



## PRESSEMITTEILUNG

### Gesund durch den Tag – auch im Netz: schlummernde Online-Kundenpotenziale für die Gesundheitsbranche

**AGOF legt Sonderbericht „Gesundheit“ in Zusammenarbeit mit dem OVK und der dmexco vor / Über 20 Mio. Deutsche interessieren sich für Gesundheitsprodukte, ein Fünftel kauft sie bereits im Internet / Online-Werbebudgets in der Pharmabranche noch im einstelligen Prozentbereich**

**Frankfurt/ Köln (dmexco), 21. September 2011.** „Bitte bleiben Sie gesund“: diesem Wunsch kommen die meisten Menschen nur zu gerne nach – zählen Gesundheit und Wohlbefinden doch heute selbstverständlich zur Lebensqualität dazu. Diese Aussage bestätigt auch der Sonderbericht „Gesundheit“\* – Ergebnis einer Kooperation der Kongressmesse dmexco und der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) in Zusammenarbeit mit dem Online Vermarkterkreis (OVK) im BVDW: Allein im letzten Vierteljahr haben mehr als drei Viertel (78,1 Prozent) der Onliner Gesundheitsprodukte oder Medikamente sowie Wellnessprodukte gekauft – sei es online oder offline. Und 20,61 Millionen User recherchieren zum Thema Gesundheit und damit verbundenen Produkten. Für Unternehmen aus der Gesundheits- und Wellnessbranche bieten sich hier teilweise noch schlummernde Konsumentenpotenziale, die durch Werbung entsprechend aktiviert werden können.

#### **Hohes Online-Involvement attraktiver Zielgruppen**

Bislang werben Unternehmen aus der Gesundheitsbranche vorwiegend in Offline-Medien und vernachlässigen damit ihre im Netz anzutreffenden Kundenpotenziale – interessiert sich doch rund die Hälfte (49,2 Prozent) der Onliner für Gesundheitsprodukte oder Medikamente bzw. Wellnessprodukte. Vier von zehn Onlinern (41,1 Prozent) haben schon einmal Informationen rund um diese Produkte online recherchiert und bereits ein Fünftel (20,4 Prozent) hat in den vergangenen 12 Monaten Gesundheitsprodukte im Internet gekauft. Diese Zahlen machen die im Internet vorhandenen Zielgruppenpotenziale für die Gesundheitsbranche eindrucksvoll sichtbar. Hersteller von Gesundheits- oder Wellnessprodukten können mit gezieltem Online-Engagement hier nachhaltig neue Kundengruppen aktivieren. Auch qualitativ sind die online anzutreffenden Potenziale mehr als attraktiv: die gesundheitsaffinen Nutzer zeichnen sich insgesamt durch einen überdurchschnittlichen Frauenanteil sowie eine starke Präsenz in der Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen aus. Charakteristisch für sie sind zudem ihre hohe Aufgeschlossenheit gegenüber Werbung sowie ihr aktives Kommunikationsverhalten.

AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | CONTNET | DEUTSCHE TELEKOM | EBAY |  
FREEEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND |  
IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL |  
SEVENONE MEDIA | TELEFONICA O2 GERMANY | TOMORROW FOCUS MEDIA | UNITED INTERNET MEDIA |  
VODAFONE | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07\_227\_1482\_5 |  
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-310 | Fax: 069-264888-320 |  
E-Mail geschaeftsstelle@agof.de | VR Darmstadt 3395 |  
Vorstände: Thomas Duhr | Matthias Wahl | Klaus Nadler | Oliver von Wersch | Steffen Lambert



### **Apotheke Internet: Information, Beratung und Kauf im Netz**

Mit Online-Marketing bzw. -Werbung können Unternehmen aus der Gesundheitsbranche potenzielle Kunden mit gezielten Produktinformationen – z. B. neue Medikamente oder Wellnessprodukte für spezifische Zielgruppen – versorgen und so die Präsenz ihrer Marken im Relevant-Set der Konsumenten verstärken. Gleichzeitig kann nachhaltiger Markenaufbau und -pflege betrieben und Vertrauen bei den Konsumenten aufgebaut werden – eine wichtige Grundlage für die erfolgreiche Kundengewinnung und -bindung im Gesundheitsbereich. Gerade Online bietet hier den Vorteil, sich diskret zu Wirkungsweisen und Nebenwirkungen zu informieren, unabhängig von Sprech- und Öffnungszeiten, und damit Vertrauen und Sicherheit zu schaffen. Die Folge sind wertvolle Kaufimpulse für den späteren Online- oder auch Offline-Kauf.

### **Diskrepanz zwischen Online-Potenzial und Online-Engagement**

So sehr diese Online-Potenziale und -Werbemöglichkeiten auch für ein starkes Engagement von Unternehmen aus dem Bereich Gesundheit und Pharmazie im Internet plädieren, zeigt ein Blick auf die Werbespendings in diesem Sektor ein aktuell noch anderes Bild. So fließt der größte Teil der Werbegelder dieser Unternehmen noch in klassische Offline-Werbung, während sich der Online-Anteil lediglich im einstelligen Prozentbereich bewegt. Verglichen mit dem gesamten Mediamix über alle Branchen hinweg, bei dem Online inzwischen an zweiter Stelle rangiert, gibt es im Gesundheits- & Pharmasegment also durchaus noch deutliche Wachstumspotenziale. Um die attraktiven Kundengruppen im Internet für sich zu erschließen und langfristig auch eine nachhaltige und effektive Zielgruppenansprache sicherzustellen, ist es unerlässlich, dass die Werbebudgets von Unternehmen aus der Gesundheitsbranche ihren Zielgruppen ins Netz folgen.

Neben einer quantitativen und qualitativen Betrachtung der im Netz anzutreffenden Potenziale untersucht die Sonderauswertung zur dmexco 2011 auch die Werbeinvestitionen im Bereich Gesundheit & Pharmazie in den klassischen Medien sowie im Internet. Abgerundet wird der Sonderbericht mit drei Case Studies zu innovativen Gesundheitskampagnen im Netz.

Der komplette Berichtsband ist auf der Kongressmesse erhältlich und wird nach der dmexco auf [www.agof.de](http://www.agof.de) und [www.dmexco.de](http://www.dmexco.de) als Download zur Verfügung gestellt.

\* Unter dem Oberbegriff "Gesundheit" wurden auf Basis der internet facts 2011-05 folgende Produkte zusammengefasst: Gesundheitsprodukte oder Medikamente, Wellnessprodukte

AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | CONTNET | DEUTSCHE TELEKOM | EBAY |  
FREEEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND |  
IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL |  
SEVENONE MEDIA | TELEFONICA O2 GERMANY | TOMORROW FOCUS MEDIA | UNITED INTERNET MEDIA |  
VODAFONE | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07\_227\_1482\_5 |  
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-310 | Fax: 069-264888-320 |  
E-Mail [geschaeftsstelle@agof.de](mailto:geschaeftsstelle@agof.de) | VR Darmstadt 3395 |  
Vorstände: Thomas Duhr | Matthias Wahl | Klaus Nadler | Oliver von Wersch | Steffen Lambert



### **Die AGOF**

Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung wurde im Dezember 2002 gegründet. Aufgabe und Zweck der AGOF ist es, unabhängig von Individualinteressen für Transparenz und praxisnahe Standards in der Online-Werbe-trägerforschung zu sorgen. Dafür erarbeitet sie die notwendigen Leistungs-werte im engen Austausch mit dem Markt und stellt diese in entsprechenden Studien zur Verfügung – und dies nicht nur für das klassische Internet, sondern auch für weitere Segmente digitaler Medien. Zu diesem Zweck sind die in der AGOF vertretenen führenden Vermarkter in Deutschland in Sek-tionen organisiert, die in ihrem jeweiligem Segment die Konzeption, Be-reitstellung und Weiterentwicklung der Reichweitenforschung und Planungs-parameter, in Zusammenarbeit mit den Marktpartnern, vorantreiben.

### **Die dmexco**

Die dmexco ist DIE internationale Leitmesse und Kongress für die digitale Wirtschaft und steht mit einer weltweit einzigartigen Kombination aus Messe und Konferenz im Zentrum eines globalen Wachstumsmarktes für innovatives und zukunftsweisendes Marketing. Als kunden- und markenorientierter Branchentreff No. 1 fungiert die dmexco als zentrale, internationale Plattform für alle Player der Marketing- und Mediaszene. Dabei profitieren Fachbesucher, Aussteller und Gäste aus aller Welt vom gebündelten Branchen-Know-how sowie von aktuellen Trends und Innovationen. Die dmexco ist damit medien- und länderübergreifend der zentrale Hub für das digitale Business und stellt den größten und bedeutendsten Event für Vermarkter, Publisher, Werbekunden bis hin zu sämtlichen Agenturgattungen dar.

Für 2011 erwartet die dmexco 440 Aussteller, weit über 17.000 Fachbesucher aus dem In- und Ausland sowie mehr als 300 internationale Top-Speaker. Die für Fachbesucher kostenfreie dmexco 2011 findet am 21. und 2. September in Köln statt.

### **Bei Rückfragen:**

#### **Katharina Böhm**

#### **AGOF Pressesprecherin**

Tel.: 069/264888-318

Fax: 069/264888-320

Mobil: 0151/12671388

Mail: [katharina.boehm@agof.de](mailto:katharina.boehm@agof.de)

AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | CONTNET | DEUTSCHE TELEKOM | EBAY |  
FREEEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND |  
IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL |  
SEVENONE MEDIA | TELEFONICA O2 GERMANY | TOMORROW FOCUS MEDIA | UNITED INTERNET MEDIA |  
VODAFONE | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07\_227\_1482\_5 |  
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-310 | Fax: 069-264888-320 |  
E-Mail [geschaeftsstelle@agof.de](mailto:geschaeftsstelle@agof.de) | VR Darmstadt 3395 |  
Vorstände: Thomas Duhr | Matthias Wahl | Klaus Nadler | Oliver von Wersch | Steffen Lambert