

# AdWords bringt jeden dritten Kunden



- AdWords-Werbung direkt nach Start des Arzneimittelverkaufs
- Früh mit AdWords Marktanteil gesichert
- Wachstum von vier auf 350 Mitarbeiter
- Heute 300.000 Kunden bundesweit
- Ein Drittel aller Neukunden kommt über AdWords

Die Hamburger Apotheke am Rothenbaum führt einen großen Teil des schnellen Wachstums ihres Online-Ablegers [www.apo-rot.de](http://www.apo-rot.de) auf Werbung mit Google AdWords zurück. Das Unternehmen wuchs binnen wenigen Jahren von vier auf 350 Mitarbeiter. Heute nutzt die Versandapotheke AdWords auch, um die 300.000 Kunden im harten Wettbewerb zu halten.



„Vorteil von AdWords-Werbung ist, dass der Kunde in einem Medium bleibt. Im Gegensatz zu anderen Werbeformen bewegt sich der Kunde bereits im Internet, wo er auch kaufen soll. Google AdWords ist die günstigste Form, Werbung zu machen.“

Jörg Dumke  
Geschäftsleiter  
[www.apo-rot.de](http://www.apo-rot.de)

Die Apotheke am Rothenbaum ([www.apo-rot.de](http://www.apo-rot.de)) ist ein Vorreiter in Sachen neuer Vertriebswege. Gleich nach der Freigabe des Versands von Arzneimitteln erwarb die Hamburger Apotheke eine der ersten Zulassungen. Was einst mit vier Mitarbeitern begann, ist mittlerweile ein Unternehmen mit 350 Beschäftigten. Der Online-Verkauf ermöglichte es dem Unternehmen, den Vertrieb auf ganz Deutschland auszuweiten und den Kundenstamm zu vervielfachen.

Die Apotheke am Rothenbaum erstellte bereits 2003 ein erstes AdWords-Konto. Mit dem Markt für den Arzneimittelversand wuchs das Anzeigenvolumen bei Google AdWords. Die Apotheke am Rothenbaum wirbt seitdem allein mit Google AdWords und sicherte sich somit vom Start weg einen bedeutenden Marktanteil.

### Produktbezogene Anzeigen und Keywords

Mit AdWords-Werbung erreicht das Unternehmen nicht nur potentielle Kunden aus ganz Deutschland, sondern kann all seine 75.000 Produkte zielgerichtet verkaufen. AdWords ermöglicht es den Hamburgern, produktbezogene Anzeigen und Keyword-Listen zu erstellen. Das mache das Marketing-Tool von Google so effektiv und interessant, sagt Jörg Dumke, Mitglied der Geschäftsleitung. Überzeugt ist er auch von der übersichtlichen Benutzeroberfläche seines AdWords-Kontos. Damit werde ihm die Kostenkontrolle erleichtert – seine Kampagnenstatistiken lieferten ihm immer aktuelle Daten, sie geben nach seinen Worten Aufschluss über den Erfolg einzelner Keywords. So könnten zeitnah Anpassungen vorgenommen werden, die ohne lange Zeitverzögerung umgehend umgesetzt werden. Jörg Dumke: „AdWords ist ein gerechtes System.“

Den größten Vorteil von Google AdWords sieht Jörg Dumke in der Möglichkeit, auf bestimmte Keywords bieten zu können. Dank des Auktionssystems von Google AdWords sei der Wettbewerb fair. Außerdem schätzt die apo-rot.de die Gerechtigkeit des Systems, da die Nutzer entscheiden, welche Anzeigen sie bevorzugen. Je mehr auf eine AdWords-Anzeige geklickt werde, desto höher werde deren Anzeigenrang. „Man kann sich nicht in eine bestimmte Position einkaufen“, lobt Jörg Dumke das Prinzip.

### AdWords als Tool der Kundenbindung

AdWords-Werbung ist für die apo-rot.de schon allein deshalb wichtig, weil die meisten Kunden erfahrungsgemäß mit Google nach Medikamenten suchen, selbst diejenigen die bereits Kunden der apo-rot.de sind. Die Anzeigenschaltung bei AdWords bringt dem Unternehmen die Sichtbarkeit, die es benötigt, um seinen Stamm von mittlerweile 300.000 Kunden zu halten. Ein Drittel aller Neukunden gewinnt apo-rot.de allein über Google AdWords – Tendenz steigend.

Kontaktieren Sie  
unsere **Google**  
**Media Consultants:**

Maryam Naeim  
Tel. +49 (0)40/80817-9225  
E-Mail: [maryamn@google.com](mailto:maryamn@google.com)

Eva Schöbinger  
Tel. +49 (0)40/80817-9077  
E-Mail: [evaschoebinger@google.com](mailto:evaschoebinger@google.com)