

## Consert Online Services *Pharma*

Tel. 0700 600 500 55 · Fax 0700 600 500 55  
Parsdorfer Weg 13 · D -85591 Vaterstetten  
kontakt@consert.de · <http://www.consert.de>



## Angebotsinformation

Von der Bestandsaufnahme bis zum Ranking. Ein umfassendes Bild der Indikations-Angebote im Web bietet die Consert-Studie.  
**2014 bereits 16. Studie in Folge. Neu: mit 75 OTC-Anbieter**



### **Benchmark-Studie Pharmaunternehmen im Internet 2014**



**Über 5000 Websites von 150 Pharmaunternehmen wurden analysiert  
4 Studien bewerten eingehend die Angebote für Patienten und Ärzte**

**Benchmarking Pharma Websites 2014**  
Die besten Anbieter im Netz

Beschreibung der 3 Studienmodule  
Präsenz, Angebotsqualität, Popularität,  
Indikations-Ranking

Konditionen

**Consert Online Services Pharma - Ihr Partner für Online-Services**

# Benchmark-Studie Pharmaunternehmen im Internet 2014

## Die Benchmark-Studie im Überblick

- **Analyse der bestehenden Websites und Internetaktivitäten**
- **75 Unternehmen aus dem RX-Bereich**
- **75 Unternehmen aus dem OTC-Bereich**
- **Untersuchungszeitraum: Oktober-Dezember 2014**
- **Ranking und Kennzahlen zur Präsenz, Angebotsqualität, Popularität, 18 Indikationsbereiche und soziale Netzwerke**

Jedes Jahr wächst die Anzahl der Websites und Internetauftritten bei sozialen Netzen der deutschen Pharmaunternehmen. Über 200 Firmen sind derzeit vertreten und investieren viel Zeit Manpower mit zunehmend steigenden Kosten.

Das unüberschaubare Angebot an Websites für Patienten, Ärzte und Apotheker zu medizinischen Themen wurde nun zum fünfzehntenmal infolge durch die Studie "Benchmarking Websites Pharma 2014" des Beratungsunternehmens Consert eingehend beleuchtet. Die ausführliche Bewertung des Internetauftritts von 150 Pharmaunternehmen erfolgte hinsichtlich des Inhalt, der Qualität und der Webpräsenz. Die Studie dient als nützliche Navigationshilfe für medizinische Fachkreise und Patienten, um die jeweils besten Angebote vorzufinden.

Die Consert Benchmark Studie Pharmaunternehmen im Internet 2014 in der über 5000 Websites und Internetangebote von 150 Anbietern betrachtet wird bietet Entwickler, Entscheider und Marketingsspezialisten einen hervorragenden Marktüberblick. Durch die differenzierte Betrachtung der Websites zu verschreibungspflichtigen und OTC-Produkten erfolgt eine eingehende Analyse der Wettbewerber.

## Die vier Kennzahlen bieten umfangreiche Aussagen zu den 4 Kategorien

- ☛ **Präsenz/Angebot** Angebotsstruktur und Basisdaten Anbieter
- ☛ **Angebotsqualität** für Patienten und Fachkreise
- ☛ **Popularität** bei Suchmaschinen (v.a. Google), Präsenz bei Soziale Netze, Apps und Media
- ☛ **Indikations-Benchmarking** 18 Indikationsgebiete und neu Soziale Netzwerke



Auch 2014 wird wieder wie in den Vorjahren ein Award vergeben

Auf Grundlage der Studie wird der **@AWARD Benchmark Pharma 2014** für die jeweils besten 3 Anbieter pro Kategorie vergeben.

Die wichtigsten Ergebnisse und die Bewertungen von über 7000 Indikationsangeboten sind auf dem Portal [www.gesundheitsregister.de](http://www.gesundheitsregister.de) veröffentlicht.

## 1 Zielsetzung und betrachtete Anbieter

Die Studie [Pharmaunternehmen im Internet 2014](#) hat zum Ziel, den aktuellen Internetauftritt wichtiger Marktteilnehmer bzw. Mitbewerber umfassend zu beschreiben und vergleichend zu bewerten. Schwerpunkte dieses Benchmarkings ist eine Bestandsaufnahme des gesamten Indikationsangebotes der Pharmaunternehmen und deren Bewertung, um Stärken- und Schwächen der einzelnen Unternehmen, aber auch den aktuellen Stand der Angebotsstruktur nach Indikationen gegliedert deutlich zu machen. Mit diesem Benchmarking besteht eine nützliche Navigations- und Bewertungshilfe zu den unüberschaubaren Websites für Patienten, Ärzte und Apotheker.

In Zusammenarbeit mit der Online-Indikationsdatenbank [gesundheitsregister.de](http://gesundheitsregister.de) wurden 2014 der Kreis der einbezogenen Pharmaunternehmen auf 150 Anbieter festgelegt. Davon sind neu 75 Anbieter in einer eigenen **OTC-Anbietergruppe** zusammengefasst. Über 5000 Indikationsangebote wurden dabei erfasst und eingehend analysiert. Wichtige Ergebnisse können - auszugsweise - unter [www.gesundheitsregister.de](http://www.gesundheitsregister.de) eingesehen werden. Die Ergebnisse für OTC-Anbieter werden jeweils in einem separaten Benchmarking dargestellt.

### Einbezogenen Mitbewerber

Die Studie umfasst mit 150 Pharmaunternehmen die meisten Anbieter, zur Aufzählung der einbezogenen Anbieter siehe den Studien-Steckbrief in der Anlage. Bei einem internationalen Angebot der Unternehmen wurden nur die deutschsprachigen Websites einbezogen.

## 2 Beschreibung der einbezogenen Bewertungs- und Analyseaspekte

Im Rahmen der Studie Pharmaunternehmen im Internet 2014 werden Daten über die Präsenz der Mitbewerber und Angaben zur Struktur ihres Online-Auftrittes im Internet vergleichend erfasst. Dabei wurden die Analysen unter sieben verschiedenen Betrachtungswinkel vorgenommen:

### Studie 1 **Gesamtergebnisse**

[Ergebnisse Gesamt-Ranking und der Kennzahlen A - D](#)

### Studie 2 **Benchmark-Profil** aller Pharmaunternehmen

### Studie 3 **Basisdaten** Methode und Detailergebnisse zum Ranking A-C

## 3 Durchführung, Bewertung, Ranking, Ergebnisdarstellung

Die Erfassung und Beschreibung der inhaltlichen Angebote erfolgt durch eine tabellarische Auflistung bzw. Vergleich der einbezogenen Anbieter im Rahmen eines indikationsbezogenen Rankings, als auch durch eine zusammenfassende Bewertung. Die Bewertung erfolgt immer getrennt für die beiden Zielgruppen Patienten und Fachkreise. Das Ranking pro Indikationsangebot (Firmen-Homepage oder Domain-Website) erfolgt durch eine punktebezogene Einstufung der Inhalte anhand eines umfassenden Kriterienkataloges. Die Vorgehensweise entspricht dem Design der Vorjahre, zusätzlich wurde eine Kennziffer für die Link Popularität neu herangezogen.

Die Ergebnisse der Bewertungen liegen als Tabelle und Charts in einer Reihe von Excel-Dateien vor und ermöglichen auch eine individuelle Auswertung. Für die Selektion der wichtigsten Indikationsangebote wird als Zusatzleistung eine datenbankgestützte Abfrage auf Excelbasis zur ermöglicht.

#### 4 Beschreibung der Inhalte für die Studien 1 bis 3

<b>Studie 1</b>	<b>Ergebnisse Gesamt-Ranking und der Kennzahlen A - D</b>
-----------------	---

In der Studie 1 werden die Ergebnisse des Benchmarkings zusammengefasst. 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 nach Rang und alphabetisch für alle einbezogenen Pharmaunternehmen präsentiert.

Ergebnis-Bereich	Art	Studie 1: Kurze Beschreibung ausgewählter Analysen
<b>Übersicht Gesamt-Ranking</b>	Basis-Tabelle	Ergebnisse des Gesamt-Rankings für die Zielgruppen Patienten und Fachkreise für alle Anbieter
<b>Übersicht Top-Ränge Gesamt-Ranking</b>	Tabelle Charts	Plakative Darstellung der Ergebnisse des Gesamt-Rankings für die ersten 20 Rang-Plätze, getrennt nach den Zielgruppen
<b>Darstellung Ranking pro Indikationsbereich</b>	Tabelle Charts	Angabe der Ranking-Einstufung für alle Indikationsbereiche (z.B. Onkologie, Neurologie)
<b>Darstellung Ranking - Anzahl der Indikationsangebote</b>	Tabelle	Angabe der Ranking-Einstufung aller Einzel-Indikationen nach Anzahl der Einstufungs-Rängen 1 bis 5. Durchschnitts- und Summenwerte für Einzel- und Haupt- Indikationen (Rang-Spiegel)
<b>Bewertung der Angebotsqualität</b>	Tabelle Charts	Qualitätsbezogene Betrachtung der Pharmaunternehmen (Kennzahl aus gesamter Punktzahl eines Anbieters dividiert durch die Anzahl seiner Indikationen)

Bild: Darstellung Ranking pro Indikationsbereich

Chirurgie & Intensivmedizin		Orthopädie	
1	B. Braun Melsungen	1	Pfizer GmbH
2	Baxter	2	B. Braun Melsungen
2	Johnson & Johnson Medical	3	MSD SHARP & DOHME
4	Hartmann	4	AbbVie
5	ConvaTec	5	Roche
6	Fresenius Kabi	6	Genzyme
7	Merz Pharmaceuticals	6	MEDA Pharma
8	3M Health Care	8	Amgen
9	Novartis	9	Medac
10	Bausch & Lomb	9	Recordati Pharma

Erläuterung: Das **Indikations-Benchmarking** hat zum Ziel, das Internetangebot der Pharmaunternehmen getrennt nach den Indikationsbereichen zu erfassen und zu bewerten. Damit soll den jeweiligen Produktverantwortlichen und den nach Indikationsgebieten gegliederten Geschäftsfeldern ermöglicht werden, ihr Angebot im Vergleich zu den Mitbewerbern gezielt wahrzunehmen.

Die Angebote von Krankheitsbildern wurden hierzu innerhalb 19 Haupt-Indikationen gebündelt. Im Studienmodul 4 wurden eingangs alle Angebote einer Haupt-Indikation, z.B. Onkologie, erhoben. Jede Websites wurde bezüglich der Angebotsqualität bewertet und in einem Ranking angeordnet. Das Benchmarking bietet dadurch das Profil der Angebotsstruktur für jeweils einen ausgesuchten Indikationsbereich. Der OTC-Bereich wurde getrennt erfasst, da hier andere Therapiegebiete vorhanden sind.

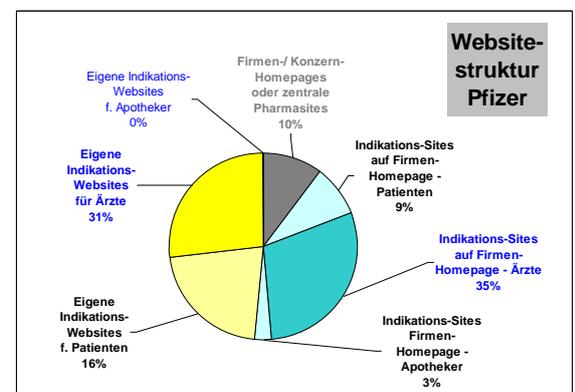
Hinweis: das Benchmarking kann pro Haupt-Indikation und für jede Einzelindikation auf unserem Portal [www.gesundheitsregister.de](http://www.gesundheitsregister.de) in der Rubrik Krankheitsbilder eingesehen werden, die jeweils besten Websites pro Indikation werden dort für Patienten und Fachkreise (über DocCheck) aufgelistet.

<b>Studie 2</b>	<b>Benchmark-Profil für alle Pharmaunternehmen</b>
-----------------	--

In der Studie 2 werden die Ergebnisse des Benchmarking im Sinne eines Angebotsprofils für alle 75 RX- bzw. OTC-Anbietern präsentiert. Zusätzlich wurden noch eine Reihe von Kennziffern erstellt, die die Positionierung und die Angebotsstruktur beschreiben. Damit ist ein detailliertes Profil der Angebotsstruktur und der verschiedenen Bewertungen pro Pharmaunternehmen gegeben. Ein direkter Vergleich zwischen den Anbietern, deren Angebotsschwerpunkte und die Stärken und Schwächen pro Pharmaunternehmen werden auf einem Blick deutlich. Weiterhin werden in verschiedenen Übersichten die Ergebnisse für alle Pharmaunternehmen vergleichend dargestellt.

Ergebnis-Bereich	Art	Studie 2 Kurze Beschreibung ausgewählter Analysen
Anbieter-Profil nach Anzahl	Charts	Übersicht der Angebotsstruktur pro Pharmaunternehmen nach Zielgruppen und Websites-Präsenz. Vergleich mit den Durchschnittswerten. Angaben in absoluten Zahlen.
Anbieter-Profil in Prozentwerten	Charts	Übersicht der Angebotsstruktur pro Pharmaunternehmen nach Zielgruppen und Websites-Präsenz. Prozentanteil Firmen- und Indikations-Websites für die Zielgruppen.
Anbieter-Ranking	Charts	Angaben zum Ranking pro Anbieter. Gegliedert nach dem Gesamt-Ranking für die Indikationsbereiche und den Einzelindikationen
Benchmarking Indikationen	Tabelle	Ergebnisse des Benchmarkings für die 18 Indikationsbereiche, getrennt nach den Zielgruppen
Benchmarking Anbieter	Tabelle	Tabellarische Übersicht der Ergebnisse für die Indikationsbereiche für alle Pharmaunternehmen nach Indikationsbereich
Patienten- vs. Fachkreis-Orientierung	Charts	Kennzahl zur Patienten- vs. Fachkreis-Orientierung der Pharmaunternehmen.
OTC-Orientierung	Charts	OTC-Orientierung der Pharmaunternehmen. Prozentanteil der OTC-Indikationen an allen Indikationen
Angebots-Übersicht	Tabelle	Daten-Tabelle für die Charts. Alle oben genannten Ergebnisse werden pro Pharmaunternehmen aufgelistet.

Novartis	Rangplätze Haupt-Indikationen		
	Patienten	Fachkreise	Patienten & Fachkreise
Rangplätze der 18 Haupt-Indikationen für die Zielgruppen			
Allergologie	11	5	6
Athmungssystem, Pulmologie	0	8	17
Chirurgie & Intensivmedizin	7	2	3
Endokrine-, Ernähr-, Stoffwechselk.	15	4	6
Gynäkologie	0	11	17
Haut-Krankheiten	2	4	2
Herz-Kreislauf, Kardiologie	20	4	10
Infektionskrankheiten	0	11	16
Verdauungs-Störungen, Innere M.	14	12	13
Neurologie (ZNS)	13	4	7
Onkologie	3	2	2
Orthopädie, Muskel-Sk.	9	12	10
Pharmakol. & Apotheken	0	7	9
Psychische Störungen	0	0	0
Sonstige Facharztgebiete	5	1	5
Urogenitalsystem & Nephrologie	18	14	17
Weitere Indikationen	3	8	6
Fortbild., Management, Service	0	5	7
Anzahl Websites Anbieter	12	17	17

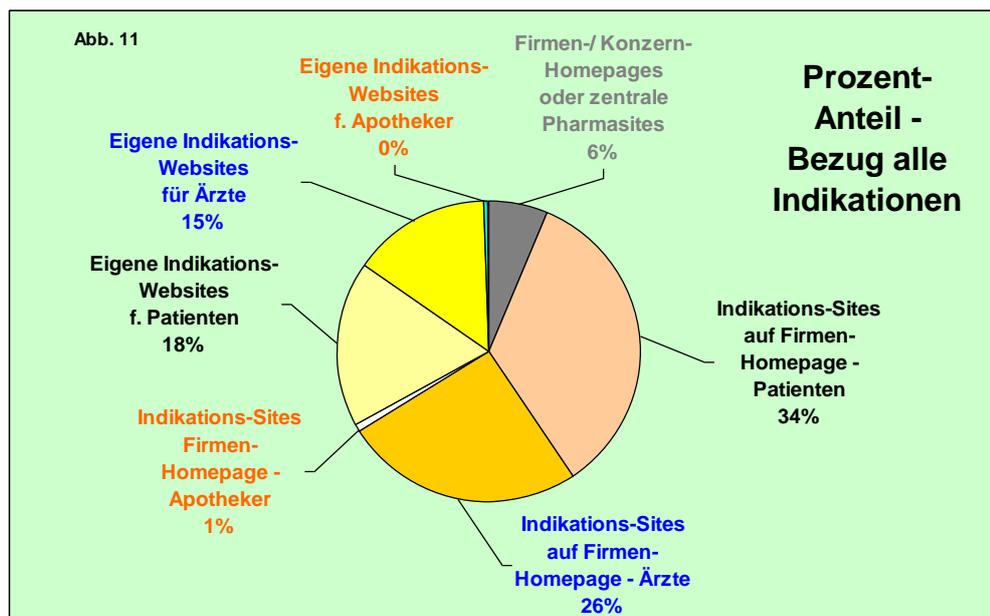


**Studie 3** | **Basisdaten** Methode und Detailergebnisse zum Ranking A-C

Die Bestandsaufnahme der Angebotstruktur, d.h. wieviele Websites die Pharmaunternehmen im Internet anbieten und an welche Zielgruppen sich diese richten, erfolgt im Rahmen der Studie 3. Es wurden über 7000 Websites von 150 Pharmaunternehmen in die Analyse einbezogen. Durch die Basisdaten und deren statistische Auswertung wird ein detailliertes Profil der Mitbewerber und der Angebotsstruktur vermittelt.

Weitere Vorteile sind aussagefähige Informationen zu Stärken und Schwächen des Indikationsangebotes der Anbieter durch eine grafische und tabellarische Präsentation der Bewertungsergebnisse, Zahlreiche Charts stellen das Indikationsangebot pro Pharmaunternehmen dar und ermöglichen einen Vergleich durch die Bereitstellung von Mittelwerten und prozentualen Berechnungen.

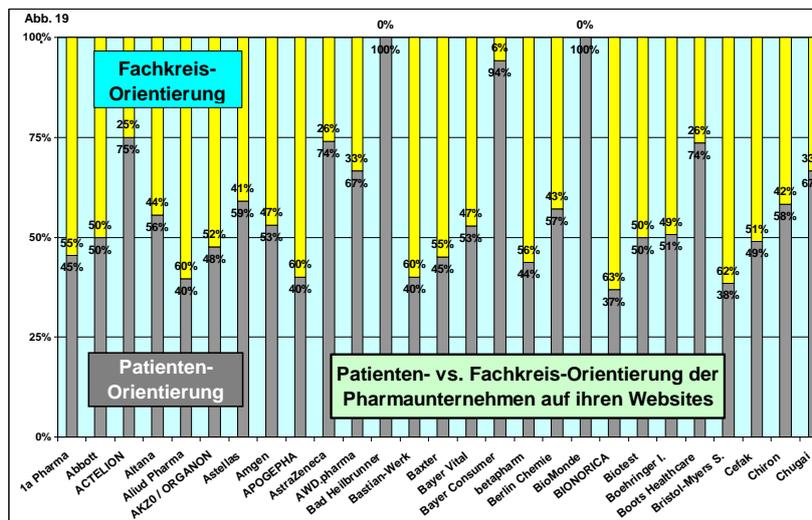
Ergebnis-Bereich	Art	Studie 3 Kurze Beschreibung einiger Analysen
Angebotsstruktur - Gesamtzahl	Basis-Tabelle	Bestandsaufnahme und statistische Daten zur Angebotsstruktur der Indikationsangebote, Alle Angaben in absolute und prozentuale Werte. Berechnung von Kennzahlen.
Angebotsstruktur - Durchschnittswerte	Charts	Darstellung der Angebotsstruktur mit Durchschnittswerte für alle 100 Pharmaunternehmen.
Chart Prozent-Anteil	Charts	Darstellung der Angebotsstruktur pro Pharmaunternehmen. Prozentuale Aufteilung nach Zielgruppen und Website-Präsenz.
Vergleich Angebotsstruktur	Charts	Angebotstruktur der Pharmaunternehmen im Vergleich (Angaben in Prozent-Werte)
Patienten- vs. Fachkreis-Orientierung	Tabellen und Charts	Die Patienten- vs. Fachkreis-Orientierung der Pharmaunternehmen auf ihren Websites wird prozentual ausgewiesen. Bei gleicher Ausrichtung beträgt das Verhältnis 50% : 50%, es kann bis zu 100 Prozent für eine Zielgruppe ansteigen. Der Anteil der anderen Zielgruppe dann 0 %.
Angebotsqualität aller Websites	Tabellen und Charts	Die durchschnittliche Angebotsqualität aller Websites pro Anbieter wird hier angegeben. Bei Anbieter mit wenigen Websites ist die Angabe nicht repräsentativ.



Grafik: Prozentuale Verteilung der Indikationsangebote nach Webpräsenz bei den Zielgruppen

Studie 3 Basisdaten **Fachkreis- vs. Patienten-Orientierung**

Die Patienten- vs. Fachkreis-Orientierung der Pharmaunternehmen auf ihren Websites wird prozentual ausgewiesen. Bei gleicher Ausrichtung beträgt das Verhältnis 50% : 50%, es kann bis zu 100 % für eine Zielgruppe ansteigen. Der Anteil für die andere Zielgruppe ist dann 0 Prozent. Weiterhin wird auch die OTC-Orientierung erfasst, sie bewegt sich ebenfalls zwischen 0 Prozent (keine OTC-Angebote) und der max. Orientierung von 100 Prozent.



Studie 3 Basisdaten **Angebotsqualität für Patienten und Fachkreise**

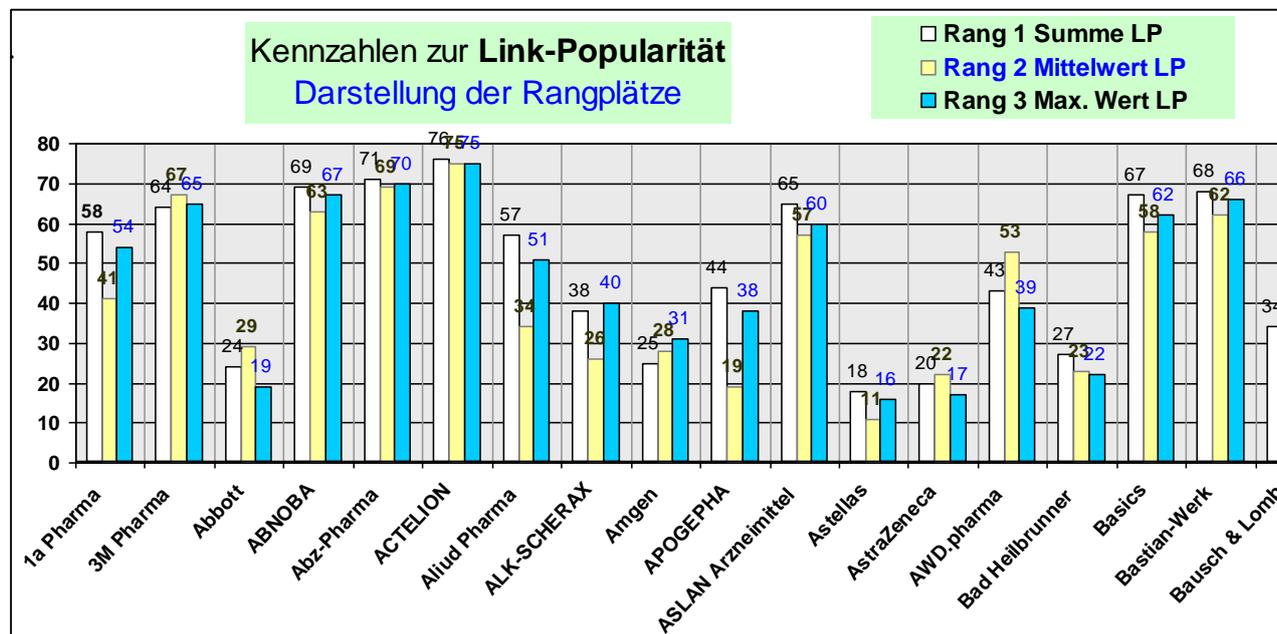
Weiterhin wurde auch die durchschnittliche Qualität der Indikationsangebote berechnet. Die Kennzahl Angebotsqualität wird als Mittelwert aus der Bewertung aller Websites eines Anbieters gebildet. Dabei wird die summierte Punktzahl (Scala von 1 bis 5) aller Websites durch die Anzahl der Indikationen geteilt. Ist die Anzahl der Websites sehr gering oder besteht es sogar nur aus 1 Angebot, wie bei den mit \* markierten Anbietern, ist die Kennzahl nicht aussagefähig. Die Indikationsangebote wurden in 5 Klassen eingeteilt: 5 =sehr gut, 4 = gut, 3 = durchschnittlich, 2 = unterdurchschnittlich, 1 = schlecht oder nicht bewertet.

Die wichtige Kennzahl Angebotsqualität (Ranking B) wird auch für die Bildung des Gesamt-Ranking herangezogen. Auch kleineren Anbieter ohne breitem Angebotspektrum wird hier eine Chance geboten, mit anspruchsvollen Websites im Ranking berücksichtigt zu werden. Bei der Interpretation der Ergebnisse für die Angebotsqualität muss berücksichtigt werden, dass naturgemäß die Präsenz weniger Websites einfacher zu realisieren ist, als bei einem breitem Angebotspektrum. Bei dieser Kennzahl haben auch gerade kleinere Anbieter gute Möglichkeit, vordere Rankingplätze einzunehmen.

Studie 3 Basisdaten **Popularität Suchmaschinen und Präsenz Soziale Netzwerke & Apps**

Als Ergänzung der statistischen Daten wird auch die Präsenz der Websites ausgewiesen. Dieser Betrachtungswinkel legt den besonderen Augenmerk auf die Bewertung der Popularität eines Anbieters, also die Reichweite seiner Websites bzw. der Nutzerzuspruch. Die Kennzahl Popularität / SNW umfasste die Messung der Popularität bei den Suchmaschinen und die Präsenz bei den Sozialen Netzwerke sowie das Angebot an Apps.

Da die konkreten Zugriffszahlen nicht verfügbar sind, wird als indirekter Indikator die Link Popularität herangezogen. Sie wird anhand der absoluten Angaben von 3 Suchmaschinen in relative Verhältniszahlen umgerechnet und für jede Website ausgewiesen.



Die Link-Popularität der Anbieter wurde anhand von 3 Kennzahlen ermittelt: den Summenwert aller Websites pro Anbieter (Rang 1), den mittleren Wert (Rang 2) und den höchsten Wert (Rang 3). Aus diesen 3 Kennzahlen wurde die Gesamt-Bewertung zur Link-Popularität berechnet (Gesamt-Rang). Die Kennzahl wird als Mittelwert der Einstufungen der letzten 24 Monate ausgewiesen um saisonale Schwankungen zu vermeiden.

Im verschiedenen Charts werden die Kennzahlen pro Anbieter grafisch präsentiert. Zusätzlich werden Erläuterungen zur methodischen Vorgehensweise gegeben. Die untere Tabelle zeigt ein Beispiel zu den Kennzahlen, aus der ein Ranking berechnet wurde. Die Einzelergebnisse pro Website werden auch nach Indikationen und den Zielgruppen Patient und Fachkreise erfasst und können somit pro Indikation dargestellt werden.

Pharma-Unternehmen	Anzahl Links	Summe Link-P.	Rang 1	Mittelwert	Rang 2	beste Link-Site	Rang 3	Gesamt Rang
<b>Durchschnitt</b>	10,2	31,9%	Rang 1	5,0	Rang 2	11,7%	Rang 3	Rang G
1a Pharma	1	2,8%	58	2,8	41	2,8%	54	52
3M Pharma	2	1,6%	64	0,9	67	1,2%	65	65
Abbott	12	23,5%	24	4,0	29	12,5%	19	21
ABNOBA	1	1,1%	69	1,1	63	1,1%	67	69
Abz-Pharma	1	0,7%	71	0,7	69	0,7%	70	70
ACTELION	1	0,2%	76	0,2	75	0,2%	75	76
Aliud Pharma	1	3,3%	57	3,3	34	3,3%	51	48
ALK-SCHERAX	2	8,2%	38	4,3	26	5,2%	40	35

**NEU:** Weiterhin wurde die Präsenz der Anbieter bei den **Sozialen Netzwerken** Facebook, Twitter und Youtube sowie die multimedialen Angebote und Apps einbezogen.

Auf der Homepages von Consert Online Service [www.consert.de](http://www.consert.de) wurden die wichtigsten Ergebnisse veröffentlicht. Zum Design der Studie und der Analysen der vergangenen Jahre siehe auch unsere Homepage. Ärzte und Patienten können die Einzel-Ergebnisse pro Indikationsangebot auf der Website **gesundheitsregister** ([www.gesundheitsregister.de](http://www.gesundheitsregister.de)) einsehen.

## 5 Konditionen und Leistungserbringung

Die Benchmark-Studie Pharmaunternehmen im Internet 2014 umfasst neben einem kompakten schriftlichen Bericht zusätzlich die Ausfertigung aller Rankingergebnisse in tabellarischer und grafischer Form (Excel-Datei). Die Zustellung des Berichtes und aller Ergebnisse erfolgt online (elektronische Post).

Die Studie Pharmaunternehmen im Internet 2014 ist in 2 Modulen für Rx- und OTC-Anbieter erhältlich, die separat erworben werden können. Der Komplettpreis gewährt einen Rabatt.

Varianten	Kosten pro Studien für die einzelnen Modulen Alle Angaben zzgl. MwSt	RX	OTC
<b>Überblick</b>	<b>Kurzfassung der Gesamtergebnisse</b> (für kleinere Unternehmen und Agenturen)	€ 400,-	€ 350,-
<b>Kompakt</b>	<b>Studie 1 Gesamtergebnisse</b> Varianten Rx oder <b>OTC</b> Ergebnisse Gesamt-Ranking und der Kennzahlen A - D	€ 1.200,-	€ 1.000,-
<b>Detail</b>	Die Detailvariante beinhaltet die Studienteile 2 und 3	€ 1.200,-	€ 1.000,-
<b>Studien 2 und 3</b>	<b>Studie 2 Benchmark-Profil</b> aller Pharmaunternehmen <b>Studie 3 Methode und Detailergebnisse</b> zum Ranking A - D		
Studien 1-3	<b>Komplettpreis</b> RX für alle Studien 1-3 anstelle € 2.400,-	€ 2.000,-	
Studien 1-3	<b>OTC-Komplettpreis</b> für alle Studien 1-3 anstelle € 2.000,-		€ 1.700,-
Studien 1-3	15 % Rabatt für Bestandskunden	€ 1.800,-	€ 1.450,-

Das Projekt hat im Oktober 2014 begonnen und wird Ende Dezember 2014 beendet.

### ConSerT

Ewald Matheja  
 Geschäftsführer

Vaterstetten,  
 den 21.11.2014

### ConSerT Online Services *Pharma*

Parsdorfer Weg 13,  
 85591 Vaterstetten  
 Tel./Fax: 0700 600 500 55  
<http://www.consert.de>  
[kontakt@consert.de](mailto:kontakt@consert.de)



**Steckbrief der Benchmark-Studie Pharmaunternehmen im Internet 2014**

Zielsetzung	Umfassende Analyse des Webauftritts von 150 Pharmaunternehmen
Einbezogene 75 Pharmaunternehmen, <b>Rx-Anbieter Neue Anbieter fett</b>	
1a Pharma, 3M Health Care, Abbott, <b>AbbVie</b> , acis Arzneimittel, Almirall Hermal, Amgen, APOGEPHA, Aristo Pharma, Astellas Pharma, AstraZeneca, B. Braun Melsungen, Bausch & Lomb, Baxter, Bayer Vital, Berlin Chemie, betapharm, Biogen Idec, Biotest, Boehringer Ingelheim, Bristol-Myers Squibb, Celgene, Chiesi, ConvaTec, CSL Behring, Dermapharm, Desitin, Dr. Falk, Dr. Kade, Eisai, <b>FERRING</b> , Fresenius Kabi, GALDERMA, GE Healthcare, Genzyme, <b>GHD GesundHeits GmbH</b> , GlaxoSmithKline, <b>Grünenthal</b> , HAL ALLERGIE, Hartmann, Hexal, INFECTOPHARM, <b>Ipsen Pharma</b> , Janssen-Cilag, Jenapharm, Johnson & J Johnson MEDICAL, KyraMed, <b>LEO Pharma</b> , Lilly, Lundbeck, MEDA Pharma, Medac, Merck Serono, Merz, MSD, mundipharma, Mylan Dura, Novartis Pharma, Orion Pharma, Otsuka Pharma, Pfizer, Pierre Fabre, ratiopharm, Recordati Pharma, ribosepharm, Roche, Sanofi Pasteur MSD, Sanofi-Aventis, SERVIER, STADA, Stallergenes, synlab, TAD, Takeda, TEVA Pharma, UCB, Zentiva Pharma.	
Einbezogene 75 Pharmaunternehmen, <b>OTC-Anbieter Neue Anbieter fett</b>	
1a Pharma, Aliud Pharma, Almirall Hermal, <b>Aristo Pharma</b> , asco-pharm, ASLAN, Astellas, Bad, Heilbrunner, Bausch & Lomb, Bayer Consumer, Beiersdorf, BIONORICA, Boehringer I., Cefak, , Cesra AM, CT AM, Dermapharm, <b>Dr. Kade</b> , Dr. Loges, Dr. Pfleger, Dr. Ritsert, Dr. Wolff, Engelhard, GSK Consumer, Hartmann, HEEL, HERMES, Heumann, Hevert, Hexal, ICHTHYOL, <b>INFECTOPHARM</b> . Johnson & Johnson, Klosterfrau, Kneipp, Krewel Meuselbach, Meckel-Spenglersan, MEDICE, Merck Selbstmedik., Merz Consumer, Mucos Pharma, <b>NanoRepro</b> , Nestlé HealthCare, Novartis Consumer, <b>Omega Pharma</b> , Orthomol, PASCOE, Pfizer Consumer HC, Pflüger AM, Pierre Fabre, Pohl-Boskamp, Procter & G., Protina, ratiopharm, Recordati Pharma, REPHA AM, Riemser, Rottapharm MADAUS, SALUS Haus, Schaper & Brümmer, Schwabe, Sebapharma, Spitzner, STADA, <b>STADAvita</b> , Steigerwald, Strathmann, SymbioPharm, Trommsdorff, UCB, URSAPHARM, Verla, WALA Heilmittel, Weleda. Wörwag, Zentiva Pharma. <b>Hinweis: AM -&gt; Arzneimittel</b>	
Erhebungszeitraum:	Fortlaufend, Schwerpunkt Oktober 2014 bis Dezember 2014
Einbezogene Websites	Über 2000 Indikations-Sites für Patienten und über 1600 Sites für med. Fachkreise. Eigener OTC-Bereich für 75 Anbieter.
Bewertungsaspekte Indikationen	Einzelindikationen (von Allergologie bis zu Zahnheilkunde) innerhalb 18 Hauptgruppen, 120 Einzelindikationen im OTC-Bereich.
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 medizinische 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
Ergebnis-Darstellung der Studie im Internet	Darstellung der wichtigsten Ergebnisse: Homepage Consert Online Service: <a href="http://www.consert.de">www.consert.de</a> Indikations-Benchmarking: Portal <a href="http://www.gesundheitsregister.de">www.gesundheitsregister.de</a> .
<b>Kompakt</b> Studie 1	Gesamtergebnisse für Patienten & Fachkreise, €1.200,- OTC: € 1.000,-
<b>Detail</b> Studien 2 und 3	Die Detailstudie beinhaltet die 4 Studienteile: Präsenz (Basisdaten Anbieter), Angebotsqualität, Link Popularität sowie Indikations-Benchmarking u. soziale Netzwerke. Kosten: € 1.200,- OTC: € 1.000,-
<b>Komplett</b> alle Studien und <b>OTC</b> -Variante	Komplett alle Module: € 2.000,- OTC-Variante: € 1.700,- 15 % Rabatt für Bestandskunden