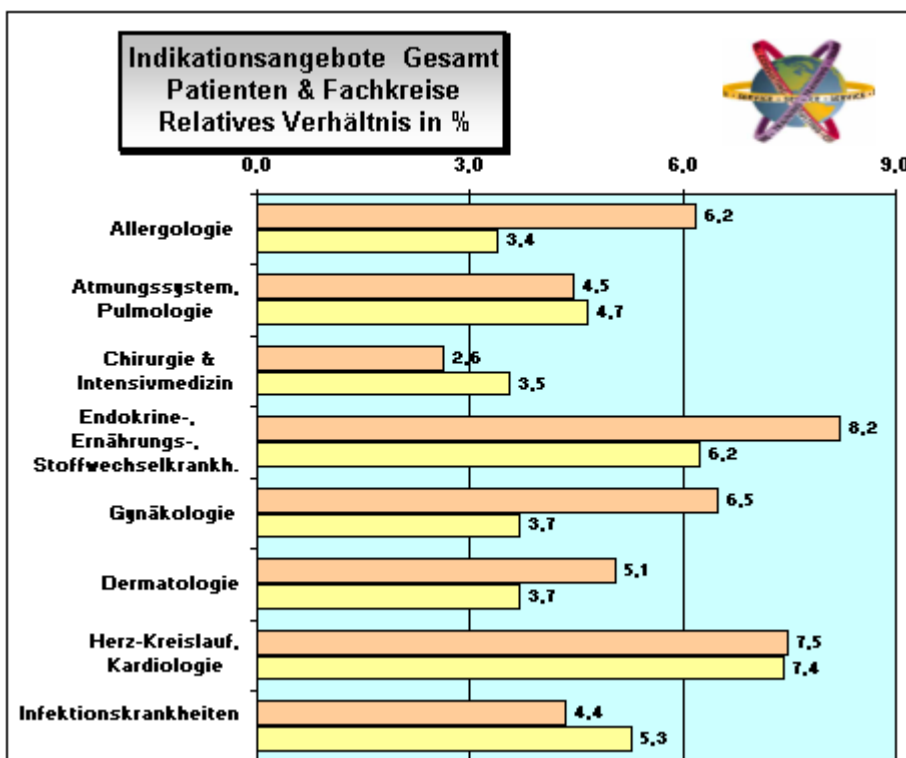
Die ca. 3000 Indikationsangebote wurden detailliert mithilfe von 183 Einzelindikationen (von Allergologie bis zu Zahnheilkunde) erfasst, bewertet und in 18 Hauptindikationen zusammengefasst. Zielsetzung der Studie 3 ist die Erfassung, Gliederung und Beschreibung der Präsenz der Angebote in 18 Indikationsbereichen. Angebote zur Selbstmedikation wurden in einer separaten Bestandsaufnahme berücksichtigt. Bis auf unterschiedliche Therapiegebiete, z.B. fehlt der Indikationsbereich Onkologie, dafür ist der Bereich Wellness hier aufgeführt, ist die Darstellung des OTC-Bereiches methodisch identisch.

Abb. 8 Präsenz der 18 Indikationsbereiche

Indikationsbereiche	Prozentanteil für	Pat.	Ärzte	Alle	Alle 2006	Patient. orient.	Arzt orient.
Allergologie		6,2	3,4	4,6	4,9	ja	
Atmungssystem, Pulmologie		4,5	4,7	4,6	5,7		
Chirurgie & Intensivmedizin		2,6	3,5	3,1	3,4		ja
Endokrine-, Ernährungs-, Stoffwechselkrankheiten		8,2	6,2	7,1	6,9	ja	
Gynäkologie		6,5	3,7	4,9	4,9	ja	
Dermatologie		5,1	3,7	4,3	3,8	ja	
Herz-Kreislauf, Kardiologie		7,5	7,4	7,4	7,6		
Infektionskrankheiten		4,4	5,3	4,9	4,5		ja
Innere Medizin & Verdauungs-Störungen		4,8	4,2	4,4	4,9		
Neurologie / Zentralnervensystem		9,7	8,5	9,0	8,8	ja	
Onkologie		11,1	9,4	10,2	11,2	ja	
Orthopädie, Muskel-Skelett		7,0	6,5	6,7	6,9		
Pharmakologie & Apotheken		2,2	6,1	4,4	3,5		ja
Psychische und Verhaltens-Störungen		6,6	5,6	6,0	5,4	ja	
Sonstige Facharztgebiete		2,3	1,8	2,0	1,9		
Urogenitalsystem & Nephrologie		6,5	5,2	5,8	5,6	ja	
Weitere Indikationen (interdisziplinär)		3,0	2,8	2,9	3,1		
Fortbildung, Management, Service		1,9	11,9	7,5	7,1		ja
alle Angaben in Prozent		100%	100%	100%			

Die fünf am breitesten vertretenen Hauptindikationen erreichen zusammen bereits 41,4 Prozent aller Angebote. Dazu gehört **Onkologie** mit 10,2% aller Websites sowie **Neurologie**, **Fortbildung / Management / Service**, **Herz-Kreislauf / Kardiologie** und **Endokrine- / Stoffwechselkrankheiten** mit 9,0 Prozent bis 7,1 %. Auch die Therapiebereiche **Orthopädie**, **Urogenitalsystem / Nephrologie** und sowie **Psychische** und **Verhaltens-Störungen** sind mit Anteilen zwischen 6,7 und 6,0 % noch häufig mit Websites vertreten (siehe auch Abb. 10).

Abb. 9 Indikations- Präsenz, Beispiel Verhältnis Patienten und Fachkreise



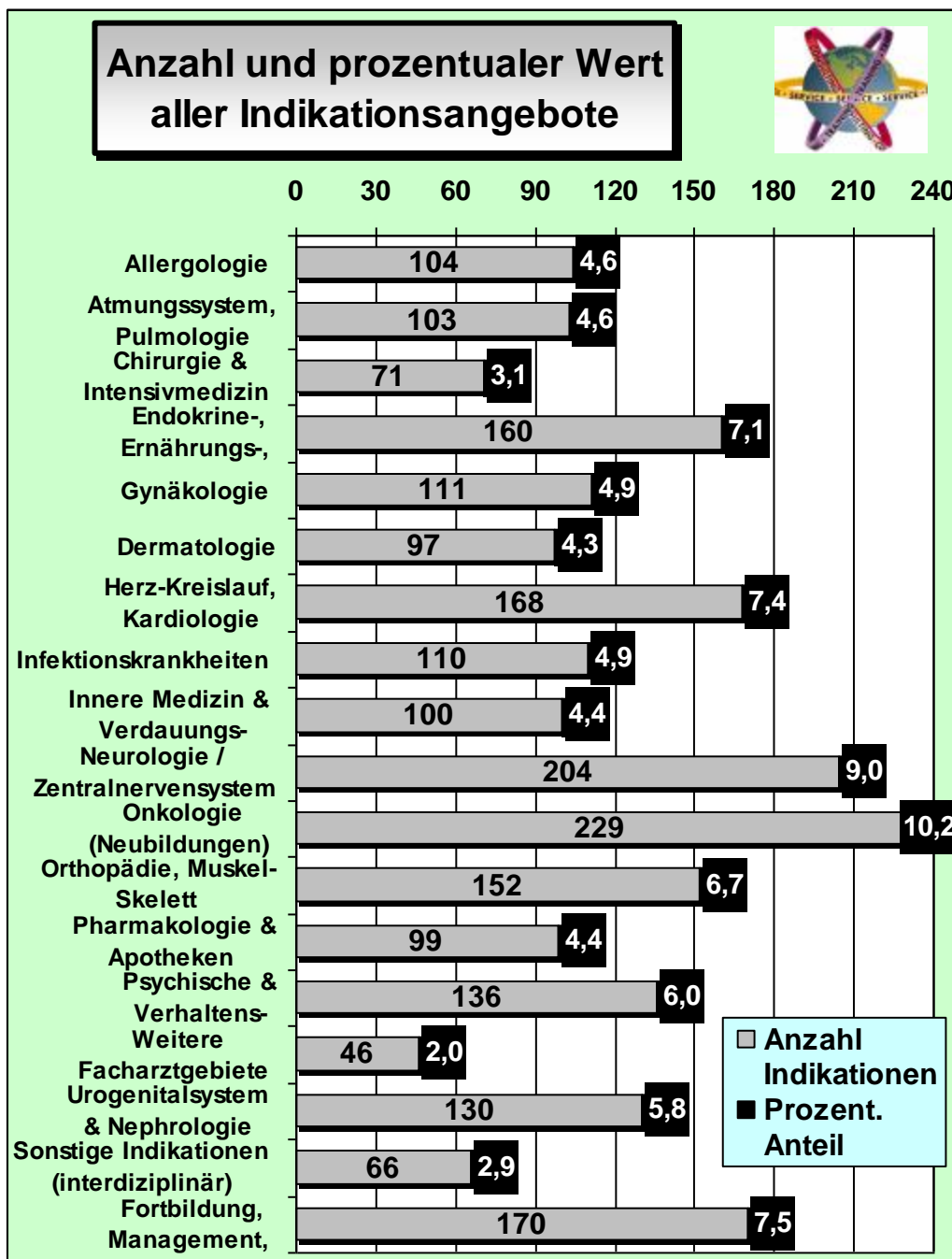
Für alle 18 Indikationsbereiche wurden die statistischen Daten zur Präsenz der Websites in jeweils einem Chart präsentiert.

Ein Beispiel hierfür bietet die Abbildung 9 mit der Kennziffer zum Verhältnis Patienten und Fachkreise (nur Auszug).

Hingegen sind u.a. die Bereiche Dermatologie mit 4,3 % sowie Chirurgie & Intensivmedizin mit 3,1 % Anteil aller Angebote geringer ausgeprägt. Im Vergleich zum Vorjahr sind die Indikationsbereiche Pharmakologie & Apotheken sowie Psychische und Verhaltens-Störungen stärker vertreten, hingegen haben die Onkologie und Innere Medizin & Verdauungs-Störungen ihre Anteile verringert.

Das Angebotsverhältnis zwischen Patienten und Fachkreise (ohne OTC-Bereich) liegt mit 1268 versus 988 Indikations-Websites näher am ärztlichen Bereich, die Vorjahreswerte sind 1061 versus 866 Websites. Stärker im Focus stehen bei den Patienten die Indikationen Allergologie, Gynäkologie und Dermatologie, bei den Angeboten für Ärzte hingegen die Therapiefelder Chirurgie & Intensivmedizin und Infektionskrankheiten sowie die Bereiche Pharmakologie & Apotheken bzw. Fortbildung, Management, Service.

**Abb 10: Angebote von 18 Indikationsbereiche für Fachkreise und Patienten
Anzahl der Websites in absoluten und prozentualen Angaben. Ohne OTC-Websites.**



Für jede der 18 Indikationsbereiche wurden die Anzahl der Einzel-Indikationen erfasst und den Zielgruppen bzw. den Homepage- oder Domain-Websites zugerechnet. Die Ergebnisse wurden tabellarisch und als Charts ausgewiesen, Abbildung 11 zeigt ein Beispiel für den Indikationsbereich Atmungssysteme. Aus der Grafik wird deutlich, dass die Therapiegebiete Asthma und COPD vorherrschend vertreten sind sowie die domainbezogenen Angebote überwiegen.

Abb. 11: Angebote zum Indikationsbereich Atmungssysteme.

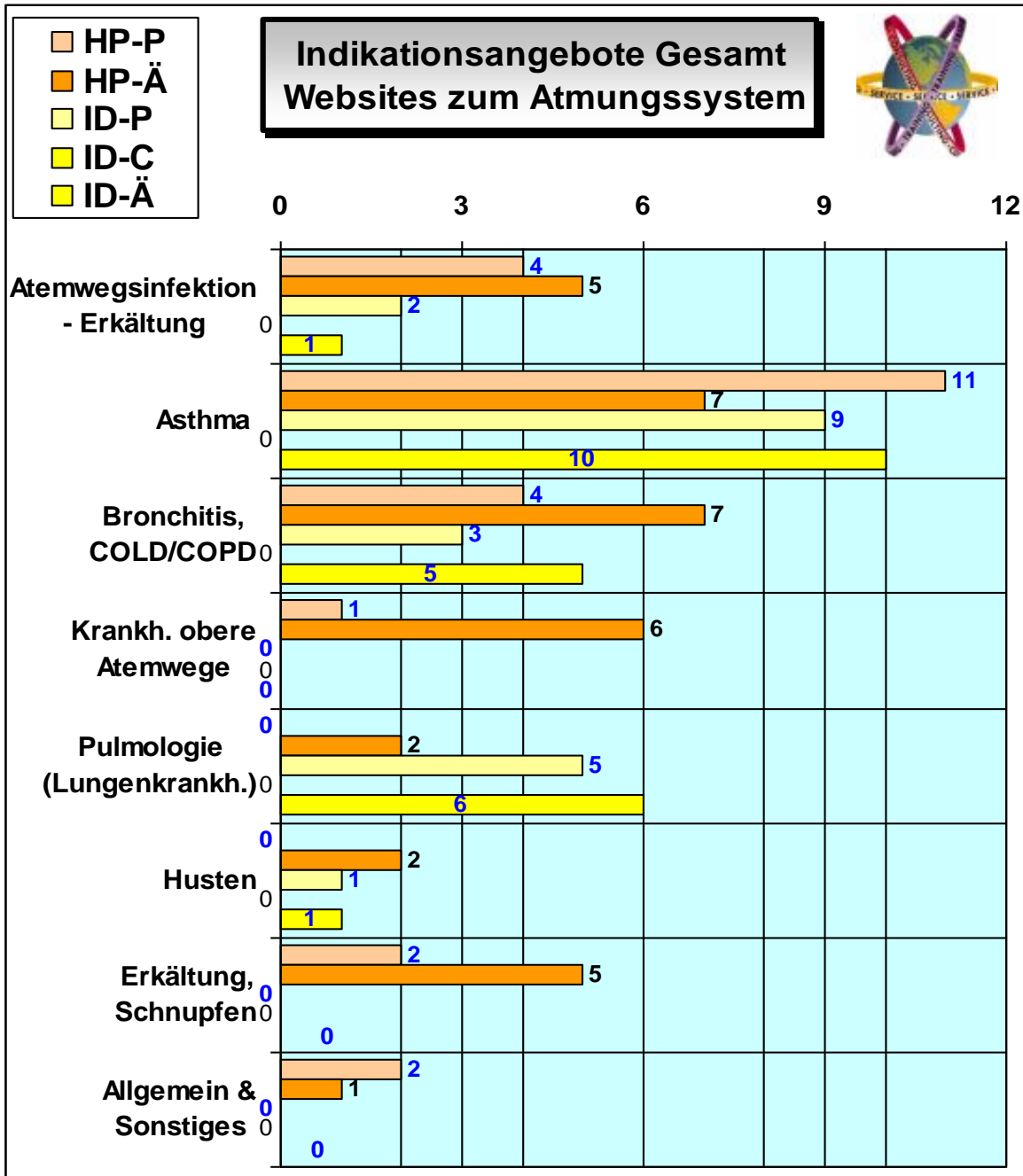
Anzahl der Websites in absoluten Angaben. Ohne OTC-Websites.

HP-P = Angebote auf Firmen-Homepages für Patienten

HP-Ä = Angebote auf Firmen-Homepages für Fachkreise

ID-P = Angebote auf Domain-Websites für Patienten

ID-Ä = Angebote auf Domain-Websites für Fachkreise



Studie 4	Basisdaten Anbieter und Statistik Angebotsstruktur
----------	--

Studie 5	Benchmarking für 18 Indikationsbereiche
----------	---

Die Beschreibung der Studien 4 und 5 erfolgt im Teil 2

Ergebnis-Publikation

Das Benchmarking Indikationen ist auch Grundlage für die Einstufung der Websites bei der Online-Datenbank www.gesundheitsregister.de. Die Angebote zu den einzelnen Indikationen können dort detailliert eingesehen werden, sortiert nach der Angebotsqualität.

Fast 4000 medizinische Websites von derzeit 150 Anbietern können selektiv nach 183 Indikationsbereichen in der Rubrik Krankheitsbilder aufgerufen werden. Jeweils die besten Websites pro Indikation werden präsentiert. Per Mausclick ist damit volle Transparenz für medizinische Fachkreise, Patienten und andere Interessierte zu einem hochwertigen, aber unüberschaubaren Indikationsangebot gegeben.

Zu allen Studien werden auf der Homepage www.consert.de Auszüge aus den Ergebnissen präsentiert.

ConSerT

Dipl.-Psych., Dipl.-Ing.
Ewald Matheja
Geschäftsführer

ConSerT Online Services *Pharma*

Parsdorfer Weg 13, 85591 Vaterstetten
Telefon und Fax: 0700 600 500 55
www.consert.de mail: info@consert.de

