



Deutschlands beste Apotheken-Website 2007

Die Adler fliegen am höchsten

Es ist soweit – die Ergebnisse des apo-online-Website-Wettbewerbs 2007 stehen fest. So viel Mühe viele Apotheken in Ihren Internet-Auftritt gesteckt haben, so schwer war auch die Entscheidung für die Jury. Ganz unterschiedlich waren die Qualitäten – und auch die Mankos – der 79 zum Wettbewerb angemeldeten Apotheken. Letztlich kristallisierten sich aber doch drei Spitzenreiter heraus.

■ Wie es sich für ihren Namen gebührt, haben zwei Adler-Apotheken sich ganz hoch in den Apotheken-Website-Himmel aufgeschwungen: Auf Platz eins liegt die Adler-Apothek e Schwerte (www.adler-apothek e-schwerte.de) und auf Platz zwei die Adler-Apothek e aus Rhaunen (www.adler-apothek e.info). Die dritte Apothek e auf dem Sieger-treppchen ist die Martinus-Apothek e aus Waltenhofen (www.apothek e-waltenhofen.de). Wir gratulieren!

Übersichtlich und barrierefrei → Jede der drei Gewinner-Websites ist auf unterschiedlichen Gebieten spitze. Die Adler-Apothek e Schwerte z.B. konnte durch eine hohe Funktionalität ihres Internet-Auftritts punkten, d.h. das Navigationsmenü sowie die Seitenstruktur sind übersichtlich gestaltet und die verwendeten Texte sind hinsichtlich Länge, Schrift und Bebilderung gut für das Medium Internet geeignet. Die Nase vorn hatte dieser Internet-Auftritt auch was die Barrierefreiheit angeht, also die Zugänglichkeit der Website für behinderte Nutzer. Auch das Layout von www.adler-apothek e-schwerte.de konnte sich sehen lassen. Mit modernen Internet-Elementen wie einem Weblog und RSS-Feeds zeigt die Apothek e, dass sie mit der Zeit geht.

Inhaltliche Schätze → Ebenfalls mit modernen Tools sowie mit einer wahren Fülle an inhaltlichen Schätzen sticht die zweitplatzierte Adler-Apothek e aus Rhaunen online hervor.

So gibt es hier eine Live-Webcam und einen ausführlichen virtuellen Rundgang durch die Offizin. Website-Besucher können verschiedene interaktive Gesundheitstests machen. Eine Besonderheit ist der „gläserne Mensch“, der Einblicke in das menschliche Skelett, die inneren Organe sowie Muskel-, Gefäß- und Immunsystem des Menschen gewährt. Darüber hinaus stellt sich das Apothekenteam mit interessanten Details vor, so gibt es z.B. Kostproben vom musikalischen Können des Seniorchefs.

Gutes Gesamtkonzept → Die ausgewogene Mischung zwischen einem schönen Design, guten Inhalten und einer hohen Funktionalität ist die Stärke des Online-Auftritts der Martinus-Apothek e. Die guten Fotos der Apothek e und des freundlichen Teams, von denen Website-Besucher abwechselnd begrüßt werden, laden zu weiteren Klicks ein. Neugier weckt auch die Rubrik „Interaktives“. Für die angebotenen Gesundheits-Checks werden die Nutzer allerdings meist auf externe Internet-Angebote weitergeleitet.

Dichtes Verfolgerfeld → Wirft man einen Blick auf die Platzierungen eins bis 15, so zeigt sich, dass es hier knapp zging. Rang eins und zwei trennen zwei Punkte, der vierte Platz liegt nur einen halben Punkt hinter Rang drei und bis Rang 15 fällt die Punktzahl langsam auf 113,5 Punkte ab – insgesamt konnten 180 Punkte erreicht werden. Alle

„Ich möchte an dieser Stelle allen Kollegen, die an diesem Website-Wettbewerb teilgenommen haben gratulieren. Mit ihren innovativen und teilweise hervorragend gestalteten Internet-Auftritten leisten diese Apotheker einen bedeutenden Beitrag dazu, die Behauptung zu widerlegen, die deutschen Apotheken seien verstaubt, innovationsfeindlich und würden sich neuen Herausforderungen nicht stellen. Gerade unter dem Aspekt, dass der Versandhandel mit Medikamenten via Internet in Deutschland nachweislich niemals die Erwartungen der Initiatoren erfüllen konnte und somit eine untergeordnete Rolle spielt, besetzen die deutschen Präsenzapotheken mit ihren Homepages hier ein wichtiges Feld und beweisen so ihre Innovationskraft. Mittlerweile sind über 80% der deutschen Apotheken im Internet präsent und betreiben dort ein virtuelles Schaufenster ihrer Apothek e. Dies dürfte auch von den deutschen Politikern als ein Signal verstanden werden, dass in naher und ferner Zukunft mit den deutschen Präsenzapotheken als der kompetente und zuverlässige Arzneimittelversorger zu rechnen ist.“

Noch einmal herzlichen Glückwunsch an alle Kollegen – und machen Sie weiter so!“



Foto: Vogel

Dr. Hermann Vogel,
Apotheker und Projektleiter des Portals www.apotheken.de

diese Websites haben sehr solide Internet-Auftritte, mit denen sie auf ihre Leistungen, Angebote und fachlichen Kompetenzen aufmerksam machen. Auch an der Funktionalität der Online-Präsenzen ist kaum etwas auszusetzen: Nutzer finden sich schnell zurecht, finden wichtige Angaben auf einen Klick und verlieren beim Surfen nicht die Orientierung.

Große Bandbreite → Insgesamt hat über die Hälfte der Website-Teilnehmer recht ordentliche Websites: 42 Auftritte haben mehr als 100 Punkte erreicht. Nur drei Internet-Präsenzen wurden mit weniger als 80, die letztplatzierte mit 51,5 Punkten bewertet. Diese Ergebnisse offenbaren eine sehr große Bandbreite unter den teilnehmenden

Die Gewinner-Websites

Platzierung	1.	2.	3.	4.	5.
URL	 → www.adler-apotheke-schwerte.de	 → www.adler-apotheke.info	 → www.apotheke-walthenhofen.de	 → www.sonnenapotheke-munster.de	 → www.mohren-apotheke-meisenheim.de
Punkte	132	130	125	124,5	123
Gewinn	Zwei VIP-Karten für das 24h-Rennen am Nürburgring (zur Verfügung gestellt von Vitamet, Wert: ca. 2.000 €)	Digitale Notdienstanzeige „ApoBox“ von DACOS (Wert: 948 €)	soziodemografisch-medizinische Standortanalyse der VSA (Wert: ca. 900 €)	TFT-Monitor (zur Verfügung gestellt von LAUER-FISCHER, Wert: ca. 400 €)	Hubschrauberflug (zur Verfügung gestellt von PHARMATECHNIK, Wert: 360 €)
Platzierung	6.	7.	8.	9.	10.
URL	 → www.barer-apotheke.de	 → www.apoteca.de	 → www.apotheke-ammarkt.info	 → www.nepomuk-apo.de	 → www.stabergapotheke.com
Punkte	120,5	120	119,5	118,5	118
Gewinn	Analyse der Kommunikationsstrategie durch Praxiskom (Wert: 300 €)	Microsoft-Office-Paket 2007	Microsoft-Office-Paket 2007	Microsoft-Office-Paket 2007	Microsoft-Betriebssystem Windows Vista Home
Platzierung	11.	12.	13.	14.	14.
URL	 → www.rondell-apotheke.de	 → www.apotheke-obing.de	 → www.streitburg-apotheke.de	 → www.apotheke-barleben.de	 → www.andreas-apo.de
Punkte	117,5	116	115	113,5	113,5
Gewinn	connect DSL Flatrate des aponet professional (für 1 Jahr kostenlos)	connect DSL Flatrate des aponet professional (für 1 Jahr kostenlos)	connect DSL Flatrate des aponet professional (für 1 Jahr kostenlos)	connect DSL Flatrate des aponet professional (für 1 Jahr kostenlos)	connect DSL Flatrate des aponet professional (für 1 Jahr kostenlos)

Je einen USB-Stick mit einer Speicherkapazität von 512 MB (zur Verfügung gestellt von LAUER-FISCHER) geht an die Apotheken-Websites auf den Plätzen 16–25: www.artland-apotheke.de, www.arkapo.de, www.nicolai-apotheke.com, http://lamberti-apotheke-hildesheim.de, www.babenberg-apotheke.de, www.lindenapotheke-reichenschwand.de, www.klausenberg-apotheke.de, www.moritzapotheke.de, www.hubertus-apotheke-la.de, www.neue-laurentius-apo.de

„Die zahlreichen Vorschriften für Apotheken-Websites machen es den Apothekern nicht leicht. Erfreulicherweise haben aber sehr viele Teilnehmer in punkto Recht gut abgeschnitten. Allerdings gab es auch vermeidbare Punktabzüge. Das Impressum (§ 5 Telemediengesetz) war bei manchen Teilnehmern nur schwer zu finden. Die zuständige Apothekerkammer und die Angaben zum Handelsregister (bei eingetragenen Kaufleuten) werden besonders häufig im Impressum vergessen. Auch der Datenschutz wird erstaunlich selten beachtet.“



Foto: Herrmann

Dr. Volker Herrmann,
Kanzlei Terhaag & Partner, www.aufrecht.de

„Insgesamt finde ich das Niveau hinsichtlich des Website-Layouts eher enttäuschend. Meistens sind die Homepages nicht kongruent zu den Apotheken selbst. Schade! Es gibt aber auch einige Apotheken-Websites deren Design sich wirklich sehen lassen kann.“



Foto: Croué

Emmanuel Croué,
Geschäftsführer der Marketingagentur
Praxiskom, www.praxiskom.de

„Hinsichtlich Barrierefreiheit und Suchmaschinenfreundlichkeit ist bei vielen der getesteten Sites noch einiges zu tun. Im Bereich Barrierefreiheit werden die Anforderungen immerhin teilweise erfüllt. Manchmal scheint dies allerdings eher zufällig als tatsächlich geplant gelungen zu sein. Vor allem in Bezug auf die Suchmaschinenoptimierung scheint es noch ein wenig Nachholbedarf zu geben.“



Foto: Steinhauer

Jörn Steinhauer,
Geschäftsführer der [alphasystems GmbH](http://www.alphasystems.com),
www.alphasystems.com

Websites. So reichten die Ergebnisse beim Kriterium Inhalt von 30,5 bis 10 Punkte. Bei Gestaltung schwankte dieser Wert zwischen 28,5 und drei und bei Funktionalität zwischen 33 und 13 Punkten.

Styling kann nicht schaden → Verbesserungspotenzial haben viele Apotheken-Websites noch hinsichtlich des Layouts. Die vielen, guten Inhalte sind nicht immer entsprechend präsentiert und hinterlassen daher nicht den guten Eindruck, der ihnen eigentlich gebührt. Leicht vermeidbare Fehler sind hier z. B. zu kleine oder qualitativ schlechte Fotos der Apotheke und des Teams oder schwer lesbare Schriftarten. Relativ mäßig schnitten die Auftritte hinsichtlich der Corporate Identity ab – hier könnte es lohnenswert sein, sich mit Profis zusammzusetzen und ein konsistentes Design für Website und Apotheke auszuarbeiten.

Noch sehr wenig beachtet wurden Kriterien wie Barrierefreiheit und Suchmaschinenoptimierung. Gerade ersteres kann für Apotheker durchaus sinnvoll sein. Eröffnen Sie damit doch noch mehr potenziellen Kunden die Möglichkeit, sich über ihre Apotheke zu informieren.

Weiter so! → Sehr unterschiedliche und doch gleichermaßen serviceorientierte und moderne Apotheken prägen die Apothekenlandschaft in Deutschland – das spiegeln die vielen interessanten Internet-Auftritte, die zu diesem Wettbewerb angemeldet wurden, wider. Allerdings ist das Potenzial hinsichtlich Kundenbindung und Kundengewinnung, das im Medium Internet steckt, längst noch nicht ausgeschöpft. Daher hoffen wir, dass alle Teilnehmer von ihrer individuellen Beurteilung profitieren und diese als Anregung sehen, weiter an ihren Websites zu feilen, um sich danach noch besser im Internet präsentieren zu können. (mwe)

Das Punktesystem

Das apo-online-Juroren-Team hat jede teilnehmende Apotheken-Website nach acht verschiedenen Kriterien beurteilt. Dies waren zunächst Inhalt, Funktionalität und Gestaltung – in Anlehnung an die apo-online-Rubrik „Site-Seeing“. Zusätzlich wurden die rechtlichen Aspekte beleuchtet. Außerdem stellten wir die Suchmaschinenfreundlichkeit, die Barrierefreiheit, die fachliche Qualität und einige allgemeine Aspekte der Websites auf den Prüfstand.

Juror	Bewertung von	Punktespektrum
Dr. Hermann Vogel (apotheken.de), Marion Weber (apo-online)	Inhalt	0-36
Emmanuel Croué (Praxiskom), Pamela Schaudin (BSMO)	Gestaltung	0-36
Andreas Reese (DGN Service GmbH)	Funktionalität	0-36
Dr. Volker Herrmann (Terhaag & Partner)	Recht	0-12
Dr. Hermann Vogel (apotheken.de)	fachliche Qualität	0-12
Jörn Steinhauer (alphasystem GmbH)	Suchmaschinenfreundlichkeit Barrierefreiheit	0- 6 0- 6
Marion Weber (apo-online)	Allgemeines	0-36
	Summe	0-180