

Inhalt

1. Einleitung.....	1
2. Ziel- und Aufgabenstellung.....	9
2.1. Material und Methode.....	10
2.2. Darstellung der Ergebnisse.....	12
2.2.1. Analyse ausgewählter Internetforen zum Versandhandel mit Arzneimitteln 12	
2.2.2. Demographische Angaben zu den Internetforen-Teilnehmern.....	13
2.2.3. Bekanntheitsgrade von Versandapotheken.....	14
2.2.4. Vorteile von Versandapotheken aus Sicht der Internetforen-Teilnehmer. 18	
Argument: günstiger Preis.....	18
Argument: niedrige/keine Versandkosten.....	20
Argument: kurze Lieferzeit.....	22
Argument: Zahlungsart.....	23
Argument: Serviceleistungen.....	24
Argument: Versorgung von chronisch Kranken.....	25
Argument: Zertifizierungen.....	25
2.2.5. Nachteile von Versandapotheken aus Sicht der Internetforen-Teilnehmer 28	
Argument: Lange Wartezeiten/verspätete Lieferung.....	29
Argument: Transportschäden/unsachgemäße Lagerung.....	30
Argument: falsche oder fehlende Beratung.....	31
Argument: Verdrängung örtlicher Apotheken.....	32
Argument: Angst vor gefälschten oder wirkungslosen Medikamenten.....	34

Argument: hohe Versandkosten/keine Preisersparnis.....	37
2.2.6. Arzneimittel, die bevorzugt über das Internet bestellt werden, differenziert nach Geschlechtern	39
2.3. Diskussion und Bewertung der Ergebnisse.....	41
3. Einordnung der Untersuchung von Verbraucherbefragungen zum Versandhandel mit Arzneimitteln	47
3.1. Untersuchungen im Rahmen studentischer Arbeiten	48
3.1.1. Untersuchung zum Problembewusstsein bezüglich Arzneimittelfälschungen auf globaler und nationaler Ebene	48
3.1.2. Untersuchung zu Online-Apotheken versus ‚Apotheken um die Ecke‘	50
3.1.3. Untersuchung zur Arzneimittelinformation für Apotheker und Patienten – Analyse der Anforderungen, des Angebots, der Nutzung und der Rolle des Internets.....	52
3.2. Untersuchungen von Meinungsforschungsinstituten.....	55
3.2.1. Roland Berger Strategy Consultants: Der Gesundheitsmarkt 2008	55
3.2.2. Sempora Management Consultants: Health Care Studie 2008.....	57
3.2.3. Institut für Handelsforschung (IfH): „Zielgruppenanalyse für den Versandhandel mit Arzneimitteln – Auszug aus der Studie ‚Apotheken und Versandhandel 2005‘“	59
3.2.4. Marktforschungsinstitut LINK: „Umfrage zu Kauf- und Kommunikationsvorlieben der deutschen Apothekenkunden“, 2008.....	62
3.2.5. GfK Marktforschung: Projekt GPI medic*scope zur Frage „Wie entwickeln sich der E-Commerce und der Versandhandel im Bereich Gesundheit (Arzneimittel und Nicht-Arzneimittel)?“ – Stand: 2007	63
3.3. Zusammenfassende Diskussion und Bewertung der Ergebnisse.....	67
3.3.1. Bekanntheit und Popularität von Versandapotheken.....	67
3.3.2. Versuch der Charakterisierung eines Versandapothekenkunden.....	69
3.3.3. Vorteile von Versandapotheken aus Verbrauchersicht	71

Preis- und Zeitersparnis auf dem ersten Rang.....	71
Am häufigsten im Internet bestellte Produkte.....	72
3.3.4. Nachteile von Versandapotheken aus Verbrauchersicht.....	73
4. Schlussfolgerungen.....	75
Abbildungen.....	77
Tabellen.....	77
Summary	79
Literaturverzeichnis	81
Anhang: In der Untersuchung zitierte eigene Veröffentlichungen	83
Lebenslauf	123