

**Analyse und Bewertung der Indikationsangebote im Internet
2009 bereits 11. Studie in Folge. Neu: Mit OTC-Anbieter**



Benchmarking Websites Pharma 2009



**4000 Websites von 100 Pharmaunternehmen wurden einbezogen.
7 Studien bewerten eingehend die Angebote für Patienten und Ärzte**

Die Consert-Studie Benchmarking Websites Pharma 2009 beleuchtet nun bereits zum neuntenmal den Internetauftritt der Pharmaunternehmen. Über 4000 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 2009
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	Differenzdaten zum Vorjahr mit Selektion von Mitbewerbern
Studie 6	Kennzahlen zur Link Popularität
Studie 7	Benchmarking für 18 Indikationsbereiche
Information	www.consert.de und www.gesundheitsregister.de

Tabelle 1: Steckbrief der Studie 2009

Zielsetzung	Umfassende Analyse des Webauftritts von 100 Pharmaunternehmen für die Zielgruppen Patienten und medizinische Fachkräfte
Einbezogene 100 Pharmaunternehmen	1a Pharma, 3M Pharma, Abbott, Alk ABELLO, Almirall Hermal, Amgen, APOGEPHA, Astellas Pharma, AstraZeneca, Basics, Bausch & Lomb, Baxter, Bayer Vital, Berlin Chemie, betapharm, Biogen Idec, Biotest, Boehringer Ingelheim, Bristol-Myers Squibb, Chiesi, CSL Behring, Cythochemie, Dermapharm, Desitin, Dr. Kade, Eisai, essex pharma, FERRING, Fresenius Kabi, GALDERMA, GE Healthcare, Genzyme, GlaxoSmithKline, Grünenthal, HAL ALLERGIE, Hartmann, HENNIG Arzneimittel, Heumann, Hexal, Hormosan Pharma, Intendis, Ipsen Pharma, Janssen-Cilag, Jenapharm, KyraMed, Leo Pharma , Lilly, Lundbeck, MEDA Pharma, Medac, Merck Serono, Merz Pharmaceuticals, MSD, mundipharma, Merck Serono, Mylan Dura, Novartis Pharma, Novartis Behring, Nycomed, Pfizer, Pierre Fabre, ProStrakan , ratiopharm, ribosepharm, Roche, SANDOZ, Sanofi Pasteur MSD, Sanofi-Aventis, Schwarz Pharma, Solvay, STADA, TAD, Takeda, TEVA Pharma, Winthrop, Wyeth.
Neue Anbieter fett NEU: 25 OTC- Anbieter	

	NEU: OTC-Anbieter Aliud Pharma, ascopharm, Beiersdorf, BIONORICA, Cefak, Cesra Arzneimittel, GSK Consumer, HEEL, Hevert, Klosterfrau, Kneipp, MADAUS, McNeil, MEDICE, Merz Consumer, Novartis Consumer, Opfermann, PASCOE, Schaper&Brümmer, Schwabe, Spitzner, Steigerwald, Strathmann, Verla, Weleda.
Erhebungszeitraum:	Fortlaufend, Schwerpunkt Oktober 2009 bis Dezember 2009
Einbezogene Websites	Über 2000 Indikations-Sites für Patienten und über 1600 Sites für med. Fachkreise. Ohne OTC-Bereich, hierfür eigene Studie geplant.
Bewertungsaspekte Indikationen	Einzelindikationen (von Allergologie bis zu Zahnheilkunde) innerhalb 18 Hauptgruppen, 120 Einzelindikationen im OTC-Bereich (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 .
Kosten für die Studie 1 Studie 2 Studie 3 Studie 4 Studie 5 Studie 6 Studie 7 alle 7 Studien	Die Studie ist in 7 Modulen erhältlich (Angaben zzgl. MwSt): Gesamtergebnisse für Patienten und Fachkreise, € 1.200,- Profil und Ergebnisse für alle 100 Pharmaunternehmen, € 900,- Basisdaten Anbieter und Statistik Angebotsstruktur € 800,- Präsenz und Statistik von Indikationen, € 800,- Differenzdaten zum Vorjahr mit Selektion von Mitbewerbern, , € 800,- Kennzahlen zur Link Popularität, , € 800,- Benchmarking für 18 Indikationsbereiche, € 1.500,- Komplett alle 7 Module: € 5.400,-; Bestandskunden € 4.000,-.

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 7 (Indikations-Benchmarking) das Rankingverfahren C aus der Studie 4 sowie Rankingverfahren D aus der Studie 6. 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, C und D

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
Ranking D Bewertung Link Popularität	→ Kennzahl aus Mittelwert

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 Bayer Vital, Roche, Hexal, Pfizer und Sanofi-Aventis die Top-Plätze mit der durchschnittlich besten Präsenz bei den 18 Indikationsbereichen. Es folgen Boehringer, Novartis, GlaxoSmithKline, Merck Serono und UCB Deutschland (Schwarz Pharma) auf den Rängen 6 - 10.

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

Gesamt-Ranking, Rank. A-D, alle Zielgruppen	Ranking A Kennzahl für Rangplätze Haupt-Indikationen	Ranking B Kennzahl für Indikationen Einzel-Indikationen	Ranking C Kennzahl aus Mittelwert Angebots-Qualität	Ranking D Kennzahl aus Mittelwert Link Popularität
	Bayer Vital	Roche	Merz Pharmaceut.	GlaxoSmithKline
Top-Gruppe	Roche	Bayer Vital	HAL ALLERGIE	Hexal
	Hexal	Pfizer	ribosepharm	Roche
Rang 1 - 5	Pfizer	Boehringer I.	Roche	Bayer Vital
	Sanofi-Aventis	Hexal	MSD SHARP	Pfizer
Spitzenfeld	Boehringer	Sanofi-Aventis	Boehringer I.	Merz Pharmaceut.
	Novartis	Novartis	Lilly	Sanofi-Aventis
Rang 6 - 10	GlaxoSmithKline	UCB Deutschland	Merck Serono	essex pharma
	Merck Serono UCB Deutschland	Merck Serono Janssen-Cilag	Hartmann Hexal	ratiopharm AstraZeneca
oberes Mittelfeld Rang 11 - 15	essex pharma	GlaxoSmithKline	ALK-ABELLO	MSD
	Janssen-Cilag	essex pharma	AstraZeneca	Novartis
	MSD	Merz Pharmaceut.	Biogen Idec	Alk ABELLO
	Baxter	MSD SHARP	UCB Deutschland	STADA
	Wyeth	AstraZeneca	GlaxoSmithKline	Astellas
		Klosterfrau	Schwabe	Merz Consumer Care
Top-Gruppe	Ranking A	GSK Consumer	Beiersdorf	Beiersdorf
OTC-Anbieter	entfällt	Hevert	BIONORICA	Weleda
Rang 1 - 5		Weleda	Merz Consumer	Klosterfrau
		PASCOE	McNeil	Schwabe

Ergebnisse Ranking B Einzel-Indikationen

Weiterhin wurde ein indikationsübergreifendes Ranking B erstellt, bei 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, Boehringer I., Hexal und Sanofi-Aventis** fast gleich wie in den Vorjahren, nur Hexal kam anstelle

Sanofi-Aventis (nun Rang 6) in diese Gruppe. Es folgen weiterhin **Novartis**, **UCB Deutschland**, **Merck Serono** und **Janssen-Cilag** auf den Top-Rängen 7-10. Zusätzlich sind noch die Ergebnisse der 25 einbezogenen OTC-Anbieter angeführt: hier belegen **Klosterfrau**, **GSK Consumer**, **Hevert**, **Weleda** und **PASCOE** aufgrund ihres breiten Angebotspektrum die Top-Ränge 1-5.

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 Angebotspektrum wird hierdurch eine Chance geboten, mit anspruchsvollen Websites im Ranking berücksichtigt zu werden.

Zielgruppenübergreifend belegen die Anbieter **Merz Pharmaceuticals**, **HAL ALLERGIE**, **ribosepharm**, **Roche** (neu) und **MSD** Rang 1 bis 5. Auf den nachfolgenden Rängen sind **Boehringer**, **Lilly**, **Merck Serono**, **Hartmann** und **Hexal** vertreten. Bei der Auswertung der Angebotsqualität nach Zielgruppen sind für die Fachkreise außer den genannten noch folgende Top-Anbieter vorhanden: **Astrazeneca** und **Biogen Idec** auf Rang 3 und 7. Bei den Patienten sind noch **ALK-ABELLO** (Rang 5), und **Astellas** mit Rang 10 in der Spitzengruppe der 10 besten Anbieter vertreten.

Bei den OTC-Anbietern sind **Schwabe**, **Beiersdorf**, **BIONORICA**, **Merz Consumer** und **McNeil** bei der Angebotsqualität führend.

Ergebnisse Ranking D Link Popularität

Als vierte Kennzahl seit dem Vorjahr wird die Link Popularität als Indikator für die Webpräsenz der Internetangebote verwendet. Sie wird als Mittelwert von mehreren Analysen auf der Basis aller Websites eines Anbieters gebildet. Der Wert wird aus den Daten der letzten 12 Monate gebildet, so dass saisonale Schwankungen unberücksichtigt bleiben. Spitzenreiter bei der Link Popularität sind die Anbieter **GlaxoSmithKline** (u.a. mit fit-for-travel.de als populärste Website), **Hexal** und **Roche** gefolgt von **Bayer Vital** und **Pfizer**. Unter den Rängen 6 bis 10 konnten sich mit **Merz Pharmaceuticals**, **Sanofi-Aventis**, **essex pharma**, **ratiopharm** und **AstraZeneca** wie bei den Spitzenreiter fast nur die grossen Pharmaunternehmen behaupten.

Bei den OTC-Anbietern gehören **Merz Consumer Care**, **Beiersdorf**, **Weleda**, **Klosterfrau** und **Schwabe** zu den Unternehmen mit der besten Webpräsenz im Internet.

Ergebnisse des Gesamt-Rankings

Aus den 4 genannten Verfahren der Rankings A bis D wurde ein Mittelwert der Rangplätze gebildet und daraus ein Gesamt-Ranking berechnet. In diesem Gesamt-Ranking sind sowohl die jeweiligen Rangplätze bei den 18 einbezogenen Indikationsbereichen (z.B. Onkologie, Herz-Kreislauf), die Bewertung aller Websites (Einzel-Indikationen), die (durchschnittliche) Angebots-Qualität und die Link Popularität berücksichtigt. Durch die vier methodischen Verfahren werden unterschiedliche Betrachtungsweisen berücksichtigt und eine ausgewogene Bewertung gewährleistet.

Zielgruppenübergreifend kristallisieren sich die **Pharmafirmen Roche**, **Hexal**, **Bayer Vital**, **GlaxoSmithKline** und **Pfizer** als die leistungsfähigsten Anbieter für alle Indikationsangebote heraus. Weitere Spitzenplätze belegten **Merz Pharmaceuticals**, **Merck Serono**, **MSD**, **essex pharma** und **Sanofi-Aventis** auf den Rängen 6 bis 10 sowie **Boehringer Ingelheim**, **AstraZeneca**, **Novartis**, **Lilly**, und **Baxter** auf den Rängen 11 bis 15. Bei der Zielgruppe Fachkreise sind die Spitzenreiter auf Platz 1 **Roche**, **Hexal**, **Sanofi-Aventis**, **GlaxoSmithKline** / **Merck Serono** auf Rang 2 bis 5. Es folgen auf den Rängen 6 bis 10 die Anbieter **Bayer Vital**, **Merz Pharmaceuticals**, **Pfizer**, **essex pharma** und **MSD**.

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
	Bayer Vital	Sanofi-Aventis	GlaxoSmithKline
	GlaxoSmithKline	GlaxoSmithKline	Pfizer
	Pfizer	Merck Serono	Bayer Vital
Spitzenfeld Rang 6 - 10	Merz Pharmaceuticals	Bayer Vital	Merz Pharmaceuticals
	Merck Serono	Merz Pharmaceuticals	essex pharma
	MSD SHARP & DOHME	Pfizer	Boehringer I.
	essex pharma	essex pharma	Hartmann
	Sanofi-Aventis	MSD SHARP & DOHME	Sanofi-Aventis
oberes Mittelfeld Rang 11 - 15	Boehringer I.	Boehringer I.	Merck Serono
	AstraZeneca	AstraZeneca	AstraZeneca
	Novartis	Lilly	Novartis
	Lilly	Novartis	UCB Deutschland
	Baxter	Baxter	STADA
Top- Gruppe OTC- Anbieter Rang 1 - 5	Schwabe	Weleda	Beiersdorf
	Beiersdorf	Schwabe	Schwabe
	Klosterfrau	BIONORICA	Klosterfrau
	GSK Consumer	HEEL	GSK Consumer
	BIONORICA	Hevert	Merz Consumer

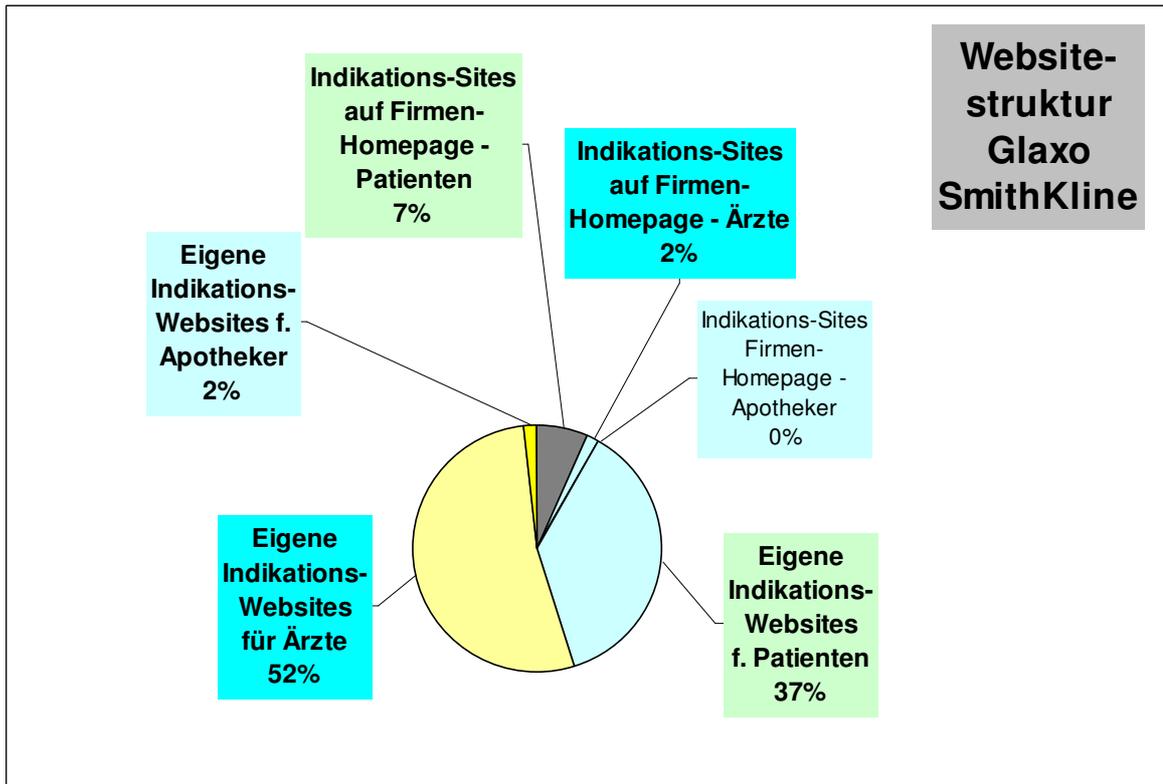
Für die Patienten war wiederum **Roche** über alle 18 Hauptindikationen führend vor **Hexal**, **GlaxoSmithKline**, **Pfizer** und **Bayer Vital**. Weitere TOP-Anbieter mit einem breiten Indikationsangebot für Patienten sind **Merz Pharmaceuticals**, **essex pharma**, **Boehringer I.**, **Hartmann** und **Sanofi-Aventis** auf den Rängen 6 bis 10.

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.

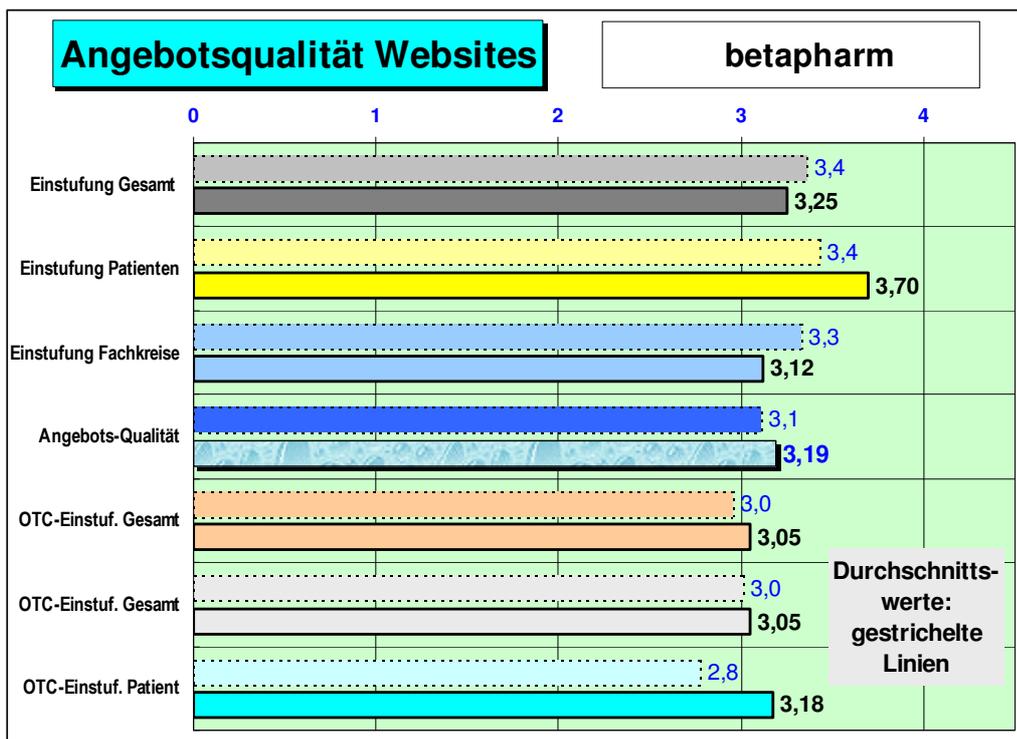
Beginnend mit der Angebotsstruktur in absoluten Werten wird nachfolgend die prozentuale Angebotsstruktur in einem Kuchendiagramm dargestellt. Bezugspunkt ist immer die Gesamtzahl aller Indikations-Angebote eines Unternehmens. Die Angebote wurden gegliedert nach den Zielgruppen Ärzte, Apotheker und Patienten sowie die Web-Präsenz unterschieden in Firmen- oder Domain-Homepages. Durch die prozentuale Darstellung wird sofort die Positionierung der Indikationsangebote eines Pharmaunternehmens erkenntlich. 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.

Abb. 4 prozentuale Angebotsstruktur (aus Studie 2)



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)



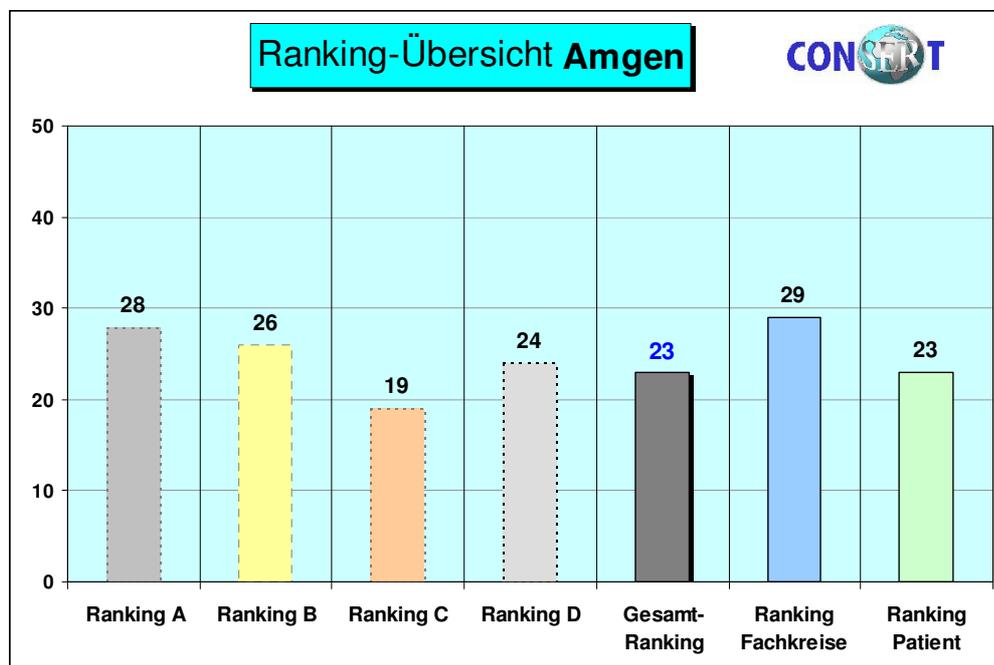
Die linke Grafik enthält Angaben zur Angebotsqualität der Zielgruppen Patienten und Fachkreise sowie die übergreifende Gesamteinstufung. Die Einstufungs-Scala geht von 1 bis maximal 5 (bester Wert).

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 D, 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 18 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 3 Abbott	Rangplätze Haupt-Indikationen		
	Patienten	Fachkreise	Patienten & Fachkreise
Rangplätze der 18 Haupt-Indikationen für die Zielgruppen			
Allergologie	24	23	30
Atmungssystem, Pulmologie	26	30	35
Chirurgie & Intensivmedizin	16	25	27
Endokrine-, Ernähr-, Stoffwechselk.	8	35	18
Gynäkologie	25	11	20
Haut-Krankheiten	12	11	11
Herz-Kreislauf, Kardiologie	33	47	50
Infektionskrankheiten	14	17	16
Innere Medizin, Verdauungs-Störungen	7	14	11
Neurologie (ZNS)	43	51	56
Onkologie	36	38	42
Orthopädie, Muskel-Sk.	5	5	4
Pharmakol. & Apotheken	21	52	53
Psychische Störungen	25	34	32
Sonstige Facharztgebiete	27	19	30
Urogenitalsystem & Nephrologie	20	16	19
Spezielle Indikationen	2	9	6
Fortbild., Management, Service	18	72	73
Anzahl Websites Anbieter	20	28	30
Gesamt-Ranking	17	32	28

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. 4000 Indikationsangebote wurden detailliert mithilfe von 200 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 vorhanden, ist die Darstellung des OTC-Bereiches methodisch identisch.

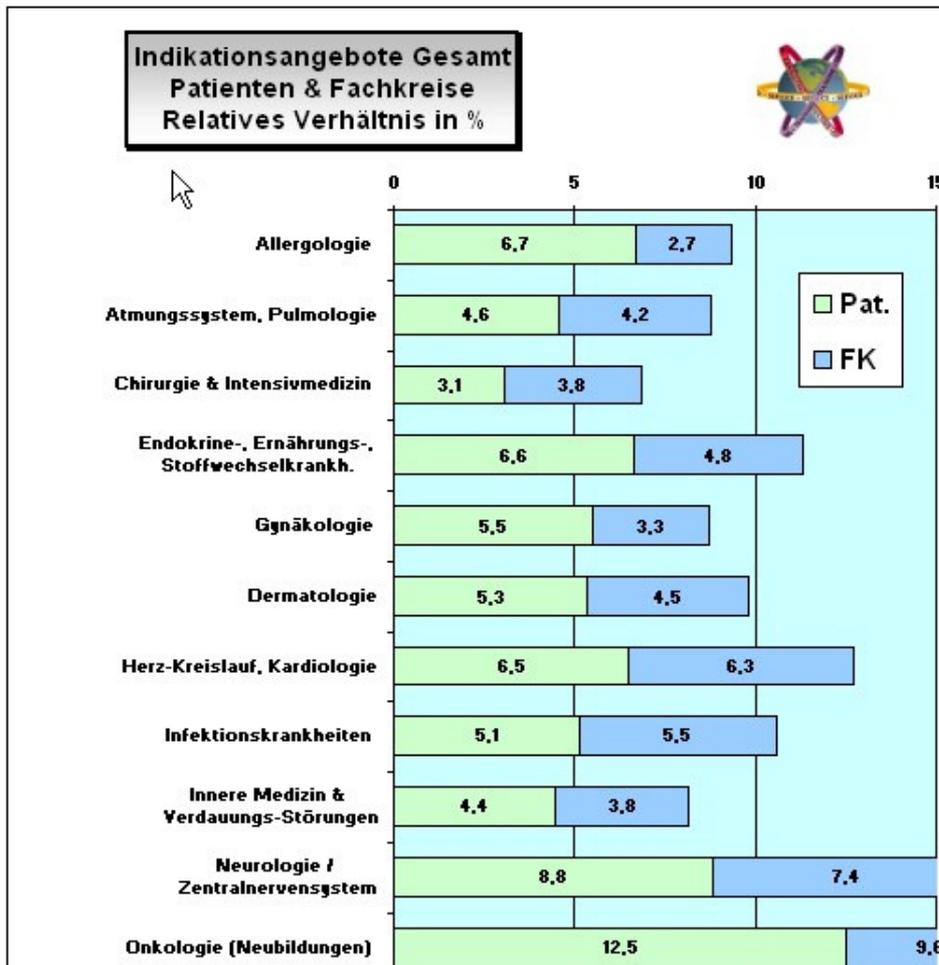
Abb. 8 Präsenz der 18 Indikationsbereiche

Indikationsbereiche	Prozentanteil für	Pat.	Ärzte	Alle 2009	Alle 2008	Alle 2007	Patient. orient.	Arzt orient.
Allergologie		6,7	2,7	4,5	4,2	4,2	ja, stark	
Atmungssystem, Pulmologie		4,6	4,2	4,4	4,6	4,6		
Chirurgie & Intensivmedizin		3,1	3,8	3,5	3,1	3,1		ja
Endokrine-, Stoffwechselkrankheiten		6,6	4,8	5,6	6,6	6,6	ja, stark	
Gynäkologie		5,5	3,3	4,3	4,7	4,7	ja, stark	
Dermatologie		5,3	4,5	4,9	4,5	4,5	ja	
Herz-Kreislauf, Kardiologie		6,5	6,3	6,4	7,0	7,0		
Infektionskrankheiten		5,1	5,5	5,4	5,4	5,4		ja
Innere Medizin, Verdauungs-Störungen		4,4	3,8	4,1	4,1	4,1	ja	
Neurologie / Zentralnervensystem		8,8	7,4	8,0	8,7	8,7	ja	
Onkologie		12,5	9,6	10,9	10,6	10,6	ja, stark	
Orthopädie, Muskel-Skelett		5,7	5,4	5,5	6,0	6,0		
Pharmakologie & Apotheken		3,2	7,3	5,5	4,8	4,8		ja, stark
Psychische und Verhaltens-Störungen		5,3	4,9	5,1	5,2	5,2		
Sonstige Facharztgebiete		3,7	2,6	3,1	3,2	3,2	ja, stark	
Urogenitalsystem & Nephrologie		5,2	4,5	4,8	5,1	5,1	ja	
Weitere Indikationen (interdisziplinär)		3,6	2,9	3,2	3,0	3,0		
Fortbildung, Management, Service		4,1	16,7	11,0	9,3	9,3		ja, stark
alle Angaben in Prozent		100%	100%	100%	100%	100%		

Die fünf am breitesten vertretenen Hauptindikationen erreichen zusammen bereits 46,4 Prozent aller Angebote. Dazu gehört **Onkologie** mit 10,9% aller Websites sowie **Neurologie**, **Fortbildung / Management / Service**, **Herz-Kreislauf/Kardiologie** und **Endokrine-/Stoffwechselkrankheiten** mit 9,0 Prozent bis 5,1%. Auch die Therapiebereiche **Orthopädie**, **Infektionskrankheiten**, **Pharmakologie & Apotheken** sowie **Psychische** und **Verhaltens-Störungen** sind mit Anteilen zwischen 5,1 und 5,5 % noch häufig mit Websites vertreten (siehe auch Tabelle in Abb. 8).

Hingegen sind u.a. die Bereiche Innere Medizin, Verdauungs-Störungen mit 4,1%, Gynäkologie mit 4,3% sowie Chirurgie & Intensivmedizin mit 3,1 % Anteil aller Angebote geringer ausgeprägt. Im Vergleich zum Vorjahr sind die Indikationsbereiche Fortbildung/Management/Service, Allergologie, Dermatologie sowie Onkologie stärker vertreten, hingegen haben die Stoffwechselkrankheiten die Gynäkologie und die Neurologie ihre Anteile verringert.

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 bei den einzelnen Indikationen (nur Auszug).

Das Angebotsverhältnis zwischen Patienten und Fachkreise (ohne OTC-Bereich) liegt mit 1328 versus 1641 Indikations-Websites näher am ärztlichen Bereich, die Vorjahreswerte sind 1061 versus 1486 Websites. Stärker im Focus im Vergleich zum Vorjahr stehen bei den Patienten die Indikationen Infektionskrankheiten, Onkologie und Allergologie, bei den Angeboten für Ärzte hingegen die Therapiefelder Dermatologie, Chirurgie & Intensivmedizin und sowie die Bereiche Pharmakologie & Apotheken.

Die Abbildung 10 zeigt die absoluten und prozentuale Verteilung der 18 Indikationsbereiche, Neben denn Angaben zur Anzahl der Websites in Angaben (ohne OTC-Websites) sind rechts die Prozentwerte angegeben. Der hohe Anteil der Indikationsbereiche Onkologie, Neurologie und Fortbildung an der Gesamtheit der Angebote wird deutlich.

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 10: Angebote von 18 Indikationsbereiche:
Anzahl der Websites in absoluten und prozentualen Angaben. Ohne OTC-Websites.

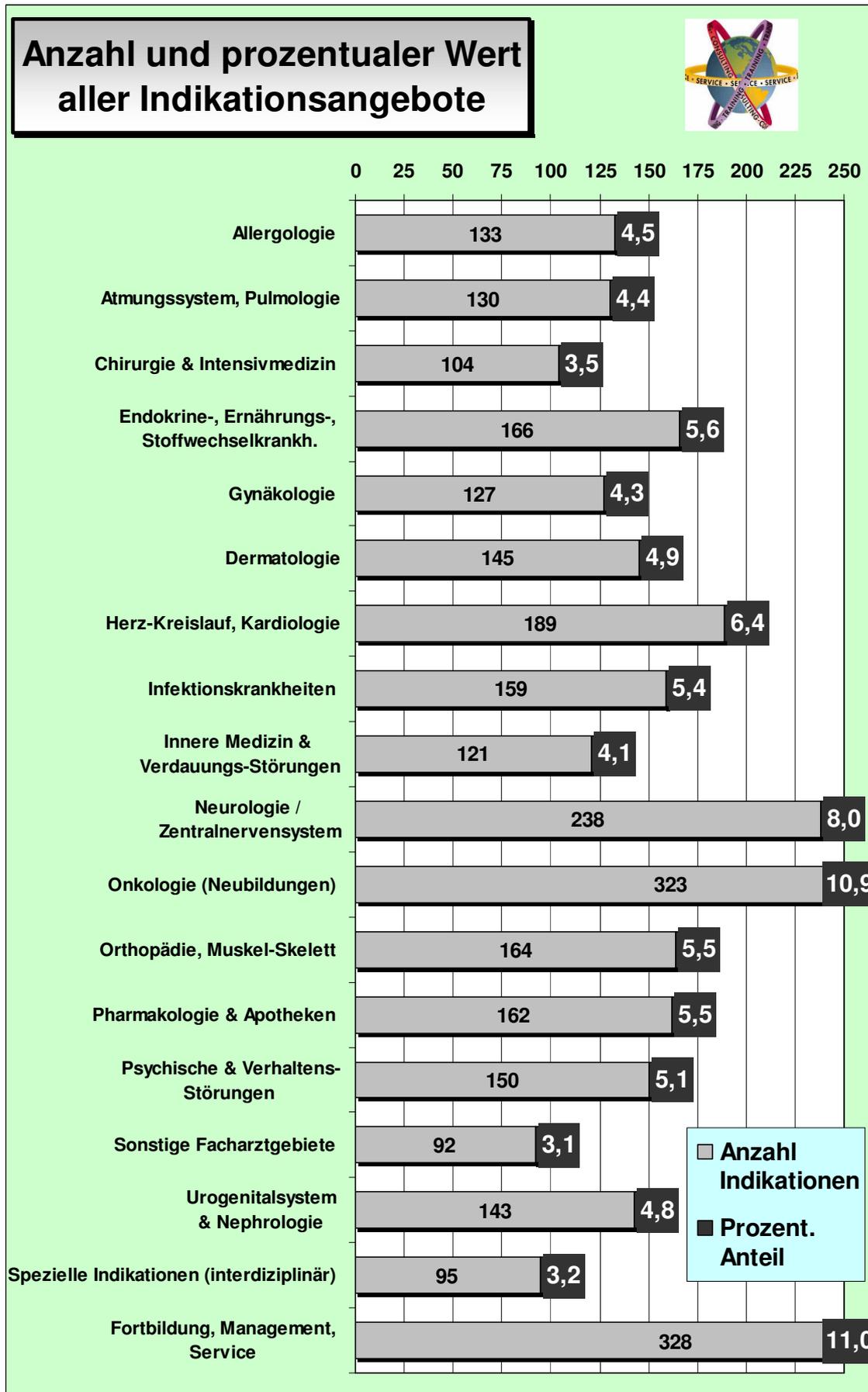
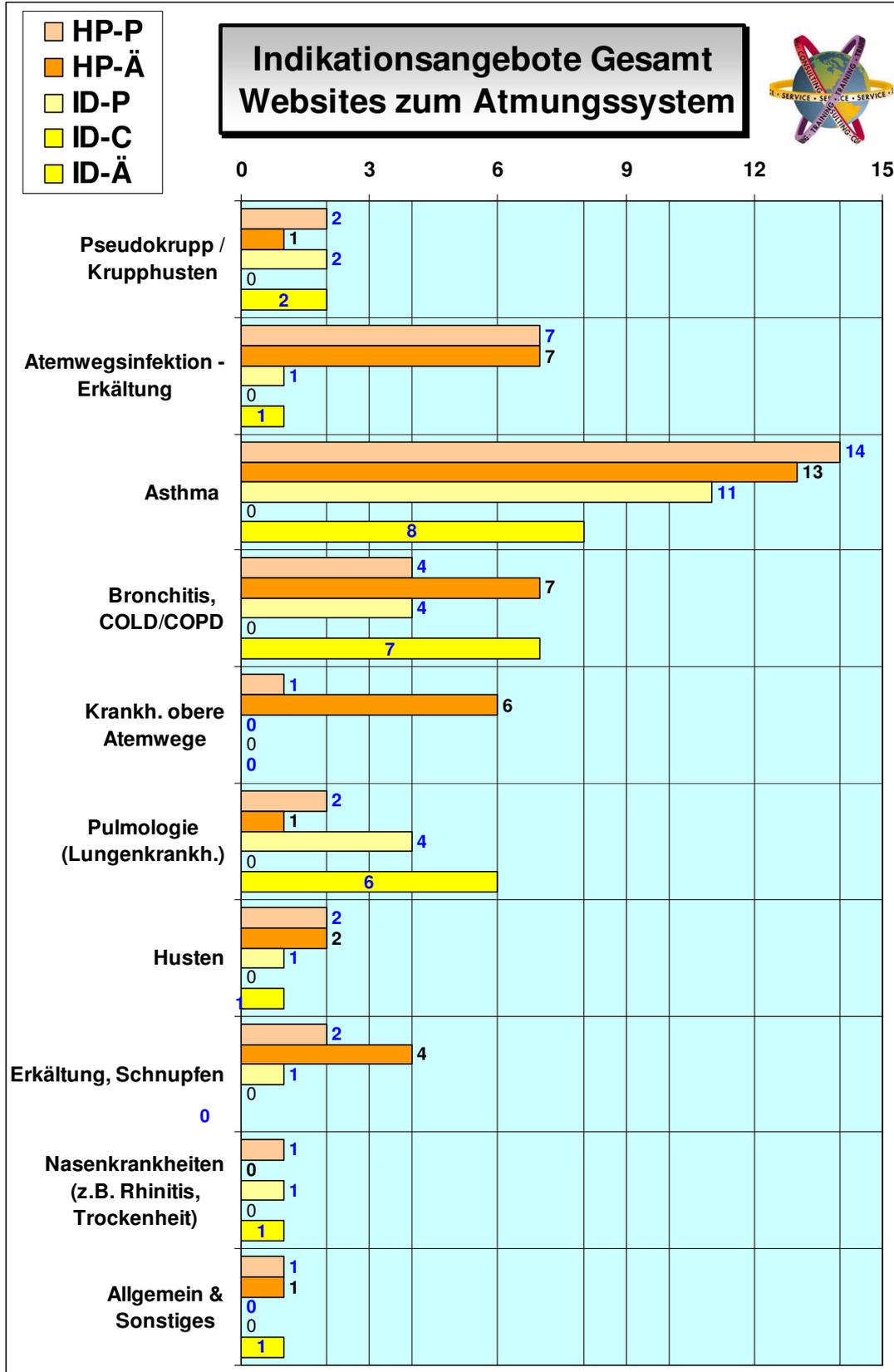


Abb. 11: Angebote zum Indikationsbereich Atmungssysteme.
 Anzahl der Websites in absoluten Angaben. Ohne OTC-Websites.
HP-P = Angebote auf Firmen-Homepages für Patienten
HP-Ä = Angebote auf Firmen-Homepages für Fachkreise
ID-P = Angebote auf Domain-Websites für Patienten
ID-Ä = Angebote auf Domain-Websites für Fachkreise



Ergebnisse Studie 4 – Basisdaten Anbieter

Studie 4 Basisdaten Anbieter und Statistik Angebotsstruktur

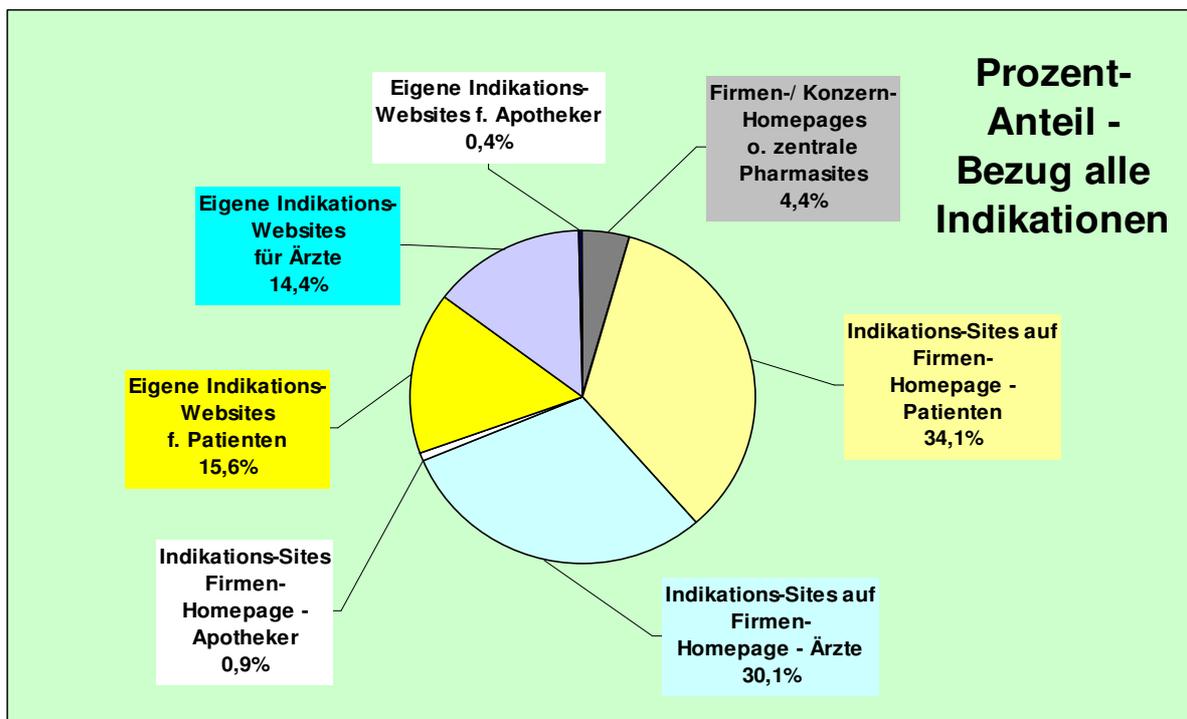
Eine wichtige Zielsetzungen der Studie 4 war die Bestandsaufnahme und Beschreibung der Angebotsstruktur. Im Mittelpunkt standen hier die Feststellung der Anzahl der Angebote von 100 Pharmaunternehmen, die aus 170 Anbietern nach Anzahl der Angebote ausgewählt wurden. Auch die Ausrichtung pro Zielgruppe und die Präsenz-Struktur bzgl. Firmen-Homepages bzw. eigenständigen Domainsites wurde erhoben. Insgesamt 4070 Angebote wurden in die nähere Analyse einbezogen, 1107 sind dabei den OTC-Bereich zuzuordnen.

In verschiedenen Einzelstudien erfolgte eine Bewertung des Internetauftrittes der Pharmaunternehmen, unterteilt nach der Websites-Präsenz und den Zielgruppen Patienten und medizinische Fachkreise. Diese Bestandsaufnahme der Angebotstruktur erfolgt auch fortlaufend für das Online-Portal **gesundheitsregister.de**, eine Indikations-Datenbank mit derzeit fast 5000 Websites von über 170 Pharmaunternehmen.

Die Angebote wurden als indikationsbezogene Inhalte innerhalb von 200 Einzelindikationen (von Allergologie bis zu Zahnheilkunde) erfasst, die in 18 Hauptgruppen gegliedert wurden. Weitere 117 Websites sind den übergeordneten Firmen-Homepages inkl. Tochterunternehmen ohne Indikationsangebote zuzuordnen. Typische Inhalte sind z.B. Unternehmensinformationen (z.B. Firmenprofil, Geschäftsentwicklung), aktuelle News und die Vorstellung der Geschäftsfelder und Produkte.

Die Angebotsstruktur wird anhand von verschiedenen Aspekten beschrieben, z.B. um die Zielgruppenorientierung, die Websitesstruktur oder die Angebotsqualität pro Anbieter aufzuzeigen.

Abb. 12 Angebotsstruktur: Prozentuale Verteilung der Indikationsangebote



Verteilung der Indikations-Angebote: Firmen-Homepages vs. Indikations-Sites

Obwohl bei allen Anbietern weiterhin der Trend besteht, die Angebote auf eigenständige Themenseiten zu verlagern (Anbieterbeispiele: Novartis, GlaxoSmithKline und Merck), liegt das größte Indikations-Angebot weiterhin auf den Firmen-Homepages mit 975 Themenbereiche für Patienten (prozentual 33,2% – Vorjahr 34,1%), gefolgt mit 836 Indikationsangebote für die Ärzte (28,4% - Vorjahr 30,1 %). Die speziellen Indikationsangebote auf sog. Top-Level-Domains

summieren sich auf 542 Angebote für Patienten und 4549 für Ärzte (prozentual ausgewiesen 18,4 % bzw. 18,6% – Vorjahr 15,6 % bzw. 14,4 %). Die Apotheker werden nach wie vor stiefmütterlich behandelt, da hier nur 26 Angebote auf den Firmen-Homepages vorhanden sind (0,9 %) sowie nur 13 eigenständige Websites (0,4 %). Im Vergleich zur Statistik im Vorjahr 2008 haben sich trotz steigender Indikationsangebote damit keine grossen prozentualen Veränderungen ergeben.

Verteilung der Indikations-Angebote: nach Pharmaunternehmen

Die Studie stellt tabellarisch und grafisch eine differenzierte Beschreibung der absoluten und prozentualen Verteilung der Indikationssites auf den Firmen-Homepages und den Domain-Websites sowie den Zielgruppen Patienten, Ärzte und Apotheker dar. Damit ergibt sich pro Unternehmen ein detailliertes Profil der Angebotsstruktur und der Zielgruppen-Ausrichtung.

Der Durchschnittswert aller einbezogenen Indikationsangebote lag mit 40,5 Websites pro Pharmaunternehmen deutlich höher als im Vorjahr mit 29,6 Websites. Die fünf Spitzenreiter sind Roche mit 114 (Vj 104), Bayer Vital inkl. Schering mit 107 (Vorjahr. 98), UCB Deutschland mit 94 (Vj 70), Boehringer Ingelheim mit 91 (Vj. 84) und STADAm mit 87 (Vj 78), alle Angaben mit OTC-Angebote). Alle aufgeführten Anbieter haben damit ihr Internetangebot erheblich ausgebaut. Prozentual liegt der Anteil für die 5 Pharmaunternehmen mit den häufigsten Indikationsangeboten zwischen 3,9 und 3,0 %. Diese fünf Unternehmen repräsentieren damit bereits 16,8 Prozent des Gesamtangebotes aller 75 betrachteten Anbieter (ohne OTC-Anbieter).

Bei den **OTC-Anbietern** sind Klosterfrau mit 74 Indikationsangebote und einen Anteil von 6,7%, Aliud Pharma mit 70 (6,3%), Weleda mit 64 (5,8%), GSK Consumer mit 58 (5,2%) sowie Hevert und Strathmann mit jeweils 54 Angeboten und einen Anteil von 4,9% führend.

Indikationssites auf den Firmen-Homepages und Domain-Websites

Bei den Indikationsangeboten auf den **Firmen-Homepages** für **Patienten** stellen STADA mit 54 Nennungen, Roche mit 46 sowie ratiopharm mit 40 die Spitzenreiter auf den Firmen-Homepages. Wiederum anders stellt sich das Bild bei den medizinischen **Fachkreise** dar. Hier ist Roche mit 49 Angeboten auf der Firmen-Homepages führend, gefolgt von Heumann mit 39 und Hexal mit 35 Nennungen. Diese Anbieter verfolgen im Kern den Ansatz, dass ihre Zielgruppen alle Informationen auf der Firmen-Websites finden, das Angebot wird nicht zersplittert.

Bei den Angeboten auf separaten Indikations-Websites (Top-Level **Domain-Websites**) für **Patienten** sticht besonders UCB Deutschland mit 40 Nennungen hervor. Es folgen Pfizer mit 38, Bayer Vital mit 33 und Novartis mit 32 Nennungen. Bei den medizinischen **Fachkreise** ist Pfizer mit 39 Indikationssites knapp vor Bayer Vital mit 35 Nennungen führend, die weiteren Spitzenreiter sind Novartis sowie GlaxoSmithKline mit 33 bzw. 32 Nennungen. Dieser Ansatz will die Zielgruppen durch eigenständige Websites gezielt und separat ansprechen und das Angebot inhaltlich und grafisch je nach Bedarf strukturieren.

Bei den **OTC-Anbietern** sind die Angebote noch vorwiegend auf den **Firmen-Homepages** platziert, da hier 864 Homepagesites nur 245 Indikationsites auf **Domain-Websites** gegenüberstehen. Anhänger der **Firmen-Homepages** sind hier vor allem Aliud Pharma, HEEL, Hevert und Weleda, die **Domain-Websites** bevorzugen die Firmen Klosterfrau, Beiersdorf und GSK Consumer.

Zielgruppen-Orientierung

Eine wichtige Fragestellung ist die Ausrichtung des Angebots hinsichtlich der beiden wichtigen Zielgruppen Patienten und medizinische Fachkreise. Dazu wurden eine Kennzahl für die Zielgruppen-Orientierung gebildet, bei der die Zielgruppen-Orientierung prozentual ausgewiesen wird. Werte um 50 % stehen für eine gleichrangige Fachkreis- bzw. Patienten-Orientierung, darüber bis max. 100 Prozent wird die Bevorzugung einer Zielgruppe angezeigt.

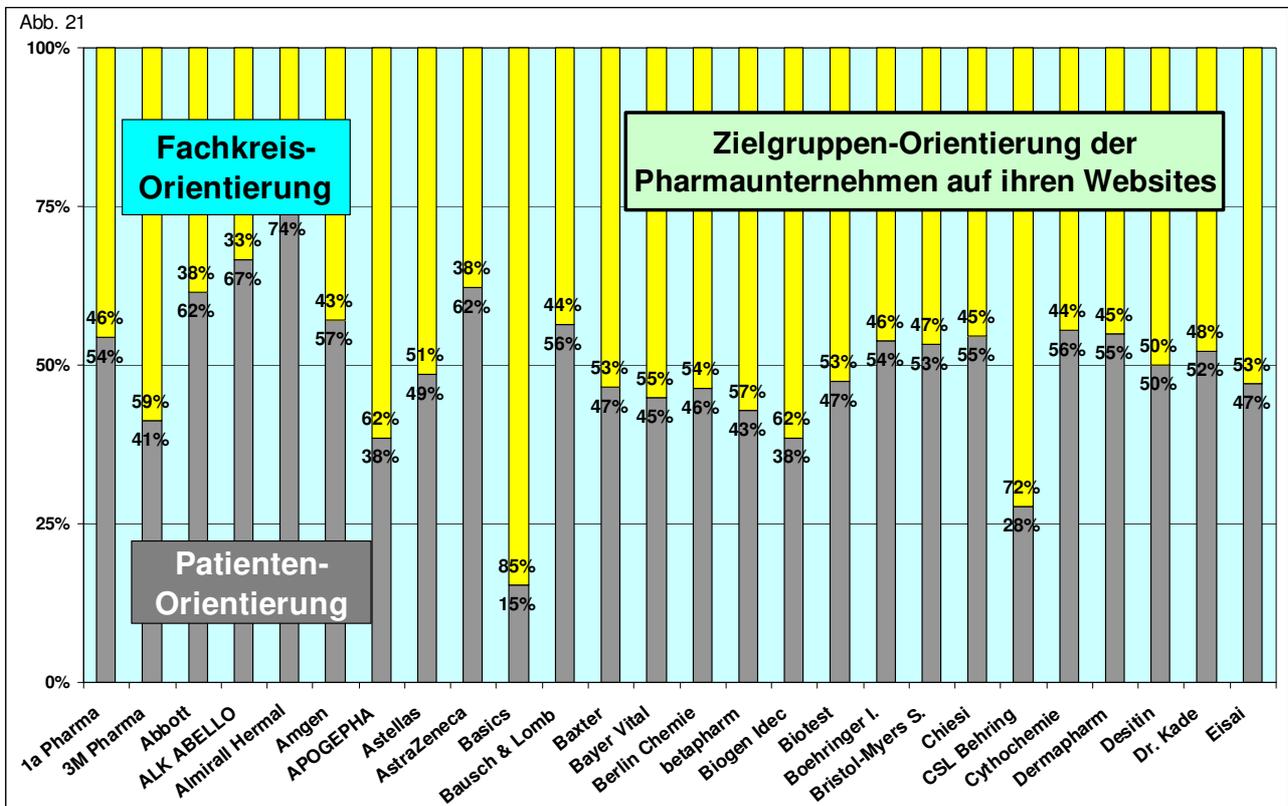
Die grösste Ausrichtung an die **Fachkreise** bestand bei den Anbietern Basics, CSL Behring und Merck Serono mit Werten zwischen 85 und 70 Prozent. Auch TEVA Pharma, Biogen Idec und

APOGEPHA weisen mit 62 % noch eine hohe Fachkreis-Orientierung auf. Eine eindeutige **Patienten-Orientierung** der Pharmaanbieter ist bei den Anbietern Mylan dura, STADA, Sandoz Novartis Behring und Almirall Hermal vorhanden. Mit Werten zwischen 83 und 74 Prozent bevorzugen diese Anbieter die Zielgruppenansprache für Patienten.

Bei den **OTC-Anbietern** ist durchgängig eine hohe **Patienten-Orientierung** vorhanden. Der Mittelwert von allen 25 Pharmaunternehmen beträgt hier 68 Prozent aller Angebote womit sich mit 32 % nur knapp ein Drittel aller Websites an die Fachkreise richtet. Eine eindeutige Patienten-Orientierung weisen mit 100 % ascopharm, Kneipp und Merz Consumer auf. Werte über 80 % erreichen noch die Anbieter Beiersdorf, GSK Consumer, Novartis Consumer und Spitzner.

Zusammenfassend zeigt sich folgendes Bild: Mit einem durchschnittlichen Wert von 53 Prozent (Vorjahr 54%) für die Patienten-Orientierung und 47 Prozent (Vorjahr 46%) für die Fachkreis-Orientierung werden im Mittel mehr Websites für Patienten bereitgestellt. Firmen mit OTC- bzw. Generika-Angebote bevorzugen besonders die Patienten-Orientierung.

Abb. 13 Zielgruppen-Orientierung



OTC-Orientierung

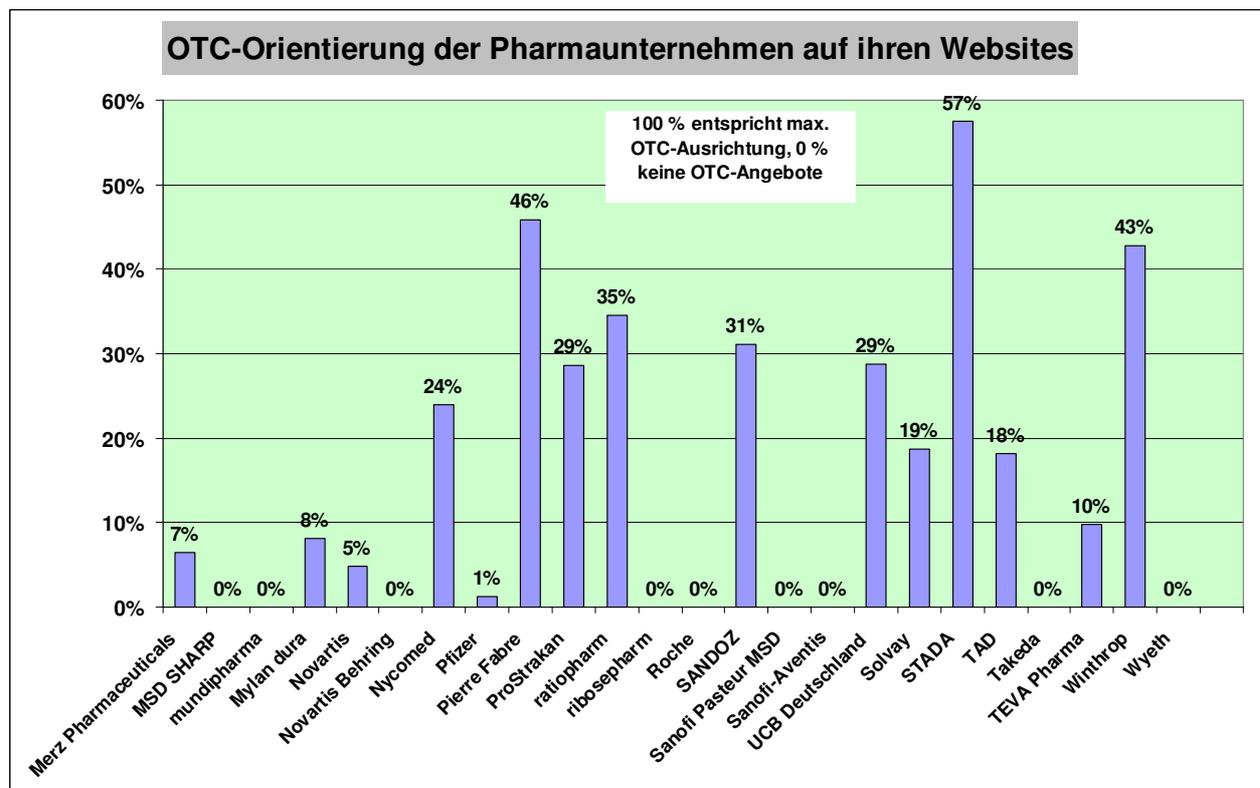
Zusätzlich wurde die OTC-Ausrichtung des Angebots bei den Pharmaunternehmen betrachtet. Dazu wurden die Anzahl der OTC-bezogenen Indikationsangebote im Verhältnis zu allen anderen Indikationsangeboten gesetzt. Diese prozentuale Kennzahl bewegt sich zwischen 0 Prozent (keine OTC-Angebote) und 100 Prozent (nur OTC-Angebote). Die Ergebnisse waren neben der Anzahl der Indikationsangebote auch massgeblich für die Auswahl der OTC-Anbieter.

Insgesamt 6 der einbezogenen **OTC-Anbieter** weisen mit 100 % eine eindeutige OTC-Orientierung auf, bei weiteren 10 Anbieter beträgt der Anteil über 90 %. Einen geringeren Anteil als 75 % weisen nur BIONORICA, Opfermann und Strathmann auf.

Nur 3 der 75 betrachteten Pharmaunternehmen (Non-OTC-Anbieter), nämlich STADA, Heumann und Dermapharm weisen mit über 50 Prozent eine hohe OTC-Orientierung auf. Insgesamt 43

Pharmaunternehmen weisen hingegen keine OTC-Indikationen auf und stellen damit die grössere Gruppe dar. Der durchschnittliche Anteil von OTC-Websites beträgt 25,2 Prozent (Vorjahr 20,4%)

Abb. 14 OTC-Orientierung



Ergebnisse zur Angebotsqualität - Ranking C beim Gesamt-Ranking

Weiterhin wurde auch die durchschnittliche Qualität der Indikationsangebote berechnet, diese Kennzahl wird auch zur Bestimmung des Gesamt-Rankings in der Studie 1 verwendet. Auch kleineren Anbieter ohne breitem Angebotsspektrum wird hier eine Chance geboten, mit anspruchsvollen Websites im Ranking berücksichtigt zu werden.

Die Kennzahl Angebotsqualität wird als Mittelwert aus der Bewertung aller Websites eines Pharmaunternehmens 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 ist die Kennzahl nur bedingt aussagefähig. Die Indikationsangebote wurden in 5 Klassen eingeteilt: 5 = sehr gut, 4 = gut, 3 = durchschnittlich, 2 = unterdurchschnittlich, 1 = schlecht.

Der Durchschnitt aller 100 Anbieter steigt **mit 3,36** seit Jahren stetig (Vorjahr 3,3, 2007 3,2) und liegt um den Mittelwert der vorgegebenen Scala von 1 bis 5. Es wurden für die Zielgruppen Patienten und Fachkreise jeweils eigene Kennzahlen erhoben, die Mittelwerte unterscheiden sich aber bei 3,43 und 3,33 aber kaum.

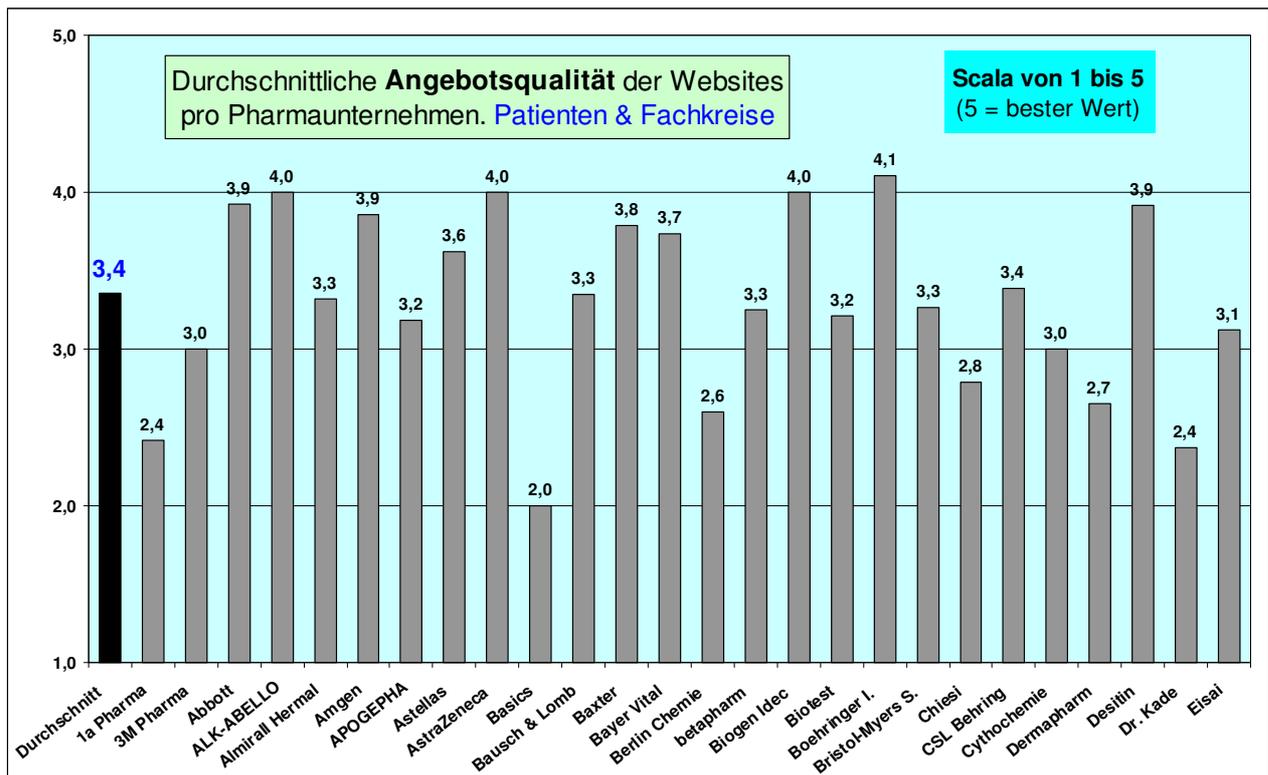
Für die **OTC-Angebote** aller Pharmaunternehmen wurde ebenfalls die Angebotsqualität getrennt erfasst, auch hier neben dem zielgruppenübergreifenden Gesamtwert jeweils eine Auswertung für Patienten und Fachkreise vorgenommen. Generell ist die Angebotsqualität deutlich geringer, der Mittelwert liegt für die 61 vorhandenen Anbieter bei **2,95**, die Werte für Patienten betragen 3,0 und für Fachkreise 2,9. Aus den beiden Werten für OTC- und Nicht-OTC-Angebote wurde noch ein Gesamtwert für alle Angebote gebildet, der Mittelwert von liegt hier bei **3,26**.

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 Angebotsspektrum. Bei dieser Kennzahl haben deshalb gerade kleinere Anbieter gute Möglich-

keiten, vordere Rankingplätze einzunehmen, was sich in dieser wie den letzten Untersuchungen auch bestätigte.

Angeführt von den Erstplatzierten Merz Pharmaceuticals und HAL ALLERGIE mit einem Durchschnittswert von 4,44 bis 4,35 ist ein stetig fallender Mittelwert bei der Qualitäts-Bewertung bis zum geringsten Durchschnittswert von unter 2,0 für Cesra Arzneimittel vorhanden. Mittelwerte unter 3,0 weisen hierbei 32 der 100 Anbieter auf und bieten hierdurch ein breites Feld für notwendige Verbesserungsmaßnahmen.

Abb. 15 Angebots-Qualität der Indikationsangebote



Zielgruppenübergreifend belegen Merz Pharmaceuticals, HAL ALLERGIE, ribosepharm, Roche, MSD SHARP, Boehringer Ingelheim, Lilly, Merck Serono, Hartmann und Hexal die ersten 10 Plätze.

Bei der Angebotsqualität der Websites für die **Fachkreise** ergaben sich u.a. folgende Spitzenreiter: Merz Pharmaceuticals, HAL ALLERGIE, Bad Heilbrunner, ribosepharm, Lilly. Bei der Angebotsqualität der Websites für die **Patienten** sind folgende Spitzenreiter vorhanden: ribosepharm, Merz Pharmaceuticals, Roche, Hartmann und ALK-ABELLO. Während viele Pharmaunternehmen die Angebotsqualität für beide Zielgruppen gleichwertig gestalteten (z.B. Bayer Vital, GlaxoSmithKline, Pfizer) sind bei einigen Anbietern bedeutende Differenzen erkennbar (z.B. ALK-ABELLO, APOGEPHA, Chiesi, Heumann, TAD).

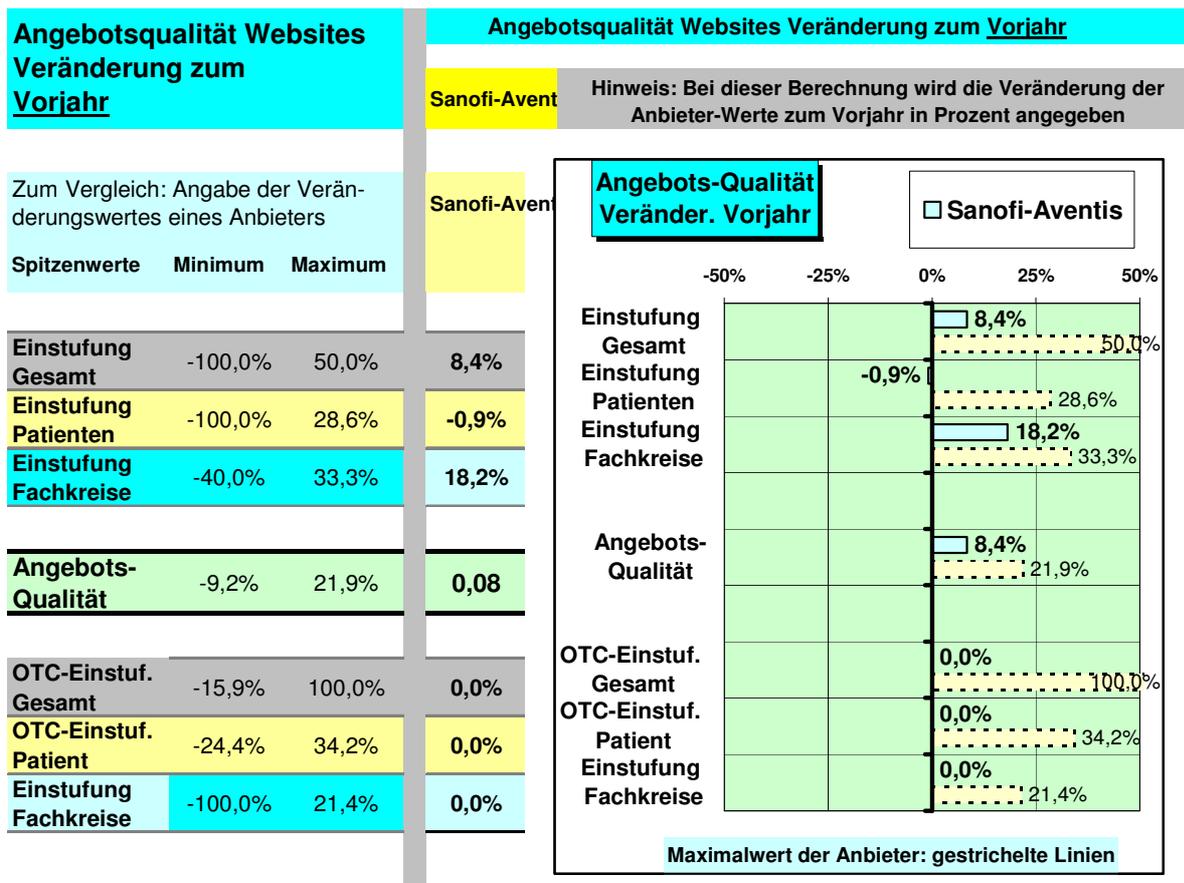
Bei den **OTC-Anbietern** konnten sich Schwabe, Beiersdorf, BIONORICA, Merz Consumer, McNeil und Strathmann auf den Spitzenplätzen positionieren. Da sich die Angebote hauptsächlich auf die Patienten fokussieren sind die Pharmaunternehmen mit der besten Angebotsqualität für Patienten fast die gleichen Anbieter (u.a. Schwabe, BIONORICA, Beiersdorf). Bei den Fachkreisen stellen Strathmann, Schwabe und BIONORICA die führenden Anbieter dar.

Ergebnisse Studie 5 Benchmarking für 18 Indikationsbereiche

Studie 5	Differenzdaten zum Vorjahr mit Selektion von Mitbewerbern
----------	---

Um die Entwicklung der Kennzahlen aus der Studie 4 Basisdaten im Jahresverlauf besser verfolgen zu können wurden in der Studie 5 die Veränderungswerte zum Vorjahr tabellarisch und grafisch ausführlich dargestellt. Alle wichtigen Kennzahlen werden in verschiedenen Excel-Registern pro selektierten Pharmaunternehmen in Charts angezeigt und die prozentualen Änderungswerte zum Vorjahr ausgewiesen. Damit ist die Angebotsstruktur und ihre Entwicklung pro Anbieter schnell einsehbar.

Abb. 16 Prozentuale Veränderung zum Vorjahr pro Anbieter – Beispiel Angebotsqualität



Die Kennzahlen zur Angebotsstruktur aller Pharmaunternehmen werden im Vergleich zum Vorjahr in den Tabellen prozentual dargestellt. Die positiven (Zunahme) und negativen (Abnahme) Veränderungen der Daten werden dort farblich unterschiedlich markiert. Auch die Kennziffern zur Zielgruppen- und zur OTC-Orientierung sowie zur Angebotsqualität aller Pharmaunternehmen wird im Vergleich zum Vorjahr prozentual dargestellt.

Die Gesamtanzahl der **Indikationsangebote** ist wie in den Vorjahren gestiegen, durchschnittlich um fast 20 Prozent. Besonders positiv war die Steigerung bei den Pharmaunternehmen Bausch & Lomb, CSL Bering, Novartis, ratiopharm und TEVA Pharma mit über 50%. Bei den OTC-Anbietern stachen GSK Consumer, Klosterfrau und PASCOE hervor. Abnehmend war die Indikationsanzahl u.a. bei AstraZeneca, Basics und Cythochemie.

Eine Steigerung der **OTC-Orientierung** war besonders bei den Anbietern Almirall Hermal, SANDOZ, TAD und Strathmann bemerkbar, eine Abnahme gab es hingegen bei Novartis, Merz Pharmaceuticals und APOGEPHA zu verzeichnen. Eine stärkere **Patienten-Orientierung** mit Veränderungsraten über 30% gaben sich die Anbieter mundipharma, Novartis und TEVA Pharma, stärker im Focus der Fachkreise positionierten sich hingegen Astellas, Bausch & Lomb und Takeda.

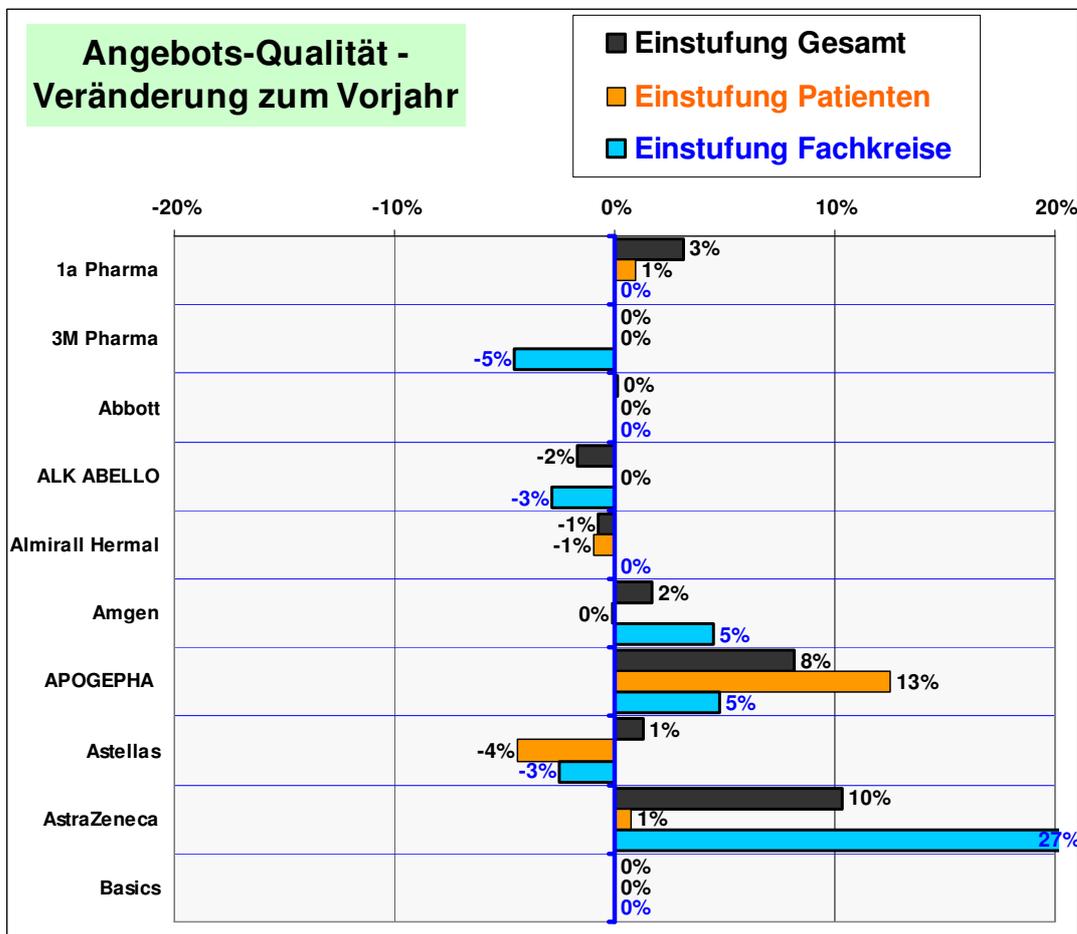
Abb. 17 Basisdaten Angebotsstruktur – Prozentuale Veränderung zum Vorjahr

Veränderung zum Vorjahr in Prozent Angebotsstruktur: Firmen- und Indikations-Websites

Pharma-Unternehmen	Gesamt-Anzahl der vorhandenen Indikationen	Firmen-/Konzern-Homepage o. zentrale Pharmasites	Indikations-Sites auf Firmen-Homepage - Patienten	Indikations-Sites auf Firmen-Homepage - Ärzte	Indikations-Sites Firmen-Homepage - Apotheker	Eigene Indikations-Websites f. Patienten	Eigene Indikations-Websites für Ärzte	Eigene Indikations-Websites f. Apotheker
Durchschnitt	19,6%	0,0%	14,2%	20,9%	0,0%	86,2%	49,6%	-25,0%
1a Pharma	7,5%	0,0%	14,8%	0,0%	kein Wert	kein Wert	kein Wert	kein Wert
3M Pharma	6,3%	0,0%	16,7%	0,0%	kein Wert	kein Wert	kein Wert	kein Wert
Abbott	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	kein Wert	18,2%	0,0%	kein Wert
ALK ABELLO	7,1%	0,0%	0,0%	0,0%	kein Wert	0,0%	kein Wert	kein Wert
Almirall Hermal	22,9%	0,0%	20,0%	0,0%	kein Wert	100,0%	0,0%	kein Wert
Amgen	-3,4%	0,0%	kein Wert	100,0%	0,0%	0,0%	-18,2%	kein Wert
APOGEPHA	23,8%	0,0%	25,0%	23,1%	kein Wert	kein Wert	kein Wert	kein Wert
Astellas	16,7%	0,0%	-6,7%	71,4%	0,0%	0,0%	25,0%	kein Wert
AstraZeneca	-19,6%	0,0%	-20,8%	-100,0%	kein Wert	12,5%	183,3%	kein Wert
Basics	-23,5%	0,0%	-66,7%	0,0%	0,0%	kein Wert	kein Wert	kein Wert
Bausch & Lomb	57,1%	kein Wert	40,0%	150,0%	0,0%	0,0%	60,0%	kein Wert
Baxter	4,9%	0,0%	0,0%	0,0%	kein Wert	20,0%	9,1%	kein Wert
Bayer Vital	9,2%	0,0%	36,4%	15,8%	kein Wert	10,0%	-2,8%	0,0%
Berlin Chemie	27,3%	0,0%	20,0%	40,0%	0,0%	0,0%	kein Wert	kein Wert
betapharm	0,0%	0,0%	-14,3%	7,7%	kein Wert	200,0%	0,0%	-100,0%
Biogen Idec	44,4%	0,0%	0,0%	50,0%	kein Wert	50,0%	66,7%	kein Wert
Biotest	35,7%	0,0%	60,0%	25,0%	kein Wert	0,0%	kein Wert	kein Wert
Boehringer I.	7,1%	0,0%	4,8%	0,0%	0,0%	17,4%	0,0%	25,0%

Die Veränderung der **Angebotsqualität** zum Vorjahr wurde neben der Gesamt-Einstufung auch für die Zielgruppen Patienten und Fachkreise gemessen. Die prozentualen Werte waren naturgemäss hier nicht so stark ausgeprägt, da die Kennziffer Angebotsqualität als Mittelwert sich nur bei umfangreichen Veränderungen stärker bewegt.

Abb. 18 Angebots-Qualität der Indikationsangebote – Veränderung zum Vorjahr



Positiv veränderte sich der Wert bei den Anbietern [APOGEPHA](#), [AstraZeneca](#), [essex pharma](#) und [Pierre Fabre](#) und den OTC-Anbietern [Aliud Pharma](#), [GSK Consumer](#) und [Merz Consumer Care](#).

Bei der **Link Popularität** ergaben sich erhebliche Unterschiede im Vergleich zum Vorjahr. Wesentlich verbessern konnten sich die Anbieter [Eisai](#), [essex pharma](#), [Lilly](#) und [Sanofi-Aventis](#). Dagegen verschlechterte sich im Durchschnitt aller Websites die Webpräsenz bei [Bristol-Myers Squipp](#), [Pierre Fabre](#) und [Wyeth](#). Bei den OTC-Anbietern gab es deutliche positive Unterschiede (bezogen auf den Rangplatz) nur bei [BIONORICA](#), [GSK Consumer](#) und [Opfermann](#). Schlechtere Werte lagen hingegen bei [Klosterfrau](#), [Kneipp](#) und [MADAUS](#) vor.

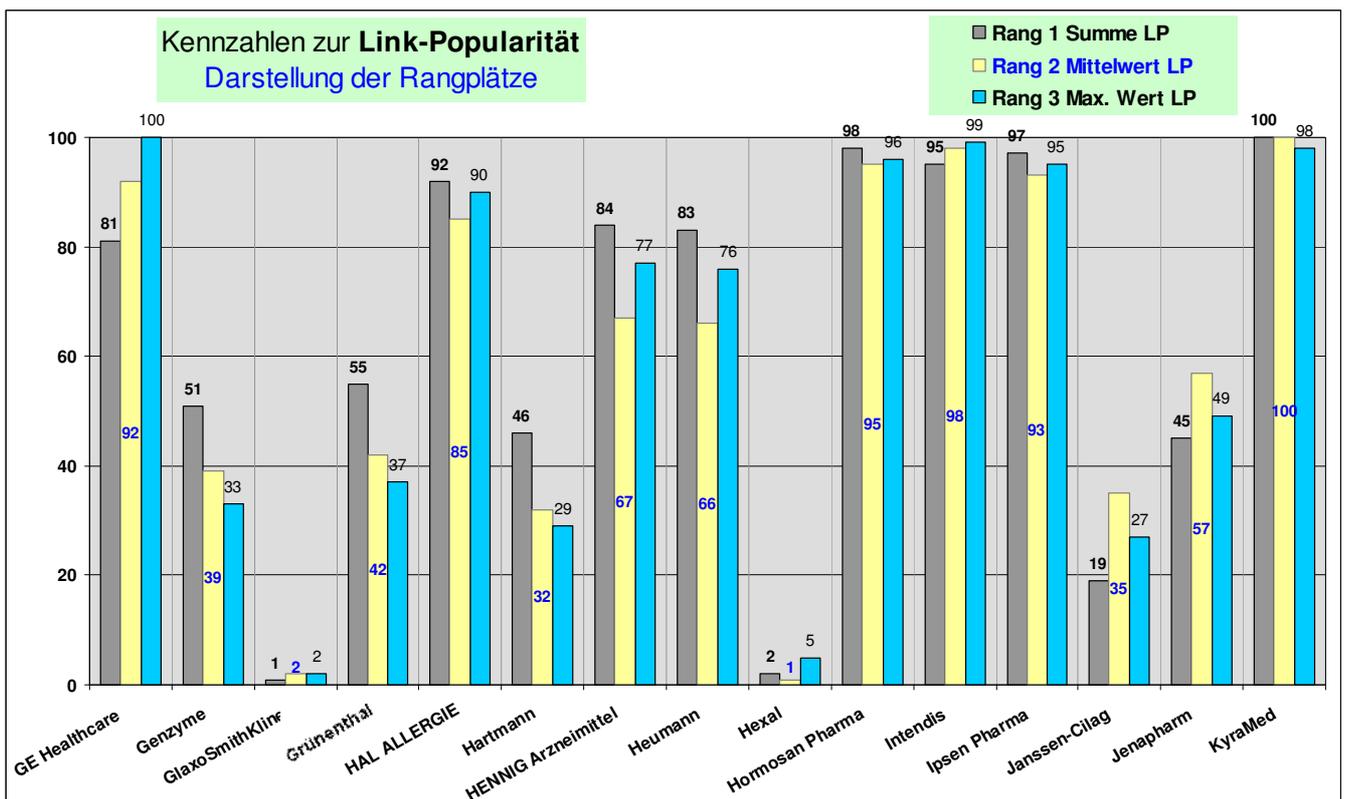
Ergebnisse Studie 6 Benchmarking für 18 Indikationsbereiche

Studie 6	Kennzahlen zur Link Popularität
----------	---------------------------------

Wichtigstes Kriterium bei der Realisierung einer Website ist der Erfolg bei den Zielgruppen. Deshalb sind Aussagen zur Nutzungshäufigkeit von Websites unerlässlich für das Online-Marketing. Die Relevanz der Link Popularität ist dadurch gegeben, dass dieses Kriterium praktisch der einzige objektive Suchmaschinenparameter ist, der es Dritten ermöglicht, die Bedeutung der Seite abzuschätzen. Man kann die Linkpopularität mit einfachen parametrisierten Abfragen in den großen Suchmaschinen ermitteln. Bei Google geht das mit dem Befehl `link:www.meinedomain.de` und bei Yahoo mit `linkdomain:www.meinedomain.de`

Die Link-Popularität aller Websites bei den 4 Suchmaschinen AllTheWeb, AltaVista, Google und Yahoo wurde automatisch abfragt. Da jede Suchmaschinen einen anderen Datenbereich umfasst, können die einzelnen Ergebnisse nicht direkt miteinander verglichen werden. Deshalb wurden pro Suchmaschine die jeweiligen Daten in Prozentwerte umgewandelt. Der maximale Wert über alle Anbieter wird dabei pro Suchmaschine mit 100 Prozent ausgewiesen und alle weiteren Werte pro Website prozentual davon berechnet. Die Werte von Google wurde dabei dreifach gewichtet.

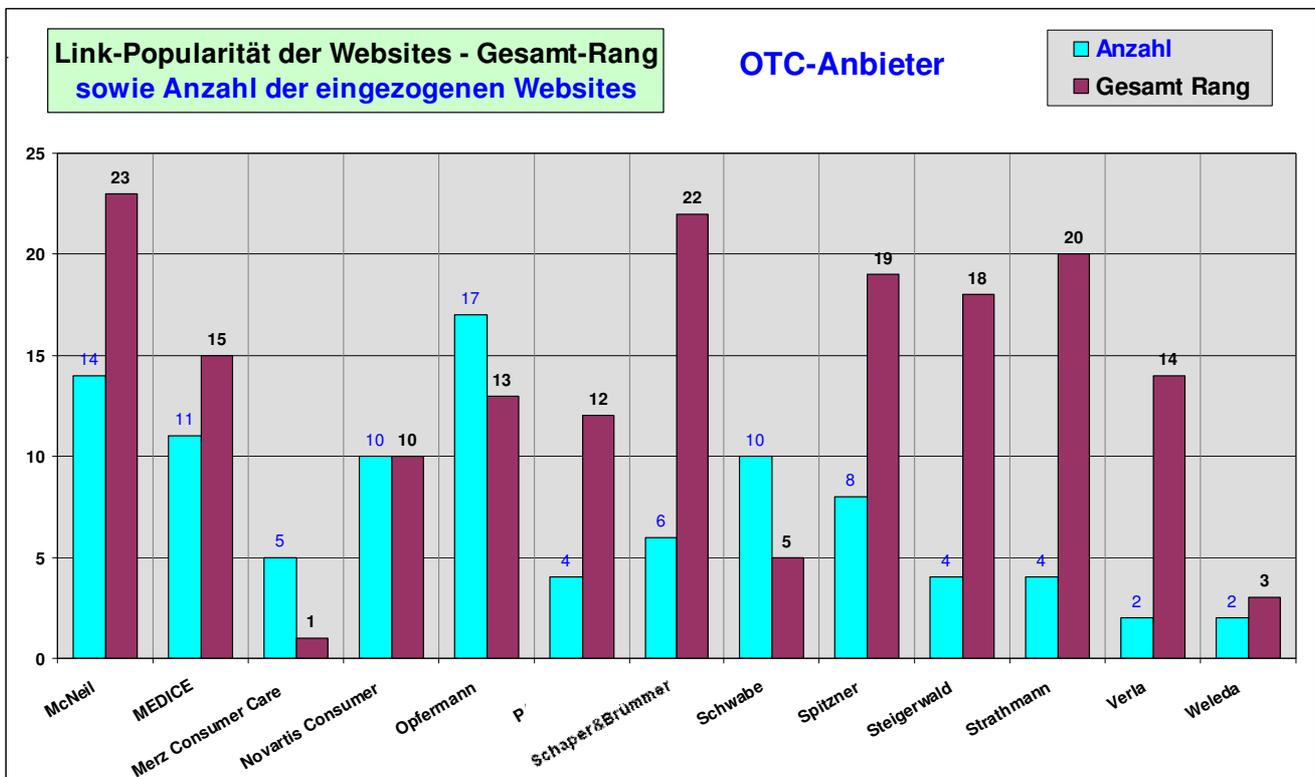
Abb. 19 Angebots-Qualität der Indikationsangebote



Die Link-Popularität der Anbieter wird anhand von 3 Kennzahlen gemessen. Den Anfang macht der Summenwert aller Websites/Links pro Anbieter (Rang 1). Dazu wurden alle prozentualen Werte zur Link-Popularität für alle Websites eines Anbieters addiert. Diese Kennzahl ist umso höher, je mehr Angebote eines Unternehmens vorhanden sind und ist i.d.R. ein aussagekräftiger Indikator für die Präsenz eines Unternehmens im Internet. Dieser Summenwert wurde durch die Anzahl der Links / Websites dividiert und dadurch der mittlere Wert der Link-Popularität berechnet (Rang 2). Pro Anbieter wurden die Website mit dem höchsten Wert zur Link-Popularität ermittelt, diese Kennzahl (Rang 3) zielt auf die Spitzenwerte der Angebote.

Aus den vorgenannten 3 Kennzahlen zur Link-Popularität der Anbieter: den Summenwert aller Websites - Rang 1, den Mittelwert - Rang 2 und den Spitzenwert pro Anbieter - Rang 3, wurde eine abschliessende **Gesamt-Bewertung** berechnet. Hierzu wurde der Mittelwert aus den Rangplätzen der 3 Kennzahlen ermittelt und daraus der Gesamt-Rang gebildet. Zusätzlich wird die Anzahl der einbezogenen Websites zur Link-Popularität pro Anbieter dargestellt (Anzahl Links). Diese Angabe ist auch ein Indikator für die Angebotsbreite eines Unternehmens im Bereich der Domain-Websites.

Abb. 20 Gesamt-Rang Link Popularität und Anzahl Websites



Die ersten Rangplätze im Gesamt-Rang belegen zumeist die marktführenden Pharmaunternehmen [GlaxoSmithKline](#), [Hexal](#), [Roche](#), [Bayer Vital](#) und [Pfizer](#). Überraschend konnten sich auch Unternehmen aus der zweiten Reihe hier platzieren, u.a. [Merz Pharmaceuticals](#) auf Rang 6 und [ratiopharm](#) auf Rang 9.

Die Websites mit der höchsten Präsenz war mit [www.fit-for-travel.de](#) von GlaxoSmithKline eine Indikations-Websites, ansonsten sind nur Firmen-Websites (u.a. [pfizer.de](#), [roche.de](#), [hexal.de](#) und [bayervital.de](#)) bei der Link Popularität führend.

Bei den **OTC-Anbietern** waren [Merz Consumer Care](#), [Beiersdorf](#) und [Weleda](#) die Spitzenreiter im Gesamt-Rang gefolgt von [Klosterfrau](#) und [Schwabe](#). Websites mit dem höchsten Einzelwert für die Link Popularität war hier die Firmensite [www.klosterfrau.de](#), gefolgt von [www.merz.de/gesundheit](#) und mit [www.mental-aktiv.de](#) von Schwabe eine Themenseite.

Ergebnisse Studie 7 Benchmarking für 18 Indikationsbereiche

Studie 7	Benchmarking für 18 Indikationsbereiche
----------	---

In der zentralen Studie 7 Indikations-Benchmarking werden die Ergebnisse unter dem Blickwinkel der Indikationen präsentiert. Die Angebote aus 200 Krankheitsbildern wurde hierzu innerhalb 18 Hauptindikationen gebündelt und für die Zielgruppen Patienten und Fachkreise ausgewertet. Hinweis: Dieses Benchmarking kann auf dem Portal www.gesundheitsregister.de unter der Rubrik **Krankheitsbilder** für jede der 200 Indikationen sowie unter der Rubrik Bewertung für alle 18 Haupt-Indikationen eingesehen werden. Somit können die Zielgruppen Patienten und Fachkreise, aber auch die Produktmanager der Pharmaunternehmen, die jeweils besten Angebote vorfinden.

Methode Indikations-Benchmarking

Welche Anbieter bieten pro Indikationsbereich die hochwertigsten Websites hinsichtlich Inhalt, Aktualität und Serviceleistungen und sind deshalb zu empfehlen? Diese Fragestellung stand im Mittelpunkt des Studienabschnittes Indikations-Benchmarking und wird durch eine qualitative Bewertung der Websites für jeden der 200 Indikationsbereiche beantwortet. Das Ranking erfolgte getrennt für die Zielgruppen Patienten und Fachkreise.

Die inhaltliche Bewertung erfolgte nach einem methodischen Verfahren, das bereits für die letzten Studien verwendet wurde. Die Analyse für Patienten wurde mithilfe von 5 Gruppen anhand von 40 Items, die u.a. die Angebotsstruktur, das Newsangebot und Patientenbezogene und interaktive Aspekte umfassten, durchgeführt. Die Analyse für die medizinischen Fachkreise erfolgte innerhalb 7 Gruppen und 17 Untergruppen anhand von 84 Merkmalen, die u.a. die Fachinhalte für Ärzte und Apotheker, das Newsangebot, die interaktiven Services sowie die Praxisunterstützung umfassten. Aus der summierten Gesamtpunktzahl pro Indikationsangebot wurde dann eine Bewertung innerhalb einer fünfstufigen Scala vorgenommen. Die Bewertungsklassen entsprechen: 5 = sehr gut, 4 = gut, 3 = durchschnittlich, 2 = unterdurchschnittlich, 1 = schlecht.

Indikations-Benchmarking -> Ranking A für 18 Haupt-Indikationen

Das Benchmarking bietet sowohl eine Rangliste der Anbieter für jede Einzelindikation (z.B. Darmkrebs) als auch eine zusammenfassende Rangliste für alle 18 Haupt-Indikationen (z.B. Onkologie), und hier als Ranking A bezeichnet. Die Ergebnisse aller 200 Einzelindikationen, zusammengefasst in 18 Indikationsbereiche, ergeben ein aussagekräftiges Bild von der qualitativen Leistungsfähigkeit der Pharmaanbieter. Das Ranking wurde getrennt für Fachkreise und Patienten erstellt, zusätzlich wurde eine zielgruppenübergreifende Zusammenfassung der Ergebnisse zu einem Gesamt-Ranking vorgenommen.

Die Kennzahl für Rangplätze des Rankings A wird aus der gewichteten Summe der Rangplätze eines Anbieters für jede der 18 Haupt-Indikationen gebildet. 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. Aus der Summe aller Punkte bei den 18 Haupt-Indikationen wird anschliessend ein indikationsübergreifendes Gesamt-Ranking A ermittelt. (Dieses Verfahren ist auch bei sportlichen Wettbewerben stark verbreitet, wo jeder Rangplatz pro Wettbewerb gepunktet wird).

Ergebnisse Indikations-Benchmarking

Zielgruppenübergreifend waren beim Ranking A die Anbieter [Bayer Vital](#), [Roche](#), [Hexal](#), [Pfizer](#) und [Sanofi-Aventis](#) die Spitzenreiter mit der besten Präsenz für alle 18 Indikationsbereichen. Es folgen [Boehringer](#), [Novartis](#), [GlaxoSmithKline](#), [Merck Serono](#) und [UCB Deutschland](#) auf den Top-Rängen 6 bis 10 (Siehe auch Abb.2).

Ergänzend wurde hier und bei den weiteren Verfahren ein separates Ranking für Patienten und Fachkreise erstellt. Beim Spitzenfeld für die **Fachkreise** waren wiederum [Bayer Vital](#), [Hexal](#), [Roche](#), [Pfizer](#) sowie [Boehringer](#) führend, bei den **Patienten** kaum [Sanofi-Aventis](#) anstelle [Boehringer](#) unter die 5 Plätze.

Hinweis: Während bei einzelnen Indikationsbereichen alle Pharmaunternehmen mit Schwerpunkt bei einem Therapiegebiet die ersten Rangplätze besetzen können, sind beim Gesamt-Ranking nur Anbieter führend, die indikationsübergreifend entsprechende Websites-Angebote vorhalten.

Ergebnisse Indikations-Benchmarking - Ranking Haupt-Indikationen

Welche Pharmaunternehmen sind die führenden Anbieter von Websites innerhalb der jeweiligen Therapiegebiete ?. Die Antwort auf diese Fragestellung wird für 18 Indikationsbereiche getrennt für die Fachkreise wie für die Patienten vorgestellt, die sich auch oft im Ranking unterscheiden. Bedingt durch die unterschiedlichen Schwerpunkte der Pharmaunternehmen ergab sich eine breite Verteilung der Spitzenreiter auf die verschiedenen Indikationsgebiete.

Für die 18 Haupt-Indikationen sollen auszugsweise für die Spitzenränge 1 bis 5 für die Zielgruppe medizinische **Fachkreise** vorgestellt werden. Gleiche Range sind in der Tabelle **blau** markiert.

Für das wichtige Therapiegebiet **Herz-Kreislauf / Kardiologie** sind die Anbieter **Boehringer, Merck Serono, TEVA Pharma, Bayer Vital** und **Sanofi-Aventis** in den Top-Rängen vertreten.

Beim Indikationsbereich **Endokrine-, Ernährungs-, Stoffwechselkrankheiten** belegen **Merck Serono, Sanofi-Aventis** und **Pfizer** die ersten 3 Plätze, es folgen **MSD** und **Roche** auf Rang 4 und 5.

Tabelle 21: Benchmarking für 18 Haupt-Indikationen für Fachkreise

Hinweis: **blau** markierte Anbieter weisen den gleichen Rangplatz auf

Benchmarking für 18 Haupt-Indikationen Websites für med. Fachkreise					
Rangplätze 1-5 (Bei gleichen Rangplätze alphabetische Reihenfolge, blau markiert)					
Indikation Rangplatz	1	2	3	4	5
Allergologie	Merck Serono	HAL ALLERGIE	ALK ABELLO	essex pharma	LEO Pharma
Atmungssystem, Pulmologie	Boehringer	Astellas Pharma	Nycomed	GlaxoSmithKline Hexal	
Chirurgie & Intensivmedizin	Merck Pharmaceuticals	Baxter	3M Medica	Biotest, Hartmann	Fresenius Kabi, Merck Serono
Endokrine-, Ernährungs-, Stoffwechselkrankheiten	Merck Serono	Sanofi-Aventis	Pfizer	MSD	Roche
Gynäkologie	Bayer Vital	essex pharma	Jenapharm	Grünenthal	MEDA Pharma
Haut-Krankheiten	Almirall Hermal	Intendis	GALDERMA	Dermapharm, Merck Pharmac.	
Herz-Kreislauf, Kardiologie	Boehringer	Merck Serono	TEVA Pharma	Bayer Vital	Sanofi-Aventis
Infektionskrankheiten	Roche	Sanofi Pasteur MSD	Wyeth Pharma	Baxter	GlaxoSmithKline
Innere Medizin, Verdauungs-Störungen	KyraMed	Wyeth Pharma	Roche	UCB Deutschland	Bayer Vital
Neurologie (ZNS)	Janssen-Cilag	Pfizer, Merck Pharmaceuticals		Boehringer	Sanofi-Aventis, Takeda
Onkologie	Roche	ribosepharm	Medac	Novartis	AstraZeneca
Orthopädie, Muskel-Skelett	Boehringer	Wyeth Pharma	Roche	Novartis	Abbott
Pharmazie & Apotheken	Hexal	GlaxoSmithKline	Dermapharm, Merck, Stada		
Psychische Störungen	Lilly	Janssen-Cilag	AstraZeneca	Hexal	Pfizer
Weitere Facharztgebiete	Sanofi Pasteur MSD	Pfizer	Novartis	MSD	Bausch & Lomb
Urogenitalsystem & Nephrologie	Bayer Vital	Lilly	TEVA Pharma	ProStrakan	APOGEPHA
Spezielle Indikationen	Baxter	Fresenius Kabi	Roche	Bayer Vital betapharm	
Fortbildung, Management, Service	betapharm	Bayer Vital	MSD, Merck Pharmaceuticals		Merck Serono

Beim Therapiegebiet **Infektions-Krankheiten** sind Roche, Sanofi Pasteur MSD, Wyeth Pharma, Baxter und GlaxoSmithKline führend. Novartis Behring (Zielgruppe Patienten) schaffte nicht den Sprung in die Top-Gruppe.

Ingesamt ist das Anbieterfeld sehr ausgeglichen, kein Anbieter belegt z.B. mehr als fünfmal die Ränge 1 bis 3 bei allen 18 Indikationsbereiche. Wer das beste Angebot pro Facharztbereich besitzt, ist breit über die Anbieter verstreut.

Folgend werden für die 18 Haupt-Indikationen auszugsweise die Spitzenränge 1 bis 5 für die Zielgruppe **Patienten** vorgestellt. Gleiche Range sind **blau** markiert.

Beim häufigsten Angebotsbereich **Onkologie** belegen wiederum Roche und ribosepharm die Top-Plätze, gefolgt von Novartis, AstraZeneca und Medac.

Beim Indikationsbereich **Neurologie** sind Pfizer, Janssen-Cilag und Boehringer auf Rang 1 bis 3 führend, gefolgt von Merz Pharmaceuticals und Sanofi-Aventis.

Für das Therapiegebiet **Herz-Kreislauf/Kardiologie** stellen Boehringer, UCB Deutschland, Pfizer / AstraZeneca sowie Bayer Vital die Top-Gruppe dar.

Tabelle 22: Benchmarking für 18 Haupt-Indikationen für Patienten

Hinweis: **blau** markierte Anbieter weisen den gleichen Rangplatz auf

Benchmarking für 18 Haupt-Indikationen Websites für Patienten					
Rangplätze 1-5 (Bei gleichen Rangplätze alphabetische Reihenfolge, blau markiert)					
Indikation Rangplatz	1	2	3	4	5
Allergologie	ALK ABELLO	UCB Deutschland	HAL ALLERGIE	ratiopharm	SANDOZ
Atmungssystem, Pulmologie	AstraZeneca	Boehringer	Bayer Vital	STADA	Astellas Pharma
Chirurgie & Intensivmedizin	Baxter	Hartmann	Novartis	Roche Sanofi-Aventis	
Endokrine-, Ernährungs-, Stoffwechselkrankheiten	Roche	Sanofi-Aventis	Pfizer	Hexal	Merck Serono
Gynäkologie	Jenapharm	Bayer Vital	essex pharma	Grünenthal	Wyeth Pharma
Haut-Krankheiten	Almirall Hermal	GALDERMA	Merz Pharmaceuticals	Intendis	LEO Pharma
Herz-Kreislauf, Kardiologie	Boehringer	UCB Deutschland	AstraZeneca Pfizer		Bayer Vital
Infektionskrankheiten	Roche	Novartis Behring	Sanofi Pasteur MSD	GlaxoSmithKline	Baxter
Innere Medizin, Verdauungs-Störungen	Baxter	Astellas P., Hexal AstraZeneca			Bayer Vital Eisai
Neurologie (ZNS)	Pfizer	Janssen-Cilag	Boehringer	Merz Pharmaceuticals	Sanofi-Aventis
Onkologie	Roche	ribosepharm	Novartis	AstraZeneca	Medac
Orthopädie, Muskel-Skelett	Boehringer	MSD	Novartis	Roche	essex pharma Mylan dura
Pharmazie & Apotheken	GlaxoSmithKline	Hartmann	SANDOZ	Novartis	Merck Serono
Psychische Störungen	Janssen-Cilag	Lilly	Pfizer	Hexal	Roche
Weitere Facharztgebiete	Pfizer	Sanofi Pasteur MSD	Novartis Behring	Novartis	Bayer Vital
Urogenitalsystem & Nephrologie	Lilly	Bayer Vital	APOGEPHA	ProStrakan	UCB Deutschland
Spezielle Indikationen	Abbott	Hartmann	Novartis Behring	Baxter, essex P.	Fresenius Kabi
Fortbildung, Management, Service	Hexal	GlaxoSmithKline	STADA	Desitin ratiopharm	

Bei der Indikation **Endokrine-, Ernährungs-, Stoffwechselkrankheiten** belegen **Roche**, **Sanofi-Aventis** und **Pfizer** die ersten 3 Plätze, gefolgt von **Hexal** und **Merck Serono**. Beim Therapiegebiet **Infektions-Krankheiten** sind **Roche**, **Novartis Behring** und **Sanofi Pasteur MSD** vor **GlaxoSmithKline** und **Biotest** führend.

Abschliessend wurde ein **zielgruppenübergreifendes** Benchmarking für die 18 Haupt-Indikationen erstellt, indem sich nur Anbieter behaupten können, die Patienten und Fachkreise gleichmässig ansprechen.

Beim Angebotsbereich **Onkologie** belegen **ribosepharm** und **Roche** die Top-Plätze, gefolgt von **Novartis Medac**, und **AstraZeneca**. Beim Indikationsbereich **Neurologie** sind **Janssen-Cilag** (neu) **Pfizer** und **Boehringer** führend, gefolgt von **Merz Pharmaceuticals** und **Sanofi-Aventis**.

Für das Therapiegebiet **Herz-Kreislauf/Kardiologie** stellen **Boehringer**, **UCB Deutschland** und **Merck Serono** die Spitzen-Gruppe dar, gefolgt von **Bayer Vital** und **Pfizer**. Beim Indikationsbereich **Endokrine-, Ernährungs-, Stoffwechselkrankheiten** sind **Sanofi-Aventis**, **Merck Serono** und **Roche** führend, es folgen **Pfizer** und **Hexal**. Beim immer wichtiger werdenden Therapiegebiet **Infektions-Krankheiten** belegen **Roche**, **Sanofi Pasteur MSD** und **Novartis Behring** die ersten 3 Plätze, es folgen **GlaxoSmithKline** und **Baxter**.

Tabelle 23: Benchmarking für 18 Haupt-Indikationen (beide Zielgruppen)

Hinweis: **blau** markierte Anbieter weisen den gleichen Rangplatz auf.

Benchmarking für 18 Haupt-Indikationen Websites Patienten und Fachkreise					
Rangplätze 1-5 (Bei gleichen Rangplätze alphabetische Reihenfolge, blau markiert)					
Indikation Rangplatz	1	2	3	4	5
Allergologie	ALK ABELLO	HAL ALLERGIE	Merck Serono	UCB Deutschland	ratiopharm
Atmungssystem, Pulmologie	Boehringer	Astellas Pharma	AstraZeneca	Bayer Vital	GlaxoSmithKline
Chirurgie & Intensivmedizin	Baxter	Merz Pharmaceutic.	Hartmann	Fresenius Kabi, Roche,	Sanofi-Aventis
Endokrine-, Ernährungs-, Stoffwechselkrankheiten	Sanofi-Aventis	Merck Serono	Roche	Pfizer	Hexal
Gynäkologie	Jenapharm	Bayer Vital	essex pharma	Grünenthal	Wyeth Pharma
Haut-Krankheiten	Almirall Hermal	GALDERMA	Intendis	Merz Pharmaceutic.	Dermapharm
Herz-Kreislauf, Kardiologie	Boehringer	UCB Deutschland	Merck Serono	Bayer Vital	Pfizer
Infektionskrankheiten	Roche	Sanofi Pasteur MSD	Novartis Behring	GlaxoSmithKline	Baxter
Innere Medizin, Verdauungs-Störungen	Baxter	KyraMed	Wyeth Pharma	Bayer Vital	Solvay
Neurologie (ZNS)	Janssen-Cilag	Pfizer	Boehringer	Merz Pharmaceutic.	Sanofi-Aventis
Onkologie	Roche	ribosepharm	Novartis	Medac	AstraZeneca
Orthopädie, Muskel-Skelett	Boehringer	Novartis	Roche	MSD	Wyeth Pharma
Pharmazie & Apotheken	GlaxoSmithKline	Hexal	Merck Serono	Novartis, Stada	
Psychische Störungen					
Weitere Facharztgebiete	Sanofi Pasteur MSD	Pfizer	Novartis	Bayer Vital	Bausch & Lomb
Urogenitalsystem & Nephrologie	Bayer Vital	Lilly	UCB Deutschland	APOGEPHA	ProStrakan
Spezielle Indikationen	Baxter	Fresenius Kabi	Abbott	Roche	Hartmann
Fortbildung, Management, Service	betapharm	Bayer Vital	GlaxoSmithKline	Merz Pharmaceutic.	Hexal

Indikations-Benchmarking -> Ranking B für 200 Einzel-Indikationen

Ergebnisse Ranking B

Zusätzlich wurde noch ein indikationsübergreifendes Ranking B erstellt, in dem alle Indikationsangebote, unabhängig von ihrem Rangplatz bei den 18 Indikationsbereichen einbezogen wurden. Die Kennzahl für Indikationen wird als Summe der Bewertungen aller Websites eines Pharmaunternehmens gebildet. Somit werden alle Einzel-Indikationen mit der gegebenen Einstufung von 5 (besten Wert) bis 1 berücksichtigt. Aus der Summe aller Punkte wird für das indikationsübergreifendes Ranking B ermittelt.

Dieses Verfahren gibt ein genaues Bild der Angebotsbreite und präferiert Anbieter mit vielen Websites, unabhängig von einer Dominanz in einzelnen Indikationsbereichen. Alle Websites pro Anbieter wurden, bewertet mit ihrer jeweiligen Punktzahl von 5 (bestes Angebot) bis 1, zusammengezählt. Die untere Tabelle stellt die konkrete Auswertung dar. Links sind die OTC-Angebote aufgeführt (Bench OTC), rechts alle weiteren Angebote (Bench), jeweils unterteilt in Angebote für Patienten (Pat) und Fachkreise (FK). Die mittlere Spalte Gesamt zählt beide Werte zusammen und berechnet anhand der Punktzahl den Rangplatz.

Abb. 25 Ergebnisse der inhaltlichen Bewertung - Rankingverfahren A, B, C und D

Qualitäts-Präsenz									
Pharma-Unternehmen	OTC-Pat	OTC-FK	Bench OTC	Gesamt	Rang	Pat	FK	Bench	Rang
Durchschnitt	25	8	33	92		28	32	60	
1a Pharma	50	9	59	146	26	41	46	87	33
3M Pharma	12	3	15	51	66	7	29	36	73
Abbott	0	0	0	102	38	64	38	102	27
ALK-ABELLO	0	0	0	59	61	43	17	60	56
Almirall Hermal	48	0	48	141	28	55	38	93	31
Amgen	0	0	0	108	35	65	43	108	26
APOGEPHA	6	5	11	81	45	30	40	70	42
Astellas	33	3	36	123	33	29	58	87	33
AstraZeneca	0	0	0	177	23	104	73	177	15
Basics	2	0	2	26	75	2	22	24	75
Bausch & Lomb	90	26	116	193	17	26	51	77	39
Baxter	0	0	0	163	22	75	88	163	18
Bayer Vital	0	0	0	396	2	175	221	396	2
Berlin Chemie	17	2	19	71	48	18	34	52	61
betapharm	54	4	58	201	15	37	106	143	20
Biogen Idec	0	0	0	52	65	19	33	52	61

Das Feld der Spitzenreiter ist mit den Anbietern Roche, Bayer Vital, Pfizer, Boehringer und Sanofi-Aventis fast identisch zum Ranking A, nur Boehringer ist anstelle Sanofi-Aventis neu vertreten. Danach folgen Sanofi-Aventis, Novartis, UCB Deutschland, Merck Serono und Janssen-Cilag auf den Top-Rängen 6 bis 10.

Bei den OTC-Anbietern besteht das Feld der Spitzenreiter für das Ranking B aus den Pharmaunternehmen Klosterfrau, GSK Consumer und Hevert gefolgt von Weleda und PASCOE. Auf Rang 6 sind HEEL und Schwabe vertreten, die Ränge 8 bis 10 nehmen McNeil, Beiersdorf und Cefak ein.

Abb. 24 Ergebnisse der inhaltlichen Bewertung - Rankingverfahren A, B, C und D



Benchmarking Websites-Angebote Pharma 2009
Ergebnisse Gesamt-Ranking, Ranking A - D
 Kennzahlen für 4 methodische Verfahren, alle Zielgruppen

Kennzahl Verfahren	Ranking A Kennzahl Benchmarking Haupt- Indikationen	Ranking B Kennzahl für Indikationen Einzel- Indikationen	Ranking C Kennzahl aus Mittelwert Angebots- Qualität	Ranking D Kennzahl aus Mittelwert Link Popularität
Top Gruppe	1 Bayer Vital	Roche	Merz Pharmaceut.	GlaxoSmithKline
Rang	2 Roche	Bayer Vital	HAL ALLERGIE	Hexal
1 - 5	3 Hexal	Pfizer	ribosepharm	Roche
	4 Pfizer	Boehringer I.	Roche	Bayer Vital
	5 Sanofi-Aventis	Hexal	MSD SHARP	Pfizer

Ein Vergleich der Rangplätze für die Top-Gruppe nach den Verfahren Ranking A, B, C und D zeigt: Die Ränge für die Kennzahlen nach Rangplätzen (Ranking A), nach Indikationen (Ranking B) und aufgrund der Link Popularität (Ranking D) liegen nah beieinander. Bei der Angebots-Qualität (Ranking C) können sich die Unternehmen mit breitem Angebotsspektrum hingegen i.d.R. nicht in den ersten Rängen positionieren. Hier haben die Pharmaunternehmen aus der "zweiten Reihe" aufgrund eines überschaubaren Angebotsspektrum bessere Chancen auf einen Top-Platz.

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 200 Indikationsbereichen in der Rubrik Krankheitsbilder aufgerufen werden. Jeweils die besten Websites pro Indikation werden präsentiert. Per Mausklick ist damit volle Transparenz für medizinische Fachkreise, Patienten und andere Interessierte zu einem hochwertigen, aber unüberschaubaren Indikationsangebot gegeben.

Zu allen Studienteile 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

