

## Studie beweist: Online-Apotheken impfen sich gegen konstante Preise

Webdata Solutions veröffentlicht MarketIntelligence-Report  
zur Preisgestaltung von Online-Apotheken

**Leipzig, 25. September 2014** – [Webdata Solutions](http://www.webdata-solutions.de), ein führender Anbieter für Preisbeobachtung und -optimierung im E-Commerce, präsentiert den zweiten **MarketIntelligence-Report** zur Preisgestaltung von Online Apotheken. In dieser Studie analysiert der Anbieter zusammen mit der Marketing- und Strategieberatung Conomic die Pricing-Strategie in **350 Online Apotheken. Ein Ergebnis: pünktlich zur Grippe-Saison beginnt der Preiskampf.**

Der MarketIntelligence Report basiert auf Preisdaten, die im Zeitraum von Mai 2012 bis April 2014 gesammelt wurden, und konzentriert sich dabei auf folgende nicht verschreibungspflichtige Produkte:

- *Vichy Normaderm Anti Hautunreinheiten Feuchtigkeitspflege triactiv*
- *Normaderm Nachtcreme 50 ml*
- *Persona Start Pack Monitor Teststäbchen 1P*
- *Cetebe Abwehrplus Kapseln 30 Stück*
- *Figur Verlan Granulat 50 Stück*
- *Fenistil Gel 50g*
- *WICK Medinait Erkältungssirup mit Honig- und Kamillenaroma*
- *Aspirin Plus C Brausetabletten 20 Stück*
- *Dorithricin Halstabletten 40 Stück*
- *Iberogast flüssig 100ml*
- *Aconitum D 6 Globuli 10g*
- *Paracetamol ratiopharm 500 mg Tabletten 20 Stück*

### Die Ergebnisse im Überblick:

Zu beobachten ist, dass die Preise der genannten Produkte im Schnitt um **14%** vom Marktpreis abweichen. Dabei ist die Abweichung bei Produkten unter einem Marktpreis von €20 tendenziell höher als bei Produkten über diesem Marktpreis. Händler, die ihre Produkte deutlich über oder unter dem Marktpreis anordnen, variieren ihre Preise stärker als diejenigen, die ihren Preis in der Nähe des Marktpreises ansiedeln. Während jeder vierte Anbieter je Produkt seine Preise überhaupt nicht variiert, weicht jeder zehnte Anbieter mehr als 30 % vom durchschnittlichen Marktpreis ab. Etwa die Hälfte aller Händler liegt bei ihren Abweichungen zwischen 10% bis 30%.

Auch kommt es je nach Jahreszeit zu Preisabweichungen: im Winter und Frühjahr variieren die Preise deutlich stärker als im Sommer und Herbst. Dies gilt auch für nichtsaisonale Produkte. Eine mögliche Erklärung für das Phänomen könnte darin liegen, dass die Nachfrage nach Medikamenten in der kalten Jahreszeit steigt und so ein stärkerer Preiswettbewerb entsteht.

### **Hinweis an die Redaktion**

Quartalsweise veröffentlichen Webdata Solutions gemeinsam mit Conomic einen *MarketIntelligence*-Report zur Preisentwicklung von Konsumgütern. Ein vollständiges Exemplar des *MarketIntelligence*-Report zur Preisstrategie von Online-Apotheken ist mit Auswertungsabbildungen auf Anfrage bei [webdata@eloquenza.de](mailto:webdata@eloquenza.de) erhältlich.

### **Informationen über Conomic Marketing & Strategy Consultants**

Conomic ist eine Strategieberatung mit den Schwerpunkten Pricing und Markenpositionierung. Die Strategieexperten entwickeln methodisch fundierte und anwendbare Lösungen für Fragestellungen ihrer Kunden. Zu diesen zählen nicht nur Handelsunternehmen und Konsumgüterhersteller, sondern auch Unternehmen aus Bereichen wie Life Sciences, HighTech und Logistik. Diese Branchenmischung fördert das grenzüberschreitende Denken und die Erarbeitung innovativer Konzepte. Weitere Informationen dazu unter: <http://conomic.de/>

### **Informationen über Webdata Solutions GmbH**

Der E-Commerce-Dienstleister ist im Jahr 2012 als Ausgründung aus einem Forschungsprojekt der Universität Leipzig von den Wissenschaftlerinnen Carina Röllig, Sabine Maßmann und Dr. Hanna Köpcke entstanden und gehört heute zu den weltweiten Marktführern für Preisbeobachtung und Preisoptimierung. Die Lösungen, die auf der innovativen Plattformtechnologie blackbee basieren, werden von führenden Online-Händlern und Herstellern erfolgreich in der Praxis eingesetzt. Webdata Solutions reduziert die Komplexität, die aus einer Vielzahl an Produkt- und produktbezogenen Daten im Internet entsteht und generiert auf den Geschäftsnutzen fokussierte Informationen. Das Unternehmen hat es sich zum Ziel gesetzt, mit seiner innovativen Technologieplattform blackbee das Potenzial von Webdaten umfassend zu heben und mit den richtigen Kerninformationen zur richtigen Zeit dazu beizutragen, dass E-Commerce zu einem transparenten Markt wird.

Weitere Informationen dazu unter: <http://www.webdata-solutions.com>

### **Kontakt für die Presse:**

eloquenza pr gmbh  
Svenja Op gen Oorth/Ina Rohe  
Telefon: +49 (0)89 242 038-0  
E-Mail: [webdata@eloquenza.de](mailto:webdata@eloquenza.de)