PHARMA-STUDIE 2003

Pharma-Studie **2003**

Bild

Bild am Sonntag

Untersuchungs-Steckbrief

Grundgesamtheit	Bevölkerung ab 14 Jahren, 64,3 Mio.
Stichprobe	2517 Fälle
Interviews	mündliche Befragung, CAPI
Methode	Random-Route, 516 Sample-Points
Gewichtung	Anpassung an die Vorgaben der MA 2003 I für die Bevölkerungsstruktur nach den Kriterien Geschlecht, Alter, Bundesland, BIK-Ortsgrößenklasse, Haushaltsgröße. Die Weitesten Leserkreise BILD und BILD am SONNTAG wurden nicht der MA angepasst.
Konzeption	Anzeigenverkauf Zeitungsgruppe BILD Marktforschung Axel Springer AG
Feldzeit	01. März bis 17. April 2003
Institut	Media Markt Analysen, Frankfurt

Vorwort PharmaStudie

Im OTC-Markt zeigen sich gegenläufige Tendenzen

Die Zeiten der sorglosen „Rundum-Versorgung auf Rezept“ gehen definitiv ihrem Ende zu. Restriktionen in der Arzneimittel-Verschreibung zwingen den Verbraucher immer stärker, eigenverantwortlich zu handeln. OTC-Präparate bekommen eine größere Bedeutung. Das Informationsbedürfnis an freiverkäuflichen Arzneimitteln ist so groß wie nie.

Auch wenn die allgemeine Konsumzurückhaltung den OTC-Markt nicht unberührt lässt – unentbehrliche Arzneimittel bleiben für den Verbraucher unverzichtbar. Pharma-Unternehmen, die die Einstellungen und Wünsche der OTC-Konsumenten kennen, können in dieser Situation die Chance nutzen, ihre Produktpalette zu erweitern und ihre Erzeugnisse im Markt als hochwirksame Qualitätsprodukte zu positionieren.

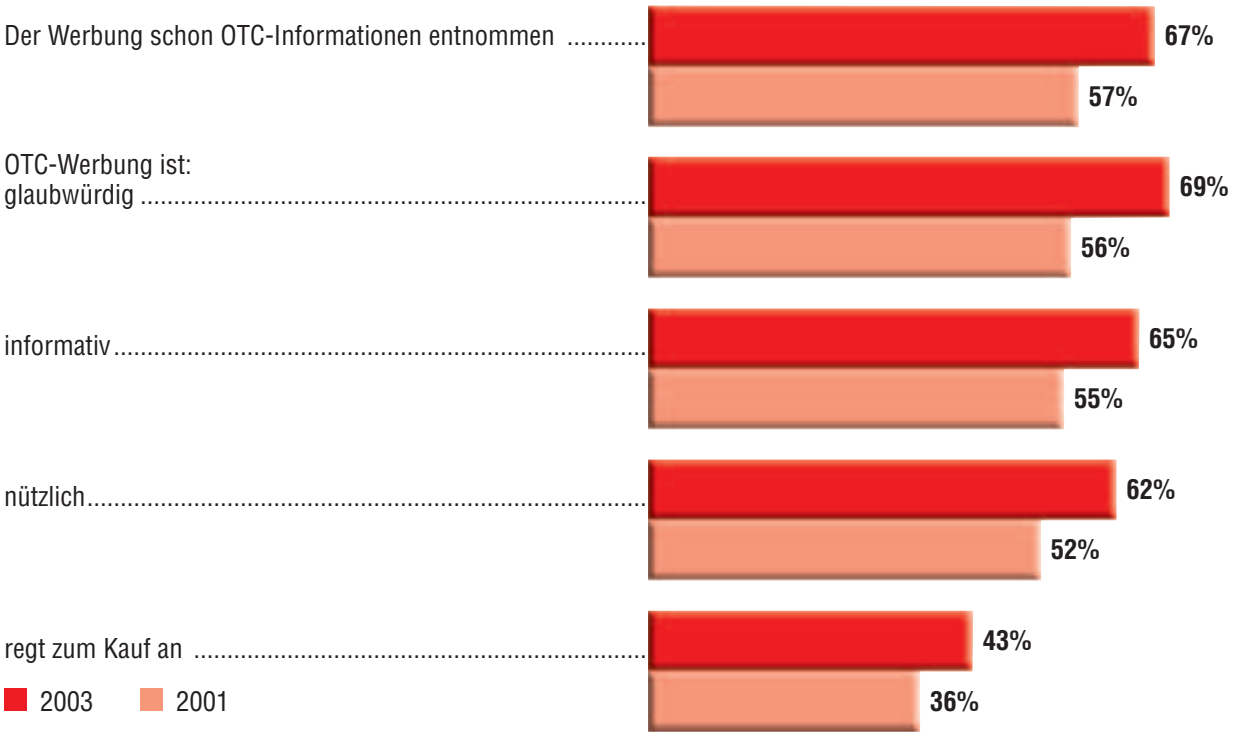
Die aktuelle PharmaStudie bestätigt die Ergebnisse der Vorgängerin von 2001: Die deutsche Bevölkerung ist grundsätzlich zufrieden mit ihrer Gesundheit. Daneben herrscht der starke Wunsch, die eigene Gesundheit aktiv zu bewahren und zu fördern. Deshalb sind Informationen zum Thema von großem Interesse, die verfügbaren Quellen – neben Arzt und Apotheke verstärkt die Printmedien – werden intensiv genutzt. Vertrauenswürdigster Berater und Gesprächspartner ist trotz Verunsicherungen durch die Gesundheitsreform der Arzt. Eine gute Alternative zum Arztbesuch stellt für über die Hälfte der Befragten die Selbstmedikation dar. Besonders Männer und Personen jüngeren und mittleren Alters greifen zuerst zum OTC-Präparat, bevor sie sich für einen Arztbesuch entscheiden.

BILD und BILD am SONNTAG, Absender dieser Studie, positionieren sich als äußerst attraktive Werbeträger für OTC-Produkte: Die Leserinnen und Leser sind der Selbstmedikation gegenüber sehr aufgeschlossen. Sie interessieren sich für Informationen zum Thema und beurteilen Werbung ausgesprochen positiv.

Eine spannende Lektüre wünscht Ihnen
Ihr Anzeigenteam
Zeitungsgruppe BILD

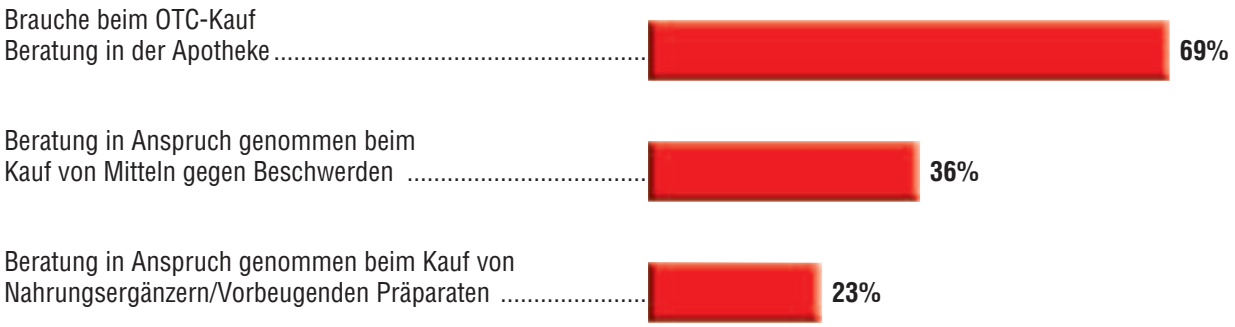
Ein wichtiger Trend vorab – Werbung wirkt!

Im Vergleich zu 2001 ist **Werbung als Informationsquelle** über OTC-Präparate heute noch wichtiger geworden. Zugleich wird Werbung stärker akzeptiert als früher. Diese Tendenz ist gerade bei steigender Eigenverantwortung und verstärktem Informationsbedarf beim Medikamentenkauf erwähnenswert:



Die **Rolle der Werbung** verstärkt sich angesichts der Tatsache, dass die **Beratung beim OTC-Kauf** weniger wichtig ist, als bisher angenommen.

Im Gegensatz zum mehrheitlich *postulierten Wunsch* nach **Beratung beim OTC-Kauf** wird beim *realen Kaufakt* meist keine Beratung in Anspruch genommen! Das Präparat wird gezielt verlangt oder eigenständig aus dem Geschäftsangebot ausgewählt.



Inhalt

Einschätzung der eigenen Gesundheit und prophylaktisches Verhalten ... 6
– Determinanten der Gesundheit ... 8

Informationsverhalten ... 10
– Informationsquellen ... 12
– Das Internet als Informationsquelle ... 15
– Werbung als Informationsquelle ... 18
– Beurteilung von Print und TV ... 20

Der Arzt ... 22
– Einstellungen zu Arzt und Medikament ... 24
– Einstellungen zu aut idem ... 26
– Einstellungen zu Reimporten ... 27

Rezeptfreie Arznei – und Heilmittel (OTC) ... 28
– Einstellungen ... 28
– Verhalten bei gesundheitlichen Beschwerden ... 32
– Auftreten von Beschwerden ... 34
– Verwendung von OTC-Präparaten gegen Beschwerden ... 38
– Art der Medikation ... 42
– Verwendung von Nahrungsergänzenden Mitteln und vorbeugenden Präparaten ... 43
– Ausgaben für OTC-Präparate ... 47
– Einkaufsstätten für OTC-Präparate ... 49
– Verhalten beim Kauf von OTC-Präparaten ... 52
– Meinungen zu Apotheke und Drogeriemarkt ... 54
– Das Internet als Einkaufsstätte für OTC-Präparate ... 57

Markenverwendung ... 60

BILD/BILD am SONNTAG (weitester Leserkreis) ... 77

Statistik ... 82

Einschätzung der eigenen Gesundheit und prophylaktisches Verhalten

Die große Mehrheit der Bevölkerung klagt nicht über ihren Gesundheitszustand. Männer sind **zufriedener** als Frauen. Erwartungsgemäß sinkt die Zufriedenheit mit steigendem Lebensalter.

Überwiegend hält man die **eigene Konstitution** für robust, Männer zeigen sich hier optimistischer als Frauen. Auch hier sinkt das Vertrauen in die gute körperliche Verfassung ab 50 Jahren.

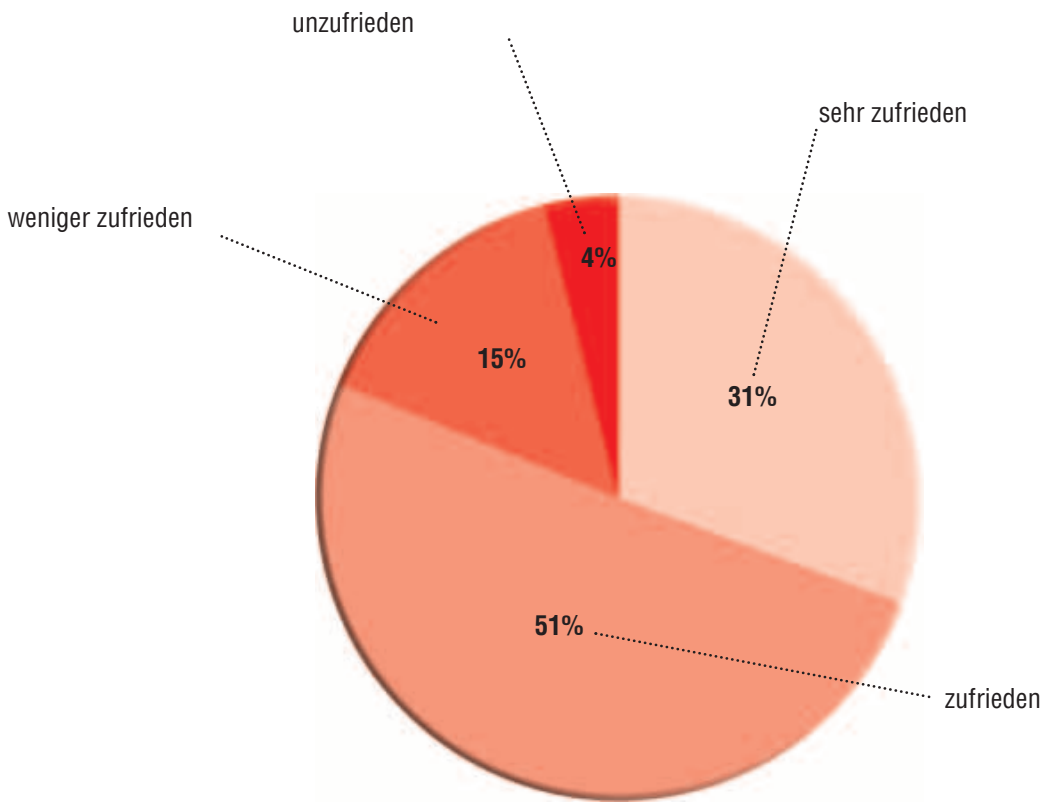
Trotz guter Verfassung und Robustheit geben drei von vier an, sehr auf ihre **Gesundheit zu achten**.

Beim **Arztbesuch** – jeder Zweite lässt sich regelmäßig durchchecken – sind die Frauen verstärkt vertreten. Auch hier gibt es altersbedingt einen Anstieg zu verzeichnen.

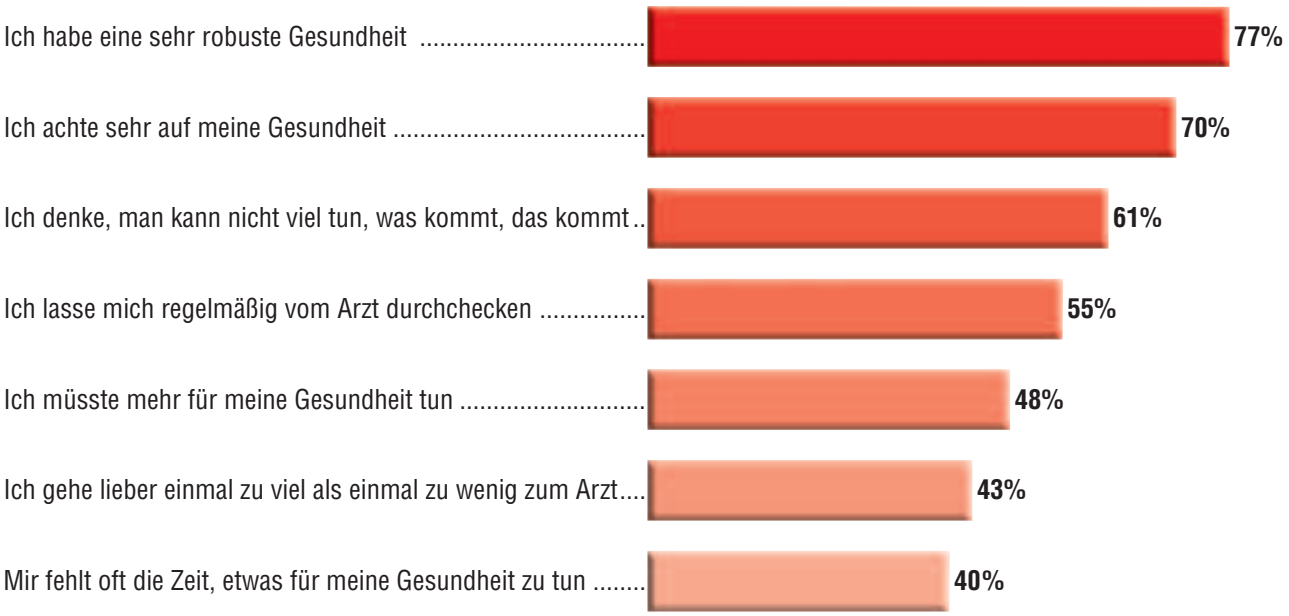
Übervorsichtig („Gehe lieber einmal zu viel zum Arzt…“) sind Frauen und insbesondere die Über-50-Jährigen.

Defizite im Hinblick auf die eigenen Gesundheitsaktivitäten („müsste mehr tun“) empfindet vor allem die mittlere Altersgruppe der 30 bis 49-Jährigen, der es, beruflich und familiär stark eingespannt, allermeist an Zeit dafür fehlt.

Bin mit meiner Gesundheit…



Einschätzung der eigenen Gesundheit
Stimme voll und ganz/weitgehend zu



Strukturen

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29	30-49	50+
Basis	2.517	1.203	1.314	503	893	1.121
	%	%	%	%	%	%
Bin mit meiner Gesundheit…						
sehr zufrieden	31	36	26	61	36	13
zufrieden	51	49	53	34	55	56
(sehr) zufrieden	**82**	**85**	**78**	**95**	**91**	**68**
weniger zufrieden	15	12	17	4	8	24
unzufrieden	4	4	4	1	1	8
Einschätzung der eigenen Gesundheit						
Stimme voll und ganz/weitgehend zu						
Ich habe eine sehr robuste Gesundheit	77	85	71	91	86	64
Ich achte sehr auf meine Gesundheit	70	64	76	60	66	78
Ich denke, man kann nicht viel tun, was kommt, das kommt	61	63	58	56	57	66
Ich lasse mich regelmäßig vom Arzt durchchecken	55	47	62	29	46	74
Ich müsste mehr für meine Gesundheit tun	48	47	49	44	53	46
Ich gehe lieber einmal zu viel als einmal zu wenig zum Arzt	43	36	48	32	36	53
Mir fehlt oft die Zeit, etwas für meine Gesundheit zu tun	40	41	39	40	58	25

Determinanten der Gesundheit

Die **Ernährung** gilt allgemein als wichtig für die Gesunderhaltung; vor allem Frauen und Über-50-Jährige messen ihr *sehr* hohe Bedeutung zu.

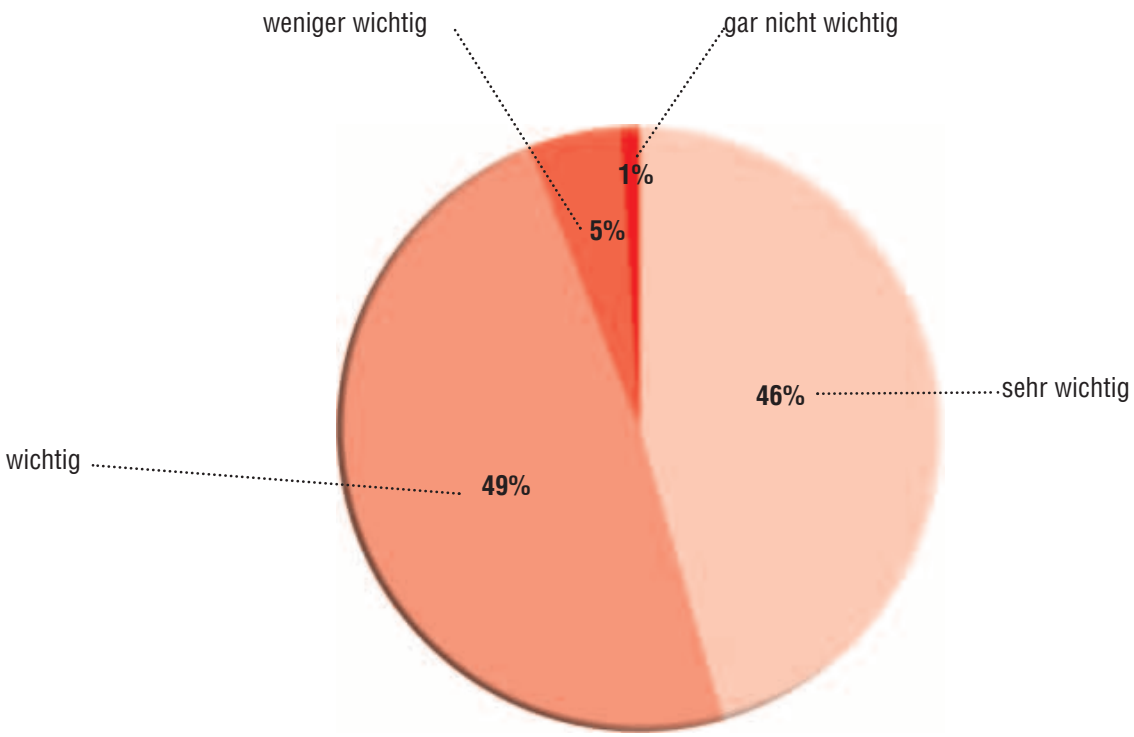
Sport wird ebenfalls als äußerst **wichtig** für die Gesundheit eingeschätzt – bei Jüngeren deutlicher als bei Älteren. Entsprechend **treiben** drei von vier Befragten **Sport**.

Jeder Dritte ist **Raucher** – Männer überwiegen. Die meisten Ex–Raucher befinden sich unter den älteren Jahrgängen.

Auch **Alkohol** wird gern konsumiert: Im mittleren Lebensalter ist der Alkoholgenuss deutlich stärker verbreitet als bei Jüngeren und Älteren.

Es gibt einen deutlichen Unterschied zwischen Männern und Frauen. Während drei Viertel aller Männer jede Woche Alkohol konsumiert, tut dies nur jede dritte Frau.

Ernährung ist für die Gesundheit…



Strukturen

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29	30-49	50+
Basis	2.517	1.203	1.314	503	893	1.121
	%	%	%	%	%	%
Ernährung ist für die Gesundheit…						
sehr wichtig	46	39	52	38	45	49
wichtig	49	53	45	51	50	46
(sehr) wichtig	**94**	**92**	**96**	**89**	**96**	**96**
weniger wichtig	5	7	3	10	4	4
gar nicht wichtig	1	1	1	2	1	1
Regelmäßiger Sport ist für die Gesundheit						
sehr wichtig	31	35	28	45	32	24
wichtig	54	52	56	46	56	56
(sehr) wichtig	**85**	**86**	**84**	**91**	**88**	**80**
weniger wichtig	12	12	11	8	10	14
gar nicht wichtig	4	3	5	1	1	6
Treibe selber Sport…	**77**	**79**	**75**	**94**	**85**	**63**
(fast) täglich	7	8	5	10	6	6
2-3mal pro Woche	22	24	21	44	22	12
1mal pro Woche	19	18	19	20	23	15
mindestens 1x pro Woche	48	50	46	74	51	33
2-3mal im Monat	8	8	8	7	11	5
1mal im Monat	4	3	4	2	5	4
seltener	18	18	18	11	18	21
nie	23	21	25	6	15	37
Ich bin **Raucher**	31	39	23	34	39	22
Ich bin **Nichtraucher**	**70**	**61**	**77**	**66**	**61**	**78**
Ich trinke Alkohol	**84**	**91**	**78**	**80**	**92**	**81**
(fast) täglich	6	11	2	3	7	8
mehrmals in der Woche	24	35	13	18	27	23
einmal in der Woche	24	26	22	28	27	19
mindestens 1x pro Woche	54	72	37	49	62	50
seltener	31	19	41	32	30	31
(so gut wie) nie	16	9	22	20	8	19

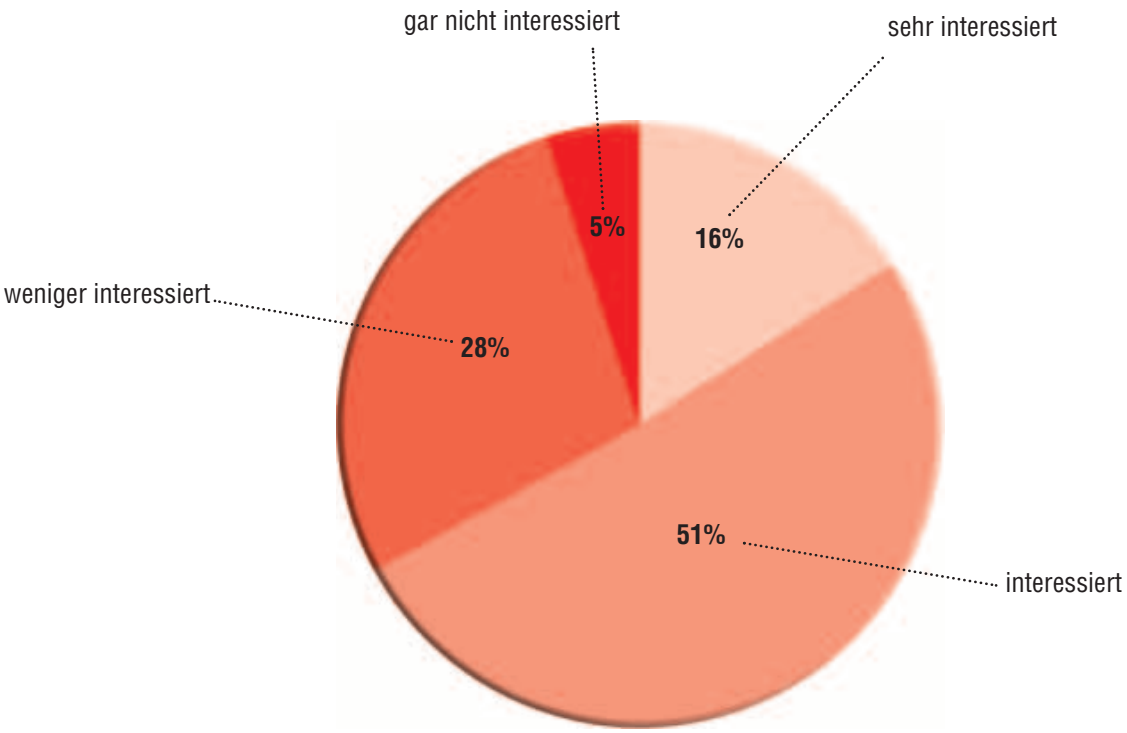
Informationsverhalten

Recht hoch ist das **Interesse an Informationen** zum Komplex Gesundheit: 67% der Befragten interessieren sich dafür. Frauen zeigen ein erheblich höheres Informationsbedürfnis als Männer. Der Wissensdurst an Gesundheitsthemen nimmt mit steigendem Lebensalter deutlich zu.

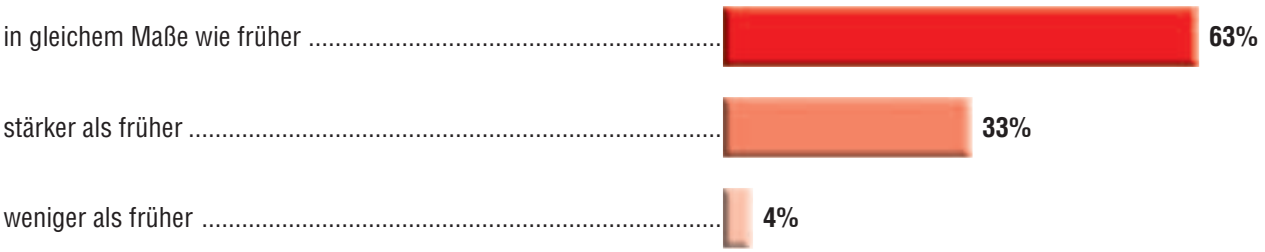
Ein Drittel der Befragten gibt an, sich heutzutage häufiger als früher über Gesundheitsfragen zu informieren.

Die knappe Mehrheit votiert für die **Eigeninitiative bei der Informationsbeschaffung**. Ältere Menschen verlassen sich lieber auf Ratschläge des Arztes, Jüngere informieren sich eher selbst.

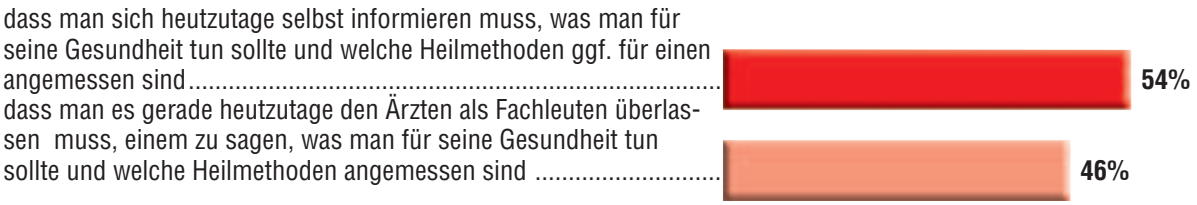
Bin an Informationen zum Thema Gesundheit, über Medikamente und Heilmittel…



Informiere mich heute über Gesundheitsfragen…



Ich finde,…



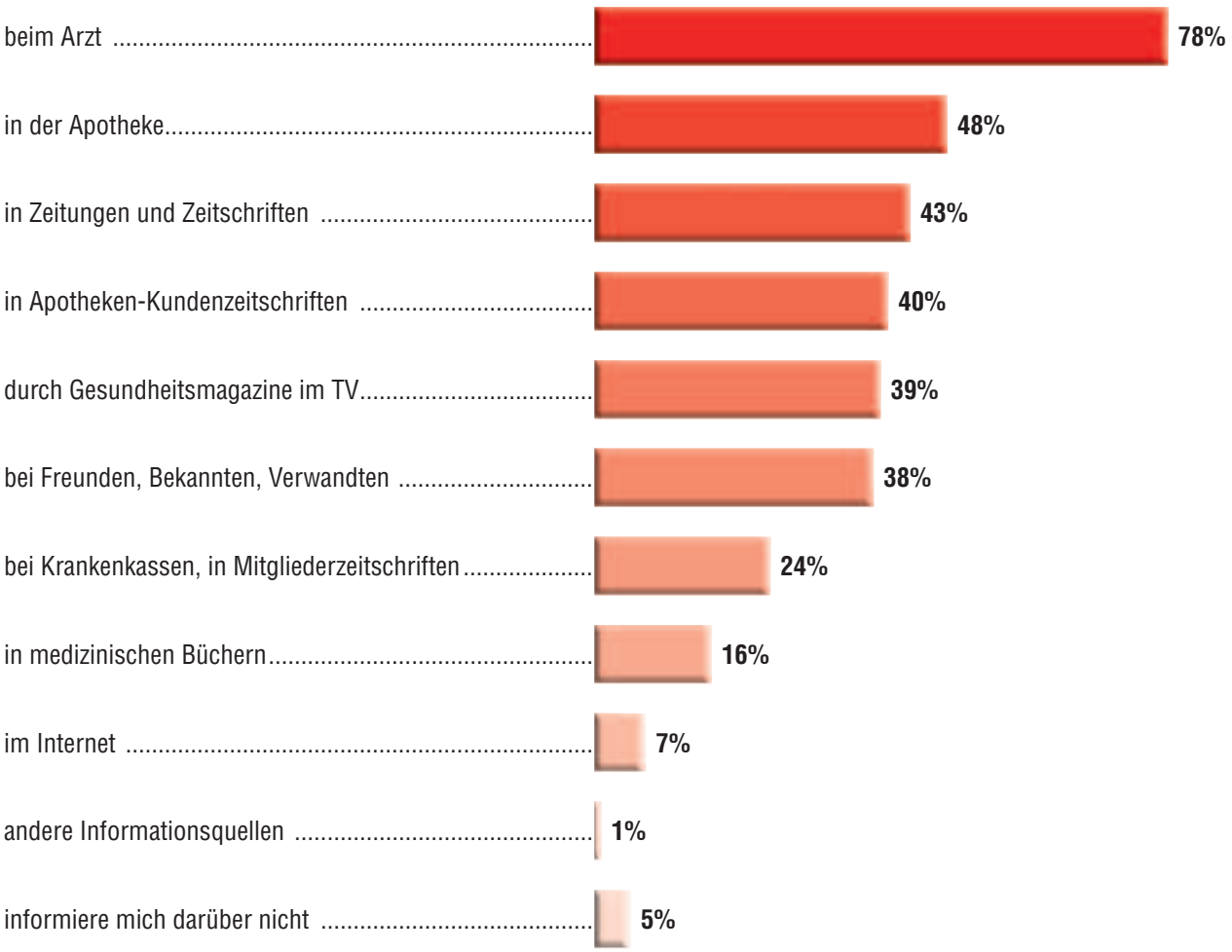
Strukturen

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29	30-49	50+
Basis	2.517	1.203	1.314	503	893	1.121
	%	%	%	%	%	%
Bin an Informationen zum Thema Gesundheit, über Medikamente und Heilmittel…						
sehr interessiert	16	9	22	7	12	22
interessiert	51	47	55	34	53	57
(sehr) interessiert	**67**	**55**	**77**	**41**	**65**	**79**
weniger interessiert oder	28	37	21	46	31	19
gar nicht interessiert	5	8	3	13	4	2
Informiere mich heute über Gesundheitsfragen…						
in gleichem Maße wie früher	63	71	56	76	69	52
stärker als früher	33	25	41	20	27	44
weniger als früher	4	5	4	5	4	4
Ich finde,…						
dass man sich heutzutage selbst informieren muss, was man für seine Gesundheit tun sollte und welche Heilmethoden ggf. für einen angemessen sind	54	54	54	60	60	46
dass man es gerade heutzutage den Ärzten als Fachleuten überlassen muss, einem zu sagen, was man für seine Gesundheit tun sollte und welche Heilmethoden angemessen sind	46	46	46	40	40	54

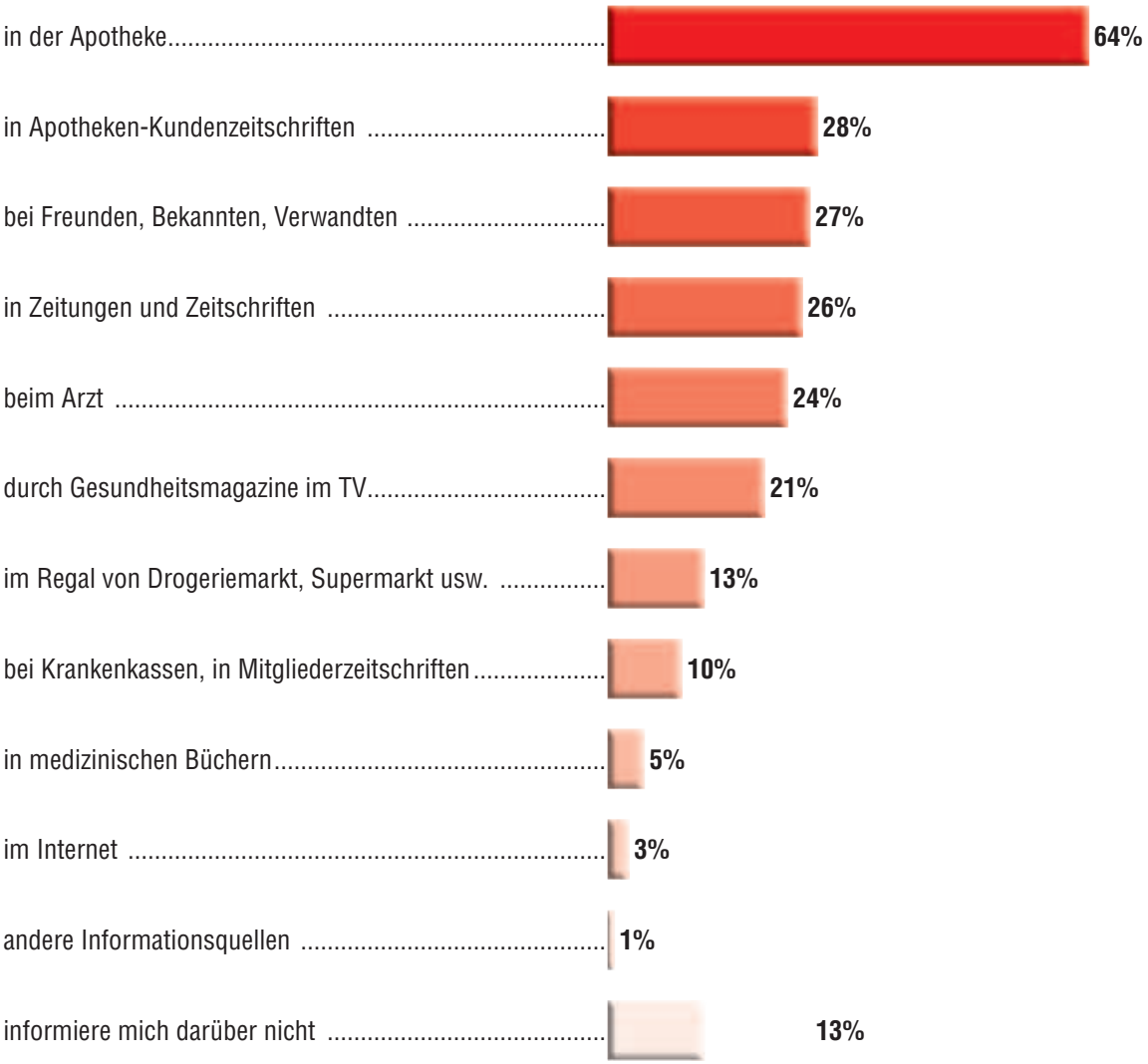
Informationsquellen

Für die **Information über allgemeine Gesundheitsfragen** ist der Arzt die Top-Adresse. Was **Informationen speziell über OTC** betrifft, so führt hier die Apotheke mit deutlichem Abstand. Der Arzt spielt eher eine untergeordnete Rolle. Jeder Vierte nutzt Zeitungen und Zeitschriften oder Kundenzeitschriften der Apotheken.

Informiere mich über allgemeine Gesundheitsfragen…



Informiere mich über rezeptfreie Arzneimittel…



Strukturen

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29	30-49	50+
Basis	2.517	1.203	1.314	503	893	1.121
	%	%	%	%	%	%
Informiere mich über allgemeine Gesundheitsfragen…						
beim Arzt	78	75	81	71	75	84
in der Apotheke	48	40	56	39	47	54
in Zeitungen und Zeitschriften	43	34	52	35	42	48
in Apotheken-Kundenzeitschriften	40	27	51	20	33	53
durch Gesundheitsmagazine im TV	39	33	44	30	37	44
bei Freunden, Bekannten, Verwandten	38	34	42	41	37	38
bei Krankenkassen, in Mitgliederzeitschriften	24	19	28	11	23	30
in medizinischen Büchern	16	12	20	9	18	17
im Internet	7	6	7	9	10	3
andere Informationsquellen	1	1	1	1	1	1
informiere mich darüber nicht	5	9	2	11	6	3
Informiere mich über rezeptfreie Arzneimittel…						
in der Apotheke	64	58	69	56	65	67
in Apotheken-Kundenzeitschriften	28	21	34	13	25	36
bei Freunden, Bekannten, Verwandten	27	24	29	32	24	26
in Zeitungen und Zeitschriften	26	22	29	22	26	28
beim Arzt	24	22	26	17	23	29
durch Gesundheitsmagazine im TV	21	19	22	19	20	23
im Regal von Drogeriemarkt, Supermarkt usw.	13	10	16	10	16	12
bei Krankenkassen, in Mitgliederzeitschriften	10	8	12	5	9	13
in medizinischen Büchern	5	4	6	3	6	5
im Internet	3	4	3	3	6	2
andere Informationsquellen	1	0	1	0	1	1
informiere mich darüber nicht	13	18	8	18	11	12

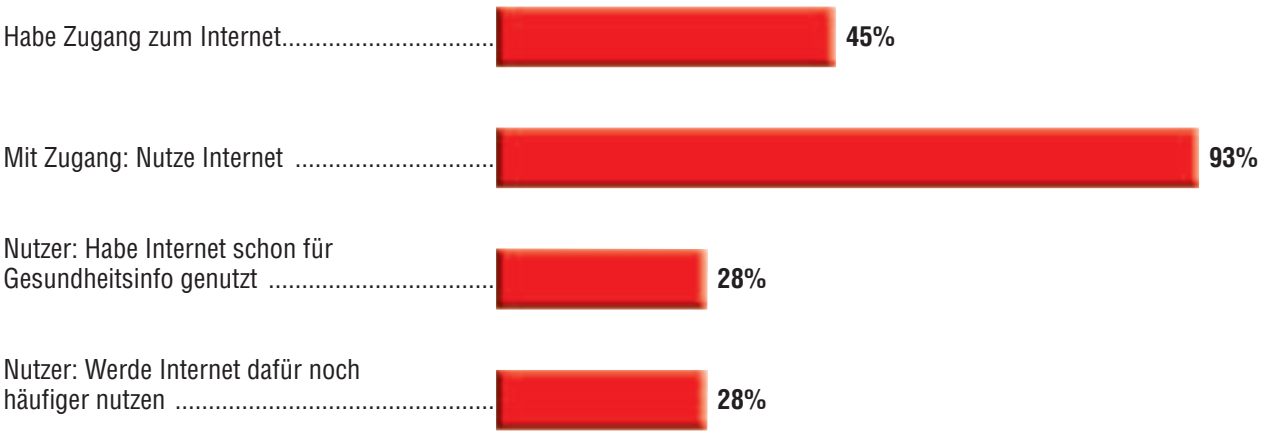
Das Internet als Informationsquelle

Mittlerweile hat knapp jeder Zweite einen **Internetzugang**: Die **Nutzung** ist recht intensiv, lediglich bei Frauen und Älteren gibt es immer noch einen gewissen Anteil, der den vorhandenen Anschluss nicht nutzt.

Rund jeder vierte Internet-Nutzer hat sich dort schon über Gesundheitsfragen orientiert. Männer und Jüngere sind zwar die stärkeren Internet-Nutzer, doch im Kreise der Onliner schlägt ebenfalls das grundsätzlich höhere Interesse von weiblichen und älteren Nutzern zu Buche.

Von den **Internet-Angeboten** stoßen offenbar am ehesten allgemeine Informationen zum Thema Gesundheit und Krankheiten, zur Ernährung sowie Ärzteadressen auf Interesse. Ausgehend zumindest von den faktisch genutzten Angeboten ist das Internet trotz steigender Nutzung keine relevante Informationsquelle speziell zum Thema OTC-Präparate.

Internet



Strukturen

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29	30-49	50+
Basis	2.517	1.203	1.314	503	893	1.121
	%	%	%	%	%	%
Ich habe Zugang zum Internet...	**45**	**52**	**39**	**73**	**61**	**20**
zu Hause	38	44	33	62	52	17
am Arbeitsplatz	14	18	10	16	23	7
bei Freunden/Verwandten außerhalb des Haushalts	9	11	7	25	8	2
im Internet-Café	3	4	2	11	2	1
in der Schule	1	2	1	6	0	0
an der Universität	1	0	1	2	0	0
andere Möglichkeiten	0	0	0	0	0	0
kein Internetzugang	55	48	61	26	39	80

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29	30-49	50+
Basis: Internet-Anschluss vorhanden	1.133	620	513	369	543	220
	%	%	%	%	%	%
Ich nutze das Internet...	**93**	**96**	**90**	**99**	**95**	**80**
(fast) täglich	27	34	18	30	28	18
mehrmals pro Woche	38	40	35	39	39	34
etwa einmal die Woche	14	11	17	13	14	13
etwa einmal in 14 Tagen	5	4	7	5	6	6
etwa einmal im Monat	3	2	5	5	3	3
seltener	6	4	9	7	5	8
(so gut wie) nie	7	4	10	1	6	20

Strukturen

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29	30-49	50+
Basis: Internetnutzer	1.061	597	464	371	513	176
	%	%	%	%	%	%
Habe Internet schon für Informationen über Medikamente, Beschwerden, Ärzte, Krankenhäuser etc. **genutzt**	28	25	32	19	32	38
Habe schon einmal genutzt						
Artikel, Beiträge zum Thema Gesundheit	23	21	27	16	25	33
Infos über Ursachen/Behandlung von Beschwerden	15	13	17	8	18	19
Auflistung von Ärzten in meiner Nähe	12	11	14	9	14	13
Ernährungsratgeber	12	7	17	10	12	14
Medikamenten-Info: Anwendungsgebiete, Dosierungen, Nebenwirkungen	7	6	8	5	8	10
Homepages von OTC-Herstellern	5	6	5	5	5	7
Homepages von Gesundheitszeitschriften	5	4	7	4	7	4
Suche nach dem preisgünstigsten Medikament mit identischen Wirkstoffen	4	4	5	3	5	5
Diskussionsforen mit Menschen, die unter den gleichen Problemen leiden	4	3	4	3	4	5
Diskussionsforen mit Patienten und Experten	2	2	3	2	3	2
Erstellung individueller Ernährungsanalyse	2	1	4	1	3	3
Online-Beratung durch Ärzte	1	1	1	1	1	0
Online-Diagnose durch Ärzte	1	1	1	1	1	0
Online-Beratung über Videokonferenz	0	0	0	0	0	0
Kommt grundsätzlich in Frage						
Artikel, Beiträge zum Thema Gesundheit	50	43	59	40	52	66
Auflistung von Ärzten in meiner Nähe	43	41	46	43	43	41
Infos über Ursachen/Behandlung von Beschwerden	42	37	49	35	44	48
Medikamenten-Info: Anwendungsgebiete, Dosierungen, Nebenwirkungen	34	30	39	30	35	40
Ernährungsratgeber	30	23	37	22	34	32
Diskussionsforen mit Menschen, die unter den gleichen Problemen leiden	26	23	30	26	26	24
Suche nach dem preisgünstigsten Medikament mit identischen Wirkstoffen	23	22	23	22	24	21
Homepages von Gesundheitszeitschriften	18	15	23	18	19	19
Homepages von OTC-Herstellern	18	16	19	19	17	17
Online-Beratung durch Ärzte	16	17	15	19	15	12
Diskussionsforen mit Patienten und Experten	16	13	20	15	16	17
Erstellung individueller Ernährungsanalyse	13	10	16	10	14	14
Online-Diagnose durch Ärzte	8	8	8	8	9	5
Online-Beratung über Videokonferenz	4	3	5	5	5	1
Werde das Internet zukünftig häufiger für solche Informationen **nutzen**	28	22	36	22	31	34

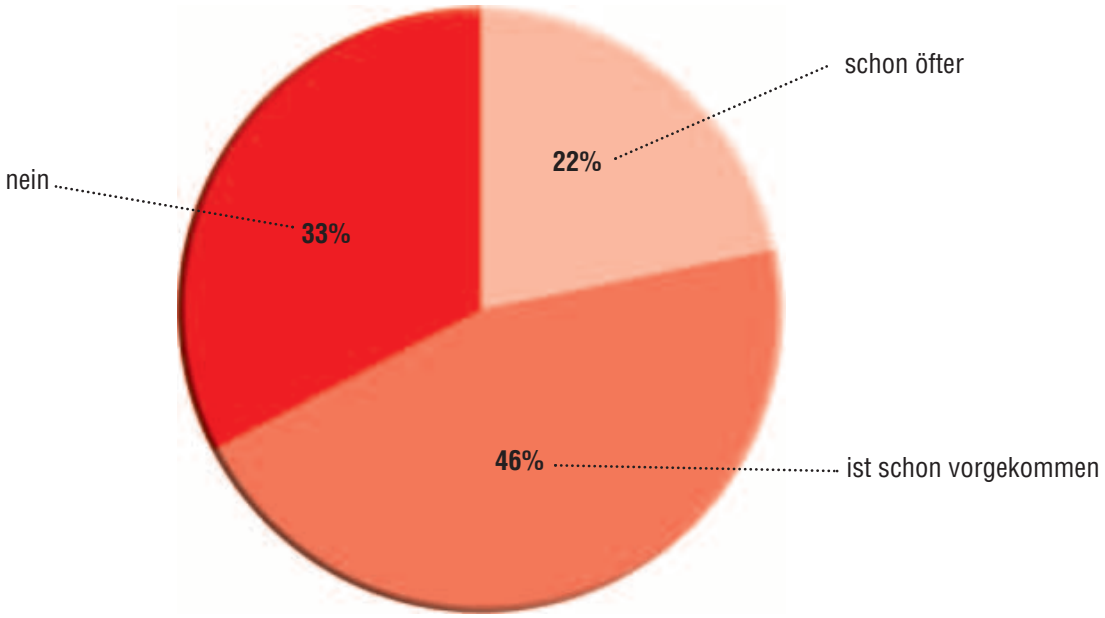
Werbung als Informationsquelle

Für die überwiegende Mehrheit der Befragten stellt Werbung eine geeignete Informationsquelle zum Thema OTC dar. Nahezu jeder zweite informiert sich aus den Print-Medien.

Generell hat Werbung als seriöse Informationsquelle an Bedeutung gewonnen.

Die wichtigsten werblichen Botschaften sind neben der ausgewiesenen Indikation zum einen der Name des Herstellers und zum anderen die Angabe über Apothekenpflicht.

Ich habe der Werbung schon Informationen und Hinweise über OTC entnommen…



Strukturen

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29	30-49	50+
Basis	2.517	1.203	1.314	503	893	1.121
	%	%	%	%	%	%
Ich habe der Werbung schon Informationen und Hinweise über OTC entnommen…	**67**	**63**	**71**	**64**	**71**	**66**
schon öfter	22	17	26	20	23	21
ist schon vorgekommen	46	45	46	44	48	44
nein	33	37	29	36	29	34
Informationen aus Werbung entnommen…						
im Fernsehen	49	48	51	50	53	46
in Zeitungen und Zeitschriften	44	38	48	37	46	45
in der Apotheke	30	25	36	24	32	32
in den Mitglieder-Zeitschriften der Krankenkassen	17	14	20	8	18	21
in anderen Geschäften wie Drogeriemarkt, Supermarkt usw.	10	7	12	7	11	9
im Internet	3	3	3	2	4	2
woanders	1	1	1	1	1	1
ohne Angabe / weiß nicht	1	0	1	0	0	1
Informationen müssen in der Werbung für OTC-Präparate enthalten sein…						
bei welchen Beschwerden das Arznei- oder Heilmittel hilft	94	94	95	95	94	94
ob man es nur in Apotheken oder auch in anderen Geschäften kaufen kann	77	75	78	75	79	76
Herstellername	75	76	75	71	76	77
für wen das Arzneimittel evtl. nicht geeignet ist	72	70	74	65	71	75
welche Nebenwirkungen das Arzneimittel hervorrufen kann	61	62	60	56	60	65
wie schnell das Arzneimittel wirkt	59	60	58	58	60	58
der Preis	50	48	52	47	48	53
Kontaktmöglichkeiten wie Internetadressen, Info-Telefonnummer u.ä.	50	52	48	49	55	47

Beurteilung von Print und TV

Print- und TV-Werbung für OTC-Präparate werden beide überwiegend positiv beurteilt. Die große Mehrheit findet sie verständlich und informativ, seriös und glaubwürdig sowie nützlich.

Für gut vier von zehn bietet solche Werbung Kaufanreiz. Print ist dabei gegenüber TV deutlich informativer, glaubwürdiger und nützlicher, also insgesamt seriöser.

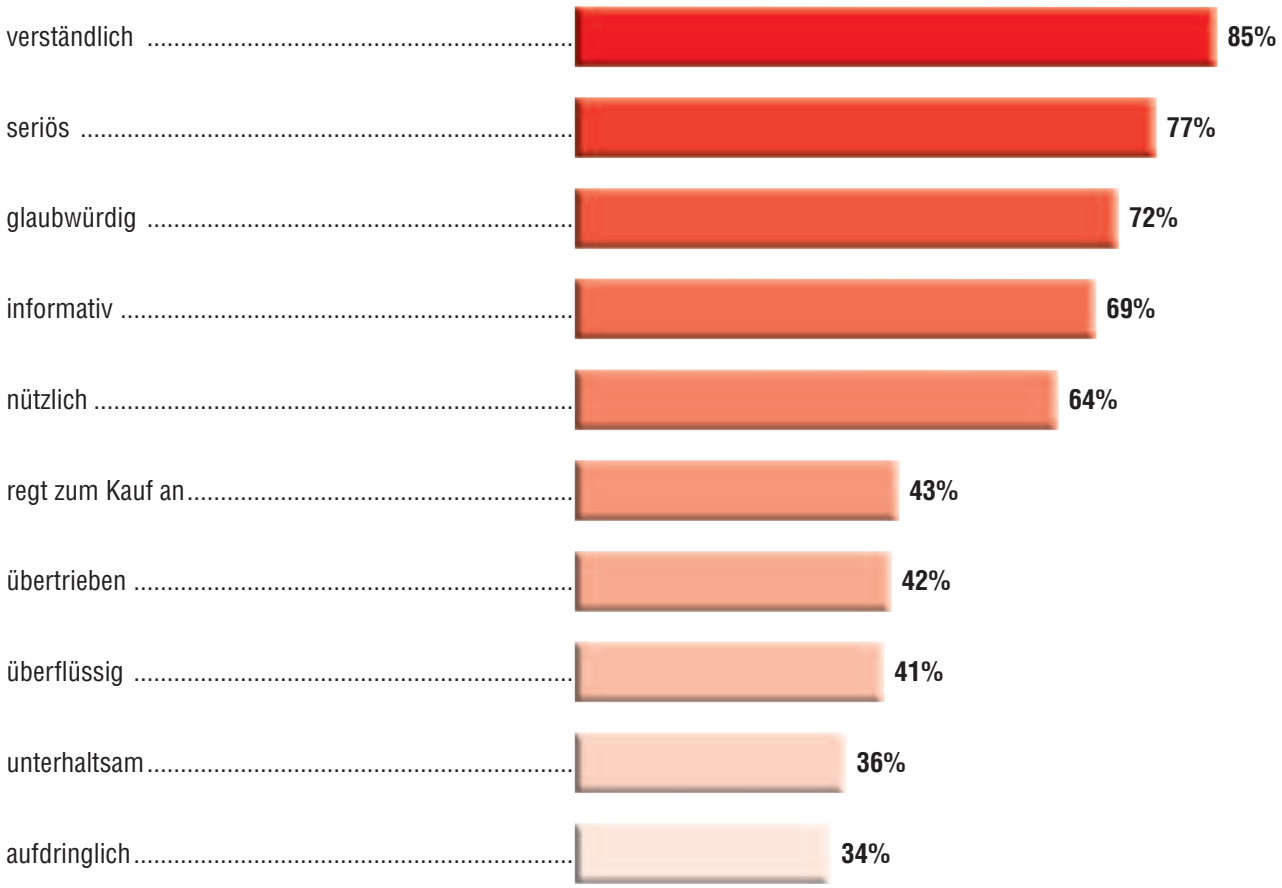
TV-Werbung hat eher einen Unterhaltungswert und gilt als erheblich aufdringlicher und übertreibend.

Dieser Vorlauf von Print gegenüber TV ist bei Frauen und Über-30-Jährigen, also speziell bei OTC-Werbung relevanten Zielgruppen, ausgeprägter als bei Männern und Jüngeren.

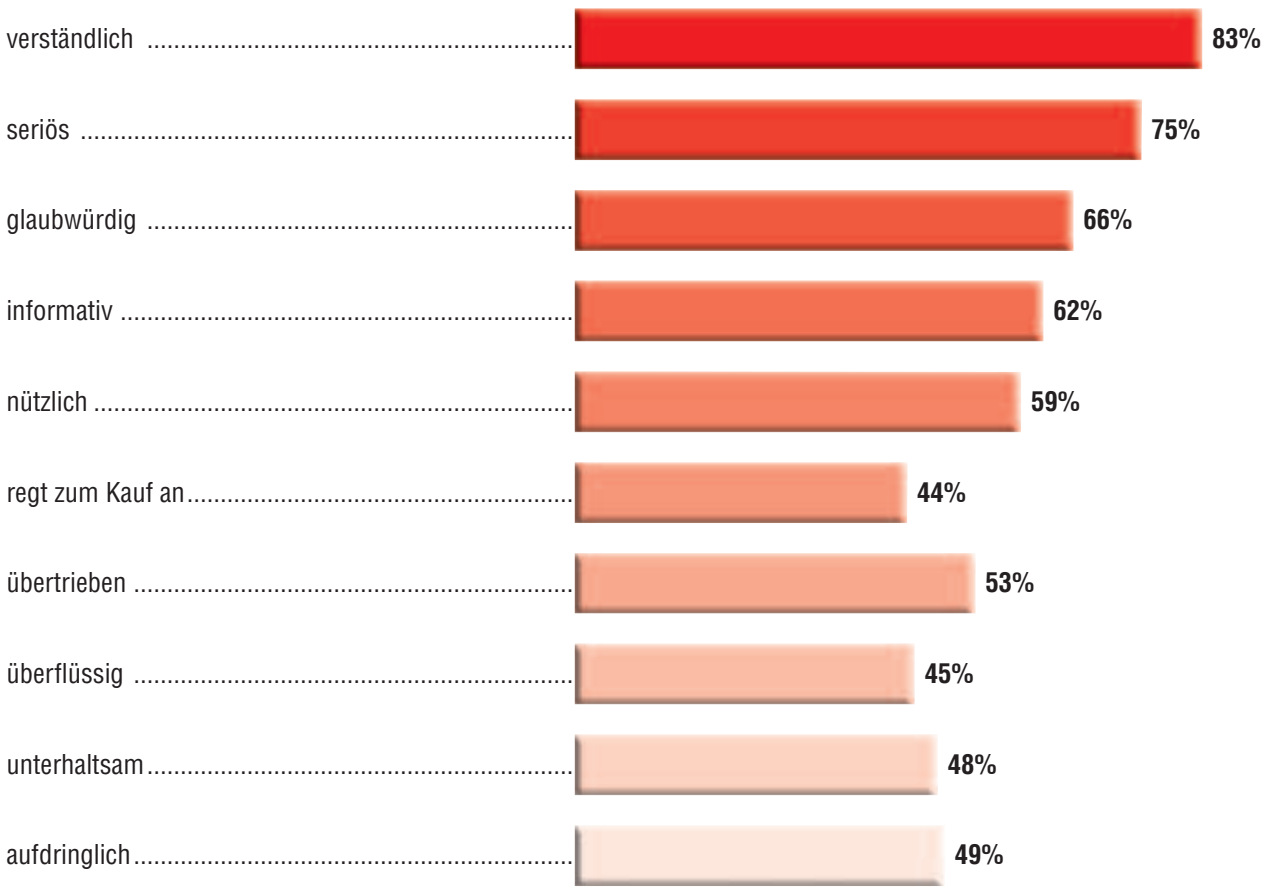
Strukturen

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29	30-49	50+
Basis	2.517	1.203	1.314	503	893	1.121
	%	%	%	%	%	%
Trifft voll und ganz/weitgehend zu auf Anzeigenwerbung für OTC						
verständlich	85	83	86	84	86	84
seriös	77	75	79	74	79	77
glaubwürdig	72	69	74	70	75	71
informativ	69	64	73	67	70	69
nützlich	64	60	68	60	64	66
regt zum Kauf an	43	37	48	38	44	44
übertrieben	42	47	36	45	42	40
überflüssig	41	45	37	44	40	40
unterhaltsam	36	31	40	35	35	37
aufdringlich	34	39	29	32	35	33
Trifft voll und ganz/weitgehend zu auf TV-Werbung für OTC						
verständlich	83	81	84	86	84	80
seriös	75	72	77	75	76	73
glaubwürdig	66	63	68	67	65	66
informativ	62	60	64	61	62	62
nützlich	59	56	62	59	58	60
regt zum Kauf an	44	41	47	47	44	43
übertrieben	53	57	49	51	54	53
überflüssig	45	49	42	41	46	47
unterhaltsam	48	43	51	50	47	46
aufdringlich	49	51	46	46	50	49

Trifft voll und ganz/weitgehend zu auf Anzeigenwerbung für OTC



Trifft voll und ganz/weitgehend zu auf TV-Werbung für OTC (Rangreihe nach „Anzeigen“)



Der Arzt

Im letzten Jahr haben 86 % der Befragten ihren **Hausarzt** aufgesucht. Im Schnitt wurden dort vier Besuche gemacht.
Im Durchschnitt besuchten zwei von drei der Befragten einen **Facharzt**.

Vier von fünf Befragten waren beim **Zahnarzt**, dies in der Regel mit ebenfalls zwei Besuchen.
Grundsätzlich gilt, je älter die Patienten, desto häufiger frequentierten sie den jeweiligen Arzt.

Jeder Sechste, meist Frauen und ältere Personen, war schon einmal beim **Heilpraktiker**.

Arztbesuche beim Allgemeinarzt / Hausarzt

Strukturen

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29	30-49	50+
Basis	2.517	1.203	1.314	503	893	1.121
	%	%	%	%	%	%
Ich war in den letzten 12 Monaten…						
beim Allgemeinarzt/Hausarzt	**86**	**81**	**91**	**80**	**82**	**92**
Ø Anzahl Besuche	3,9	3,3	4,5	2,5	2,5	5,6
beim Facharzt	**61**	**47**	**73**	**48**	**57**	**69**
Ø Anzahl Besuche	1,8	1,4	2,2	1,3	1,5	2,3
beim Zahnarzt	**83**	**79**	**86**	**87**	**86**	**78**
Ø Anzahl Besuche	1,6	1,5	1,7	1,8	1,6	1,5
Im Vergleich zu vor 1 bis 2 Jahren...						
gehe ich in **gleicher Häufigkeit** zum Arzt	56	57	54	72	65	41
gehe ich heute **häufiger zum Arzt**	30	27	32	11	18	48
gehe ich heute **seltener zum Arzt**	15	16	14	18	18	11
Gründe für seltener:						
schwächere, seltenere Beschwerden	6	7	6	9	8	4
habe weniger Zeit für Arztbesuche	4	4	4	5	6	2
behandle mich häufiger selbst mit OTC	3	3	3	3	4	2
bin informierter, weiß selbst Bescheid	3	3	3	2	5	2
habe weniger Vertrauen in Ärzte	2	2	2	1	3	2
Sonstige Gründe	1	2	1	2	1	2

Einstellungen zu Arzt und Medikament

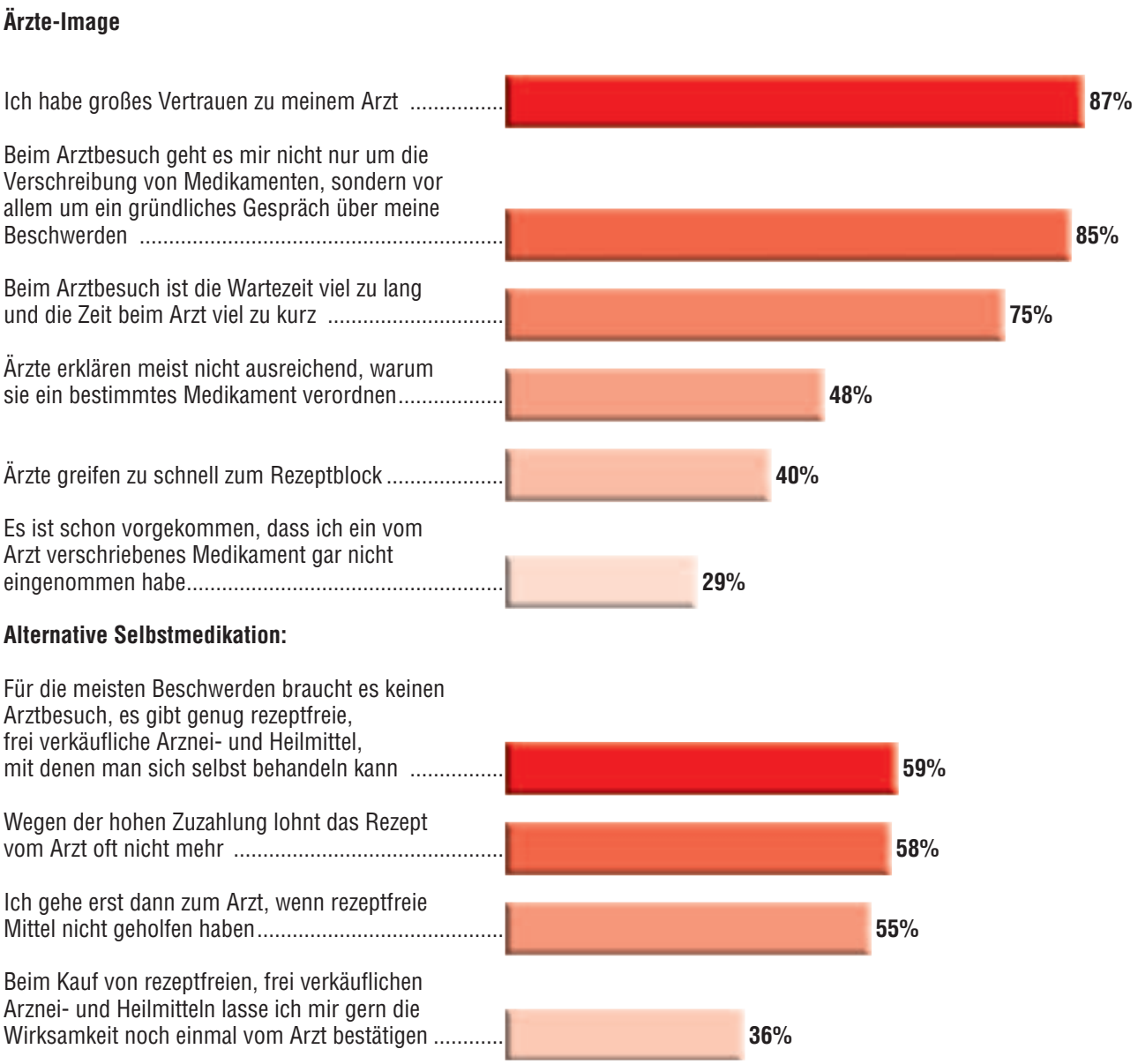
Die hohe **Relevanz des Arztes** zeigt sich in großem Vertrauen und dem Bedürfnis, ein gründliches Gespräch über die eigenen Beschwerden zu führen. Dabei stehen Wartezeit und Sprechzeit in der Praxis für zwei Drittel nicht in Relation zueinander. Auch vermisst die Hälfte der Befragten eine gründliche Aufklärung seitens des Arztes über die verschriebenen Medikamente.

Trotz Ärztevertrauens und Gesprächsbedarfs ist für rund zwei von drei Befragten die **Selbstmedikation** eine generelle Alternative zum Arztbesuch.

Das gilt ganz besonders für Männer und Jüngere, aber auch für jeden zweiten Über-50-Jährigen.

Jeder Zweite sucht den Arzt erst auf, wenn die eigenständig durchgeführte OTC-Medikation wirkungslos geblieben ist. Ärztliche Beratung über selbst gekaufte OTC-Präparate erscheint eher verzichtbar, zumal der Arztbesuch durch Selbstmedikation ja gerade vermieden werden soll.

Aussagen zu Arzt und Medikament:
stimme voll und ganz/weitgehend zu



Strukturen

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29	30-49	50+
Basis	2.517	1.203	1.314	503	893	1.121
	%	%	%	%	%	%
Aussagen zu Arzt und Medikament:						
stimme voll und ganz/weitgehend zu						
Ärzte-Image:						
Ich habe großes Vertrauen zu meinem Arzt	87	85	89	83	84	91
Beim Arztbesuch geht es mir nicht nur um die Verschreibung von Medikamenten, sondern vor allem um ein gründliches Gespräch über meine Beschwerden	85	81	88	73	84	90
Beim Arztbesuch ist die Wartezeit viel zu lang und die Zeit beim Arzt viel zu kurz	75	76	73	78	79	70
Ärzte erklären meist nicht ausreichend, warum sie ein bestimmtes Medikament verordnen	48	51	46	53	52	42
Ärzte greifen zu schnell zum Rezeptblock	40	42	38	44	44	34
Es ist schon vorgekommen, dass ich ein vom Arzt verschriebenes Medikament gar nicht eingenommen habe	29	30	28	32	34	24
Alternative Selbstmedikation:						
Für die meisten Beschwerden braucht es keinen Arztbesuch, es gibt genug rezeptfreie, frei verkäufliche Arznei- und Heilmittel, mit denen man sich selbst behandeln kann	59	62	56	70	67	48
Wegen der hohen Zuzahlung lohnt das Rezept vom Arzt oft nicht mehr	58	59	58	51	67	54
Ich gehe erst dann zum Arzt, wenn rezeptfreie Mittel nicht geholfen haben	55	57	52	60	64	44
Beim Kauf von rezeptfreien, frei verkäuflichen Arznei- und Heilmitteln lasse ich mir gern die Wirksamkeit noch einmal vom Arzt bestätigen	36	29	41	26	33	42
Ich war schon mal beim **Heilpraktiker**	15	10	20	7	15	19
Aussagen zum Heilpraktiker:						
stimme voll und ganz/weitgehend zu						
Es gefällt mir eigentlich gut, dass die Heilpraktiker mit Naturheilmitteln arbeiten	79	72	85	72	80	81
Wenn ich schon einen Gesundheits-Fachmann aufsuche, soll es auch ein richtiger Arzt, kein Heilpraktiker sein	68	73	64	70	63	71
Heilpraktiker haben schon vielen Leuten geholfen, bei denen der Arzt nicht mehr weiter wusste	56	51	60	49	61	55
Ich bin bei Heilpraktikern misstrauisch, da es darunter viele Scharlatane gibt	55	62	48	53	52	58
Ich würde gern zum Heilpraktiker gehen, wenn die Krankenkasse das bezahlen würde	43	34	50	40	46	41

Einstellungen zu aut idem

Wünschenswert für über 80 Prozent ist, genau **das verschriebene bzw. ein bewährtes Mittel** zu bekommen, dennoch findet „aut idem“* – gleiche Wirksamkeit vorausgesetzt – bei zwei von drei grundsätzliche **Akzeptanz**.

Angesichts „aut idem“ auf **OTC-Präparate** auszuweichen, ist nur für jeden Vierten denkbar. Die verschreibungspflichtigen Mittel sind ohnehin größtenteils nicht durch OTC zu ersetzen.

**) Aut idem ist lateinisch und heißt „oder das Gleiche“. Damit ist der Austausch eines Arzneimittels gegen ein anderes wirkstoffgleiches Arzneimittel gemeint. Diesen Austauschvorgang nennt man auch Substitution. Die neue Gesetzgebung (AABG) bezeichnet mit aut idem den Austausch eines teuren Arzneimittels durch ein preisgünstiges wirkstoffgleiches Präparat aus dem unteren Preisdrittel.*

Strukturen

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29	30-49	50+
Basis	2.517	1.203	1.314	503	893	1.121
	%	%	%	%	%	%
Einstellungen zu aut idem:						
stimme voll und ganz/weitgehend zu						
Wenn mir mein Arzt ein Mittel verschreibt, möchte ich auch genau dieses Mittel von der Apotheke bekommen	88	89	87	84	87	91
Bei einem Mittel, das mir gut geholfen hat, würde ich den Arzt bitten, dass er auf dem Rezept einen Austausch des Präparats untersagt	81	81	82	74	81	85
Es ist mir egal, wie das Mittel heißt, wenn es genau so gut wirkt wie das verschriebene	66	67	65	74	68	60
Statt irgendwelche Mittel zu nehmen, die der Apotheker für mich aussucht, würde ich mir dann lieber selbst Mittel kaufen, die nicht verschreibungspflichtig sind	27	27	27	23	32	25

Einstellungen zu Reimporten

Reimporte finden bei 85 % der Befragten **Akzeptanz**, nur jeder Vierte ist skeptisch. Dabei ist der Patient sehr daran interessiert, durch niedrigere Zuzahlung an den so erreichten Einsparungen der Krankenkasse zu partizipieren.

Strukturen

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29	30-49	50+
Basis	2.517	1.203	1.314	503	893	1.121
	%	%	%	%	%	%
Einstellungen zu Reimporten:						
stimme voll und ganz/weitgehend zu						
Wenn die Krankenkasse durch Reimporte spart, sollte auch die Zuzahlung der Patienten in diesen Fällen niedriger sein	95	95	95	96	95	94
Ich habe nichts gegen Reimporte, wenn die Präparate wirklich die gleichen sind	85	87	84	91	89	80
Bei Medikamenten, die ich aus eigener Tasche bezahle, nehme ich gern den billigeren Reimport	71	73	68	80	77	61
Gegenüber Reimporten bin ich grundsätzlich skeptisch	28	27	29	18	26	34

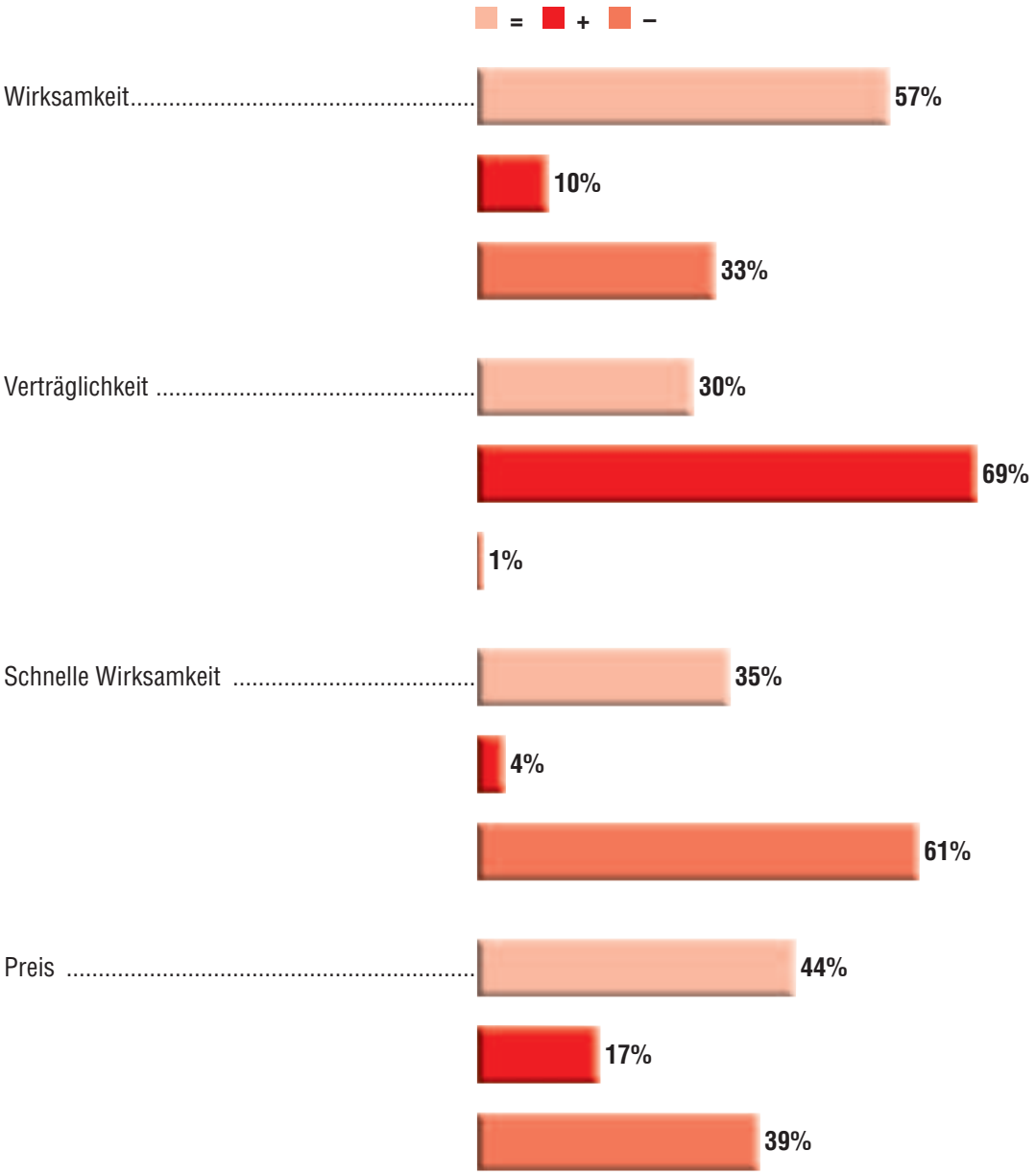
Rezeptfreie Arznei- und Heilmittel (OTC) – Einstellungen –

Für zwei von drei Befragten ist die Selbstmedikation eine echte Alternative zum Arztbesuch. Eben so viele billigen OTC-Präparaten die **gleiche Wirksamkeit** wie verschreibungspflichtigen Mitteln zu.

Produkten auf **pflanzlicher** Basis wird gegenüber **chemischen** Präparaten überwiegend gleich gute, jedoch langsamere Wirksamkeit bei besserer Verträglichkeit zugemessen. Im Preisniveau erscheinen sie gleich oder teurer, jedenfalls nicht billiger als Mittel auf Chemie-Basis. Was Wirksamkeit und Verträglichkeit betrifft, haben Frauen von pflanzlichen Mitteln eine bessere Meinung als Männer.

Generika zu niedrigeren Preisen sind bei drei Viertel aller Befragten willkommen, allerdings äußert jeder Zweite auch Skepsis gegenüber solchen Nachahmerprodukten.

Pflanzliche Präparate im Vergleich zu chemischen Präparaten



Strukturen

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29	30-49	50+
Basis	2.517	1.203	1.314	503	893	1.121
	%	%	%	%	%	%
Meinungen zu OTC und verschreibungspflichtigen Medikamenten:						
stimme voll und ganz/weitgehend zu						
frei verkäufliche Medikamente sind genau so wirksam wie verschreibungspflichtige	60	56	63	61	63	57
frei verkäufliche Medikamente haben weniger Nebenwirkungen als verschreibungspflichtige	42	45	40	42	46	39
ich habe mit frei verkäuflichen Medikamenten bessere Erfahrungen als mit rezeptpflichtigen gemacht	25	25	26	28	28	23
Mittel auf pflanzlicher Basis sind gegenüber vergleichbaren chemischen Präparaten…						
gleich wirksam	57	53	61	63	57	56
wirksamer	10	8	11	9	9	10
weniger wirksam	33	39	28	28	34	34
gleich verträglich	30	33	27	35	29	28
besser verträglich	69	65	72	64	69	70
weniger verträglich	1	2	1	2	2	1
gleich schnell wirksam	35	33	37	40	34	34
schneller wirksam	4	4	4	3	4	5
langsamer wirksam	61	63	58	57	62	61
im Preisniveau gleich	44	43	44	44	46	42
billiger	17	19	15	16	16	17
teurer	39	38	41	39	38	41
Meinungen zu Generika:						
stimme voll und ganz/weitgehend zu						
Ich bin nicht bereit, für die Marke zu bezahlen, wenn ich ein identisches Präparat billiger bekommen kann	74	73	74	76	76	71
Gegenüber preiswerten Nachahmerprodukten bekannter und bewährter Präparate bin ich skeptisch	50	50	50	41	45	59

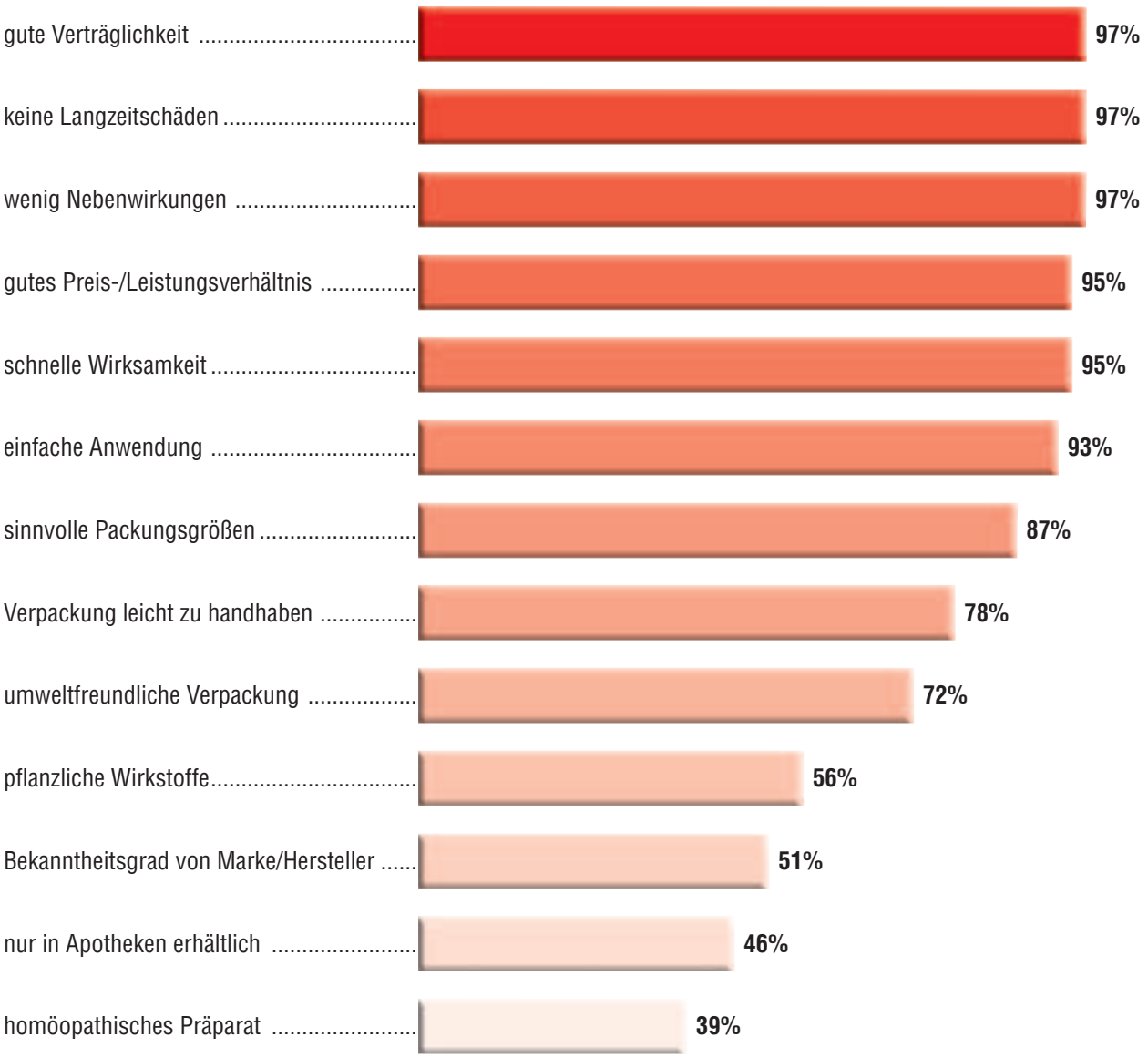
– Einstellungen –

Verträglichkeit und Freiheit von schädigenden Stoffen sind höchst **wichtige Anforderungen** an **OTC-Präparate**, ebenso wie eine schnelle Wirksamkeit. Ein gutes Preis/-Leistungsverhältnis und eine einfache Anwendung sind ebenfalls von höchstem Belang. Die Verpackung soll umweltfreundlich und leicht zu handhaben sein, die Packung weder zu groß noch zu klein.

Pflanzliche Präparate wünscht sich jeder Zweite, für ebenso viele ist ein renommierter Hersteller wichtig. Nahezu die Hälfte legt Wert auf Apothekenpflicht oder möchte ein homöopathisches Produkt. Frauen votieren verstärkt für Umweltfreundlichkeit, pflanzliche oder homöopathische Präparate. Die Anforderungen an OTC-Präparate steigen nahezu durchgängig mit zunehmendem Alter.

Die große Mehrheit ist bei OTC-Produkten **markentreu,** doch jeder Fünfte probiert auch gerne mal etwas Neues aus.

Bei OTC-Präparaten ist sehr wichtig/wichtig:



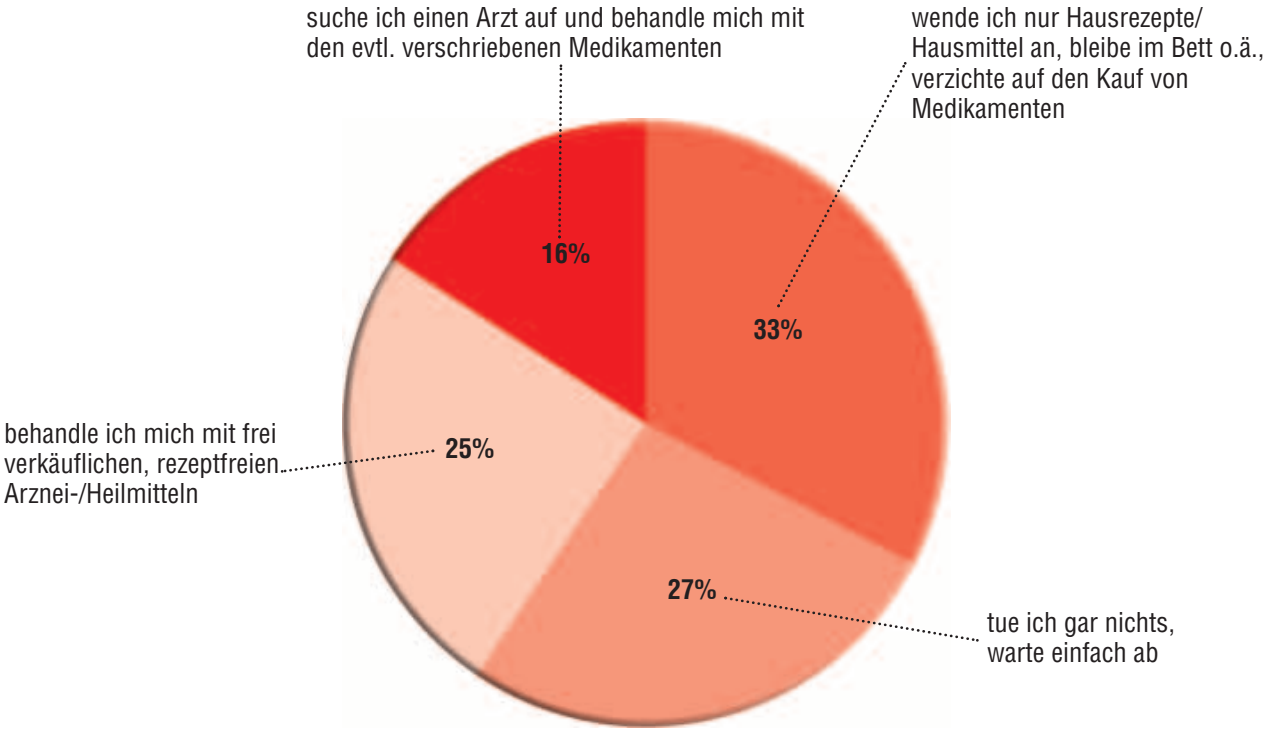
Strukturen

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29	30-49	50+
Basis	2.517	1.203	1.314	503	893	1.121
	%	%	%	%	%	%
Bei OTC-Präparaten ist sehr wichtig/wichtig:						
gute Verträglichkeit	97	97	98	97	97	98
keine Langzeitschäden	97	97	98	97	98	97
wenig Nebenwirkungen	97	96	98	97	98	98
gutes Preis-/Leistungsverhältnis	95	94	96	94	95	95
schnelle Wirksamkeit	95	95	95	96	95	94
einfache Anwendung	93	92	94	91	93	94
sinnvolle Packungsgrößen	87	86	89	79	89	90
Verpackung leicht zu handhaben	78	76	79	68	77	82
umweltfreundliche Verpackung	72	66	77	64	74	73
pflanzliche Wirkstoffe	56	48	62	53	55	58
Bekanntheitsgrad von Marke/Hersteller	51	48	54	47	49	54
nur in Apotheken erhältlich	46	45	48	37	44	52
homöopathisches Präparat	39	33	45	32	39	43
Markentreue bei OTC-Präparaten						
Wenn ich mit dem Produkt eines Herstellers/einer Marke gute Erfahrungen gemacht habe, dann versuche ich beim nächsten Mal, genau diese Marke wieder zu bekommen	82	82	82	72	79	88
Ich wechsle öfter die Marke, probiere was Neues aus, lasse mir etwas Neues empfehlen	18	19	18	28	21	12

Verhalten bei gesundheitlichen Beschwerden

Zu Beginn leichter Erkrankungen versucht jeder Dritte es zunächst mit Hausrezepten ohne Medikamente. Jeder Vierte unternimmt gar nichts, sondern wartet ab. Ebenfalls jeder Vierte greift zu OTC-Präparaten, und jeder Sechste geht gleich zum Arzt. Frauen und Ältere suchen eher den Arzt auf als Männer und Jüngere. Die Medikation mit OTC ist bei Unter-50-Jährigen häufiger, bei Männern und Frauen generell in etwa gleichem Maße üblich.

Zu Beginn leichter Erkrankungen…



Strukturen

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29	30-49	50+
Basis	2.517	1.203	1.314	503	893	1.121
	%	%	%	%	%	%
Zu Beginn leichter Erkrankungen…						
wende ich nur Hausrezepte/Hausmittel an, bleibe im Bett o. ä., verzichte auf den Kauf von Medikamenten	33	30	35	28	33	34
tue ich gar nichts, warte einfach ab	27	34	21	35	28	23
behandle ich mich mit frei verkäuflichen, rezeptfreien Arznei- / Heilmitteln	25	23	26	27	28	21
suche ich einen Arzt auf und behandle mich mit den evtl. verschriebenen Medikamenten	16	13	18	10	11	22

Auftreten von Beschwerden

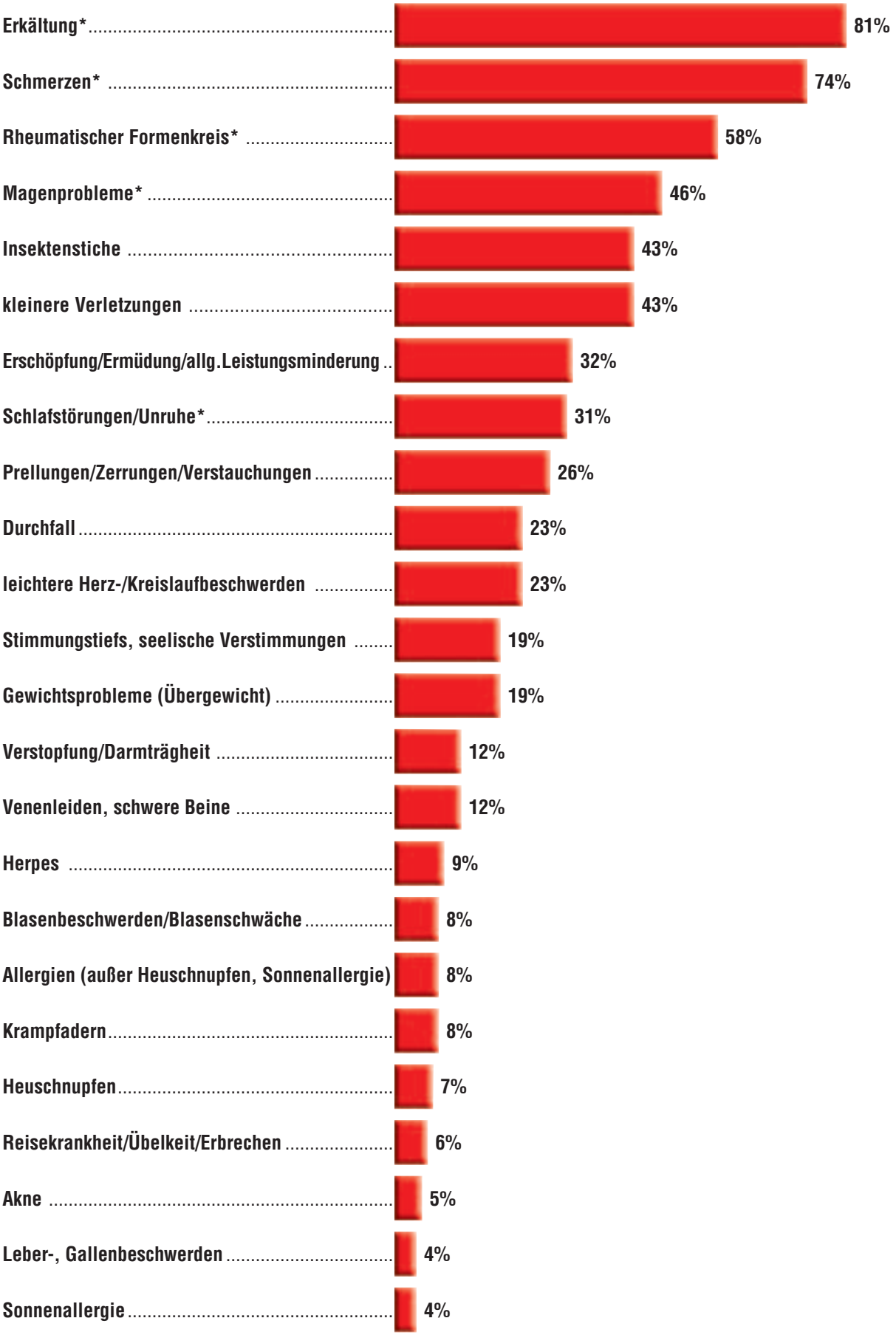
So gut wie alle Befragten haben in den letzten 12 Monaten unter mindestens einer der im Test erfassten 36 **Beschwerden gelitten**. Fasst man die Einzelsymptome zusammen, so steht an der Spitze der Erkrankungen die Erkältung (hauptsächlich: Schnupfen), gefolgt von Schmerzen verschiedener Art (dominierend: Kopfschmerzen). Stark verbreitet sind auch Beschwerden des rheumatischen Formenkreises, und fast die Hälfte hatte Probleme mit dem Magen.
Frauen sind fast durchgängig von gesundheitlichen Problemen stärker betroffen als Männer. Besonders deutlich ist die Differenz z. B. bei Beschwerden wie Kopfschmerzen und Migräne, Unruhezuständen, Stimmungstiefs oder Schlafstörungen. Die Ausnahme bilden so genannte „Sportverletzungen".

Eine Vielzahl von Beschwerden, wie Krankheiten des rheumatischen Formenkreises, Herzbeschwerden, Schlafstörungen, Venenleiden und Krampfadern, Blasenbeschwerden und Darmträgheit ist bei Über-50-Jährigen stärker vertreten als bei Personen unter 50 Jahren.

Bei Unter-30-Jährigen handelt es sich dagegen eher um Erkältungssymptome, Sportverletzungen, Zahnschmerzen, Hautkrankheiten und Allergien.

Deutlich häufiger treten Kopfschmerzen bei der mittleren Altersgruppe auf als bei Jüngeren und Älteren. Magenprobleme sind hier in ähnlichem Maße vertreten wie bei Über-50-Jährigen.

Beschwerden, die in den letzten 12 Monaten aufgetreten sind:



*) mind. 1 der Symptome – vgl. dazu Tabelle Seite 36/37

Strukturen

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29	30-49	50+
Basis	2.517	1.203	1.314	503	893	1.121
	%	%	%	%	%	%
Beschwerden, die in den letzten 12 Monaten aufgetreten sind:						
Erkältung*	81	78	84	85	81	80
– Schnupfen	71	67	74	76	71	67
– Husten	61	57	64	67	59	59
– Grippaler Infekt	55	50	59	58	55	53
– Halsschmerzen	50	45	55	58	51	46
Schmerzen*	74	64	83	76	80	68
– Kopfschmerzen	67	57	76	67	72	63
– Zahnschmerzen	23	23	23	28	25	19
– Menstruationsschmerzen (Basis nur Frauen)	14	-	27	29	18	4
– Migräne	11	4	17	9	12	11
Rheumatischer Formenkreis*	58	56	60	39	52	72
– Rückenschmerzen	42	39	45	22	37	55
– Muskel-, Glieder-, Gelenkschmerzen	40	39	41	29	35	49
– Rheumatische Beschwerden	16	13	19	2	6	30
– Ischias, Hexenschuss	11	11	11	2	7	18
Magenprobleme*	46	45	46	39	45	49
– Völlegefühl, Blähungen	24	24	25	17	25	28
– Magenschmerzen	24	22	27	23	24	25
– Sodbrennen	22	23	20	13	22	25
Insektenstiche	43	37	48	53	46	37
kleinere Verletzungen	43	46	40	53	45	38
Erschöpfung/Ermüdung/allg.Leistungsminderung	32	26	37	25	28	38

*) mind. 1 der Symptome

Strukturen

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29	30-49	50+
Basis	2.517	1.203	1.314	503	893	1.121
	%	%	%	%	%	%
Beschwerden, die in den letzten 12 Monaten aufgetreten sind:						
Schlafstörungen/Unruhe*	31	22	39	19	25	42
– Schlafstörungen	22	15	28	9	15	32
– Unruhe, Nervosität	21	14	27	15	18	26
Prellungen/Zerrungen/Verstauchungen	26	32	21	43	28	18
Durchfall	23	22	25	26	24	22
leichtere Herz-/Kreislaufbeschwerden	23	18	26	7	12	38
Stimmungstiefs, seelische Verstimmungen	19	12	25	14	18	22
Gewichtsprobleme (Übergewicht)	19	14	23	15	19	20
Verstopfung/Darmträgheit	12	8	16	8	8	18
Venenleiden, schwere Beine	12	6	18	2	6	21
Herpes	9	6	12	14	9	7
Blasenbeschwerden/Blasenschwäche	8	6	11	3	4	14
Allergien (außer Heuschnupfen, Sonnenallergie)	8	5	11	11	9	6
Krampfadern	8	3	12	1	3	15
Heuschnupfen	7	5	8	8	8	5
Reisekrankheit/Übelkeit/Erbrechen	6	4	8	10	6	4
Akne	5	5	4	16	3	1
Leber-, Gallenbeschwerden	4	4	4	0	3	8
Sonnenallergie	4	1	7	6	4	4

*) mind. 1 der Symptome

Verwendung von OTC-Präparaten gegen Beschwerden

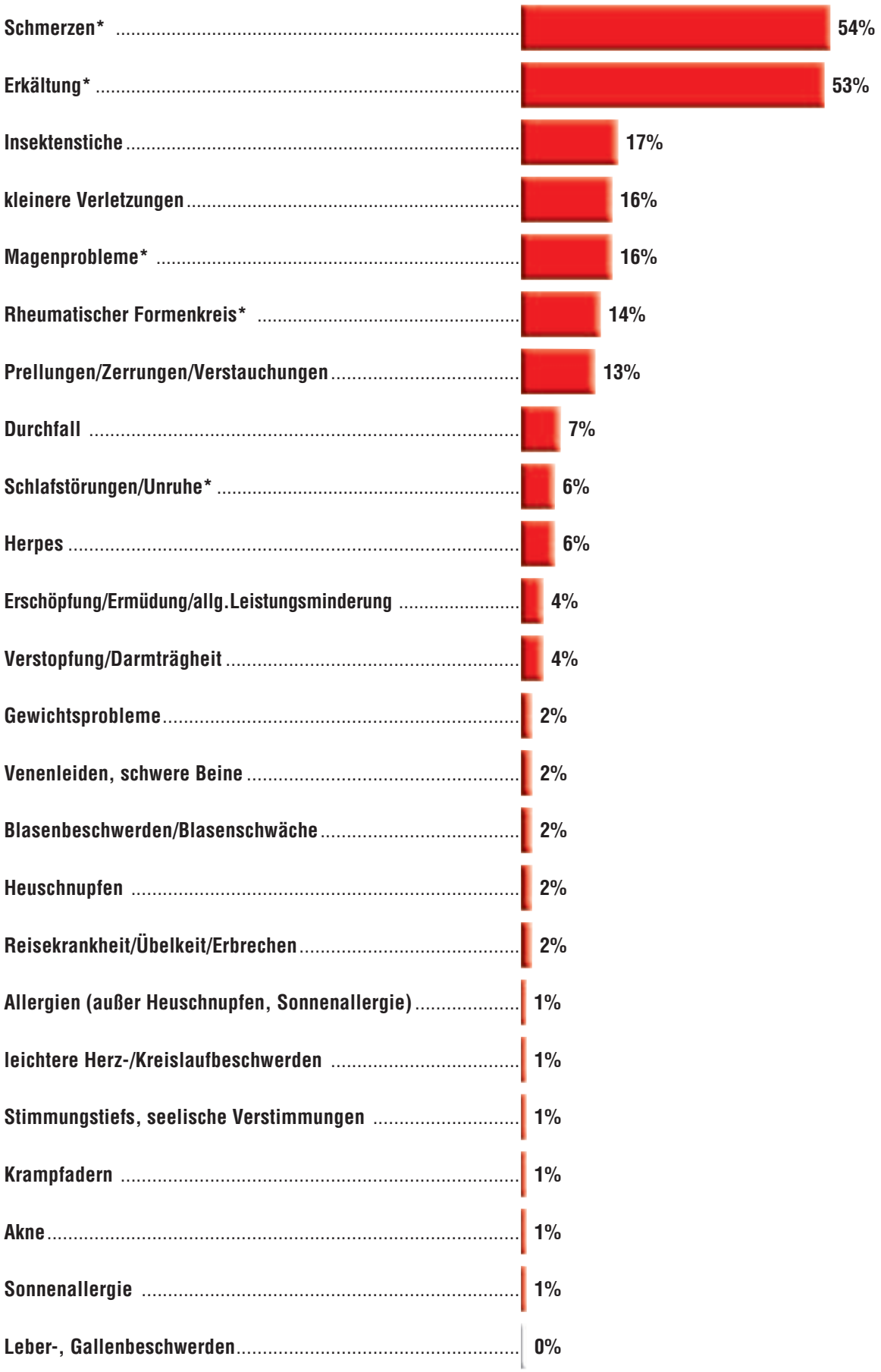
Vier von fünf Befragten haben in den vergangenen 12 Monaten gegen mindestens eine der im Test erfassten 36 Beschwerden **OTC-Präparate verwendet**.

Die bedeutendsten Bereiche sind dabei Mittel gegen Schmerzen und/oder Erkältungssymptome. Gut jeder Zweite hat in den letzten 12 Monaten entsprechende Präparate verwendet.

Dabei wird die Schmerzmittelverwendung durch die Indikation Kopfschmerzen dominiert. Medikamente gegen Schnupfen nahm jeder Dritte, gegen Halsschmerzen, Husten oder Grippalen Infekt jeder Vierte. Rund jeder Sechste hat bei Magenbeschwerden, Beschwerden des rheumatischen Formenkreises, Sportverletzungen oder gegen Insektenstiche zu rezeptfreien Medikamenten gegriffen.

Es mag zunächst erstaunlich erscheinen, dass die OTC-Verwendung bei manchen recht stark vertretenen Beschwerden nicht noch deutlich höher liegt. Hierzu muss man sehen, welche **Art der Medikation** die Betroffenen jeweils gewählt haben. So wird deutlich, dass z.B. beim *Grippalen Infekt* der Schwerpunkt bei der Verschreibung liegt, während man bei *Halsschmerzen* vorzugsweise zu OTC greift. *Kopfschmerzen* veranlassen kaum zum Arztbesuch: hier ist die Selbstmedikation eindeutig das Mittel der Wahl. Für Probleme des Rheumatischen Formenkreises ist erkennbar: *Rücken-* und *Muskelschmerzen* werden vielfach einfach ignoriert. Kaum zu ignorieren sind dagegen *Rheumatische Beschwerden*, *Ischias* oder *Hexenschuss*, hier geht die große Mehrheit zum Arzt (vielleicht, um sich dort eine Spritze geben zu lassen). Was den Magen betrifft, so bleibt das *Völlegefühl* bislang überwiegend unbehandelt, dagegen nimmt bei *Sodbrennen* jeder Zweite OTC-Präparate (siehe Seite 42).

In den letzten 12 Monaten wurde OTC verwendet gegen…



*) mind. 1 der Symptome – vgl. dazu Tabelle Seite 40/41

Strukturen

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29	30-49	50+
Basis	2.517	1.203	1.314	503	893	1.121
	%	%	%	%	%	%
In den letzten 12 Monaten wurde OTC verwendet gegen…						
Schmerzen*	54	46	61	57	62	46
– Kopfschmerzen	51	43	58	53	58	44
– Zahnschmerzen	7	7	8	8	9	5
– Menstruationsschmerzen (Basis nur Frauen)	5	0	10	10	8	1
– Migräne	4	1	6	3	5	4
Erkältung*	53	49	57	56	56	50
– Schnupfen	31	28	33	33	34	27
– Husten	26	24	28	28	28	24
– Grippaler Infekt	22	20	25	25	25	19
– Halsschmerzen	26	23	30	29	29	23
Insektenstiche	17	14	20	24	19	12
kleinere Verletzungen	16	19	14	24	16	13
Magenprobleme*	16	17	15	8	16	20
– Völlegefühl, Blähungen	4	5	4	2	4	6
– Magenschmerzen	5	5	6	4	6	6
– Sodbrennen	10	12	9	5	10	13
Rheumatischer Formenkreis*	14	14	15	11	12	18
– Rückenschmerzen	6	6	7	4	5	8
– Muskel-, Glieder-, Gelenkschmerzen	10	10	9	9	8	11
– Rheumatische Beschwerden	2	2	3	1	1	4
– Ischias, Hexenschuss	2	2	2	0	1	3

*) mind. 1 der Symptome

Strukturen

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29	30-49	50+
Basis	2.517	1.203	1.314	503	893	1.121
	%	%	%	%	%	%
In den letzten 12 Monaten wurde OTC verwendet gegen…						
Prellungen/Zerrungen/Verstauchungen	13	16	10	22	14	8
Durchfall	7	7	7	9	8	7
Herpes	6	3	8	9	6	4
Schlafstörungen/Unruhe*	6	3	8	2	4	9
– Schlafstörungen	4	2	6	2	2	7
– Unruhe, Nervosität	2	1	3	1	2	3
Erschöpfung/Ermüdung/allg. Leistungsminderung	4	2	5	2	3	5
Verstopfung/Darmträgheit	4	2	6	2	2	6
Gewichtsprobleme	2	0	3	2	2	2
Venenleiden, schwere Beine	2	1	3	0	1	4
Blasenbeschwerden/Blasenschwäche	2	1	2	1	0	3
Heuschnupfen	2	1	3	2	2	1
Reisekrankheit/Übelkeit/Erbrechen	2	1	2	3	1	1
leichtere Herz-/Kreislaufbeschwerden	1	1	2	1	1	2
Stimmungstiefs, seelische Verstimmungen	1	1	2	1	1	1
Allergien (außer Heuschnupfen, Sonnenallergie)	1	1	2	2	1	1
Krampfadern	1	0	1	0	0	1
Akne	1	1	2	6	0	0
Sonnenallergie	1	0	2	2	1	1
Leber-, Gallenbeschwerden	0	0	0	0	0	0

*) mind. 1 der Symptome

Art der Medikation

Basis jeweils: Beschwerden, die in den letzten 12 Monaten aufgetreten sind:	Verwendung von Medikamenten: Verschreibung/ Mittel vom **Arzt** %	**OTC** verwendet %	**Kein Mittel** verwendet %
Schmerzen	24	73	14
– Kopfschmerzen	13	76	13
– Menstruationsschmerzen (nur Frauen)	22	38	41
– Migräne	50	35	18
– Zahnschmerzen	23	31	47
Erkältung	48	65	14
– Halsschmerzen	30	52	21
– Schnupfen	19	43	39
– Husten	36	43	25
– Grippaler Infekt	56	41	11
Herpes	15	63	22
Prellungen/Zerrungen/Verstauchungen	24	48	28
Insektenstiche	4	39	57
kleinere Verletzungen	6	37	57
Magenprobleme	23	36	48
– Sodbrennen	14	48	39
– Magenschmerzen	33	22	46
– Völlegefühl, Blähungen	8	18	74
Akne	38	31	35
Durchfall	23	31	47
Sonnenallergie	27	31	43
Verstopfung/Darmträgheit	18	31	52
Heuschnupfen	48	28	25
Reisekrankheit/Übelkeit/Erbrechen	18	27	55
Rheumatischer Formenkreis	45	24	37
– Muskel-, Glieder-, Gelenkschmerzen	34	25	43
– Ischias, Hexenschuss	62	17	22
– Rückenschmerzen	40	15	47
– Rheumatische Beschwerden	68	14	19
Blasenbeschwerden/Blasenschwäche	60	19	23
Schlafstörungen/Unruhe	25	18	60
– Schlafstörungen	25	20	55
– Unruhe, Nervosität	21	10	70
Venenleiden, schwere Beine	48	17	37
Allergien (außer Heuschnupfen, Sonnenallergie)	58	14	31
Erschöpfung/Ermüdung/allg. Leistungsminderung	20	11	70
Gewichtsprobleme (Übergewicht)	3	10	87
Krampfadern	50	8	45
Stimmungstiefs, seelische Verstimmungen	24	7	70
leichtere Herz-/Kreislaufbeschwerden	69	5	27
Leber-, Gallenbeschwerden	66	5	29
Nettowert alle Beschwerden	**68**	**84**	**4**

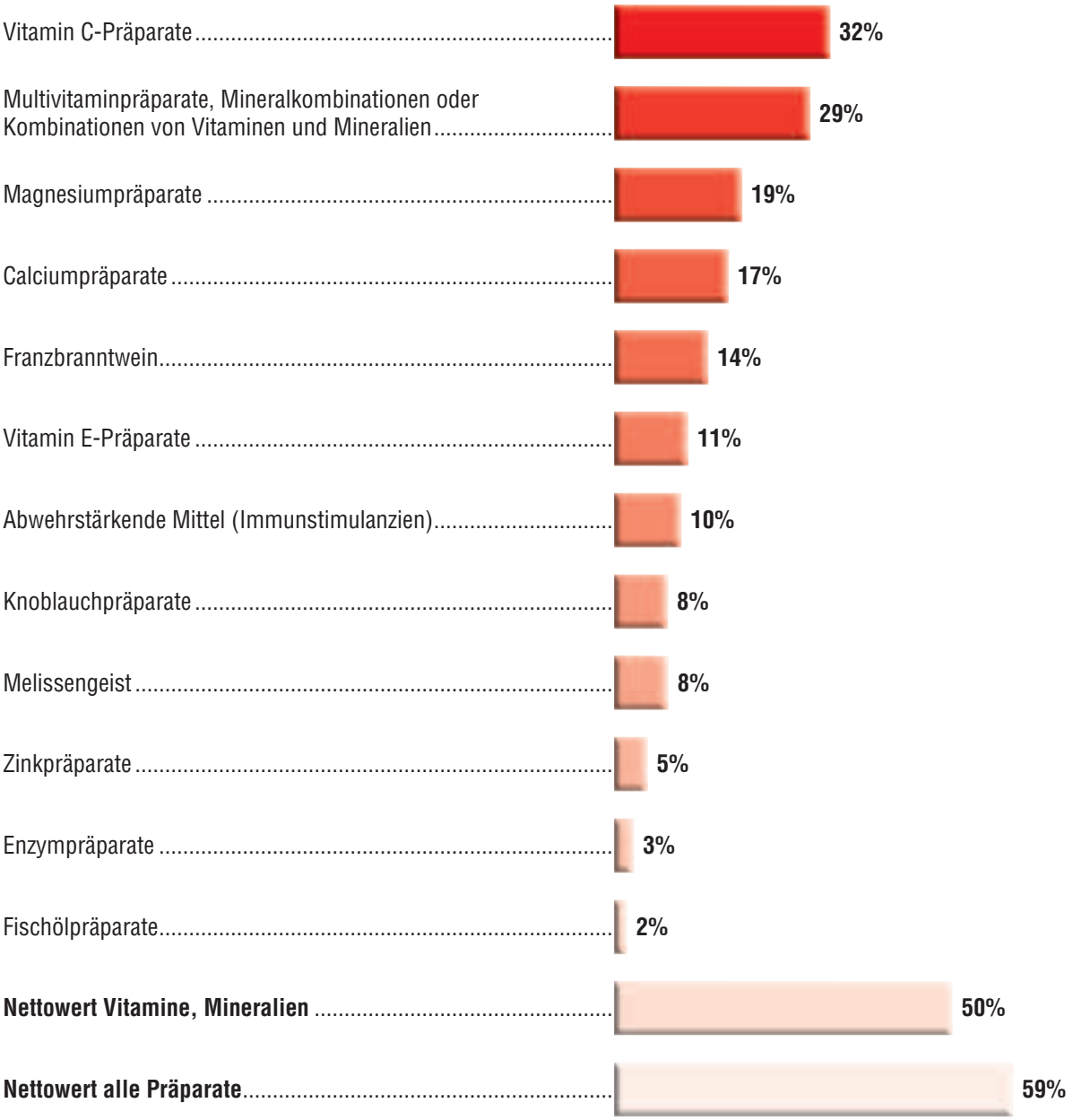
Verwendung von nahrungsergänzenden Mitteln und vorbeugenden Präparaten

Ohne Anbindung an Beschwerden wurde die **Verwendung** von **nahrungsergänzenden Mitteln und vorbeugenden Präparaten** erfasst. Danach hat in den letzten 12 Monaten jeder Zweite Vitamine oder Mineralien verwendet.

Alle Präparate, mit Ausnahme von Knoblauch, werden von Frauen stärker als von Männern verwendet, eine besondere Vorliebe besteht dabei für Vitamin C, Multivitamine oder Kombipräparate und Calcium.

Diese beliebten Präparate sowie Zinkpräparate und Enzyme werden in allen Altersstufen gleichermaßen verwendet. Bei Magnesium, Vitamin E und Immunstimulanzien gibt es einen sukzessiven Anstieg mit dem Alter, während Franzbranntwein, Melissengeist und Knoblauchpräparate ihren Verwendungsschwerpunkt deutlich bei den Über-50-Jährigen haben.

In den letzten 12 Monaten verwendet: nahrungsergänzende Mittel und vorbeugende Präparate



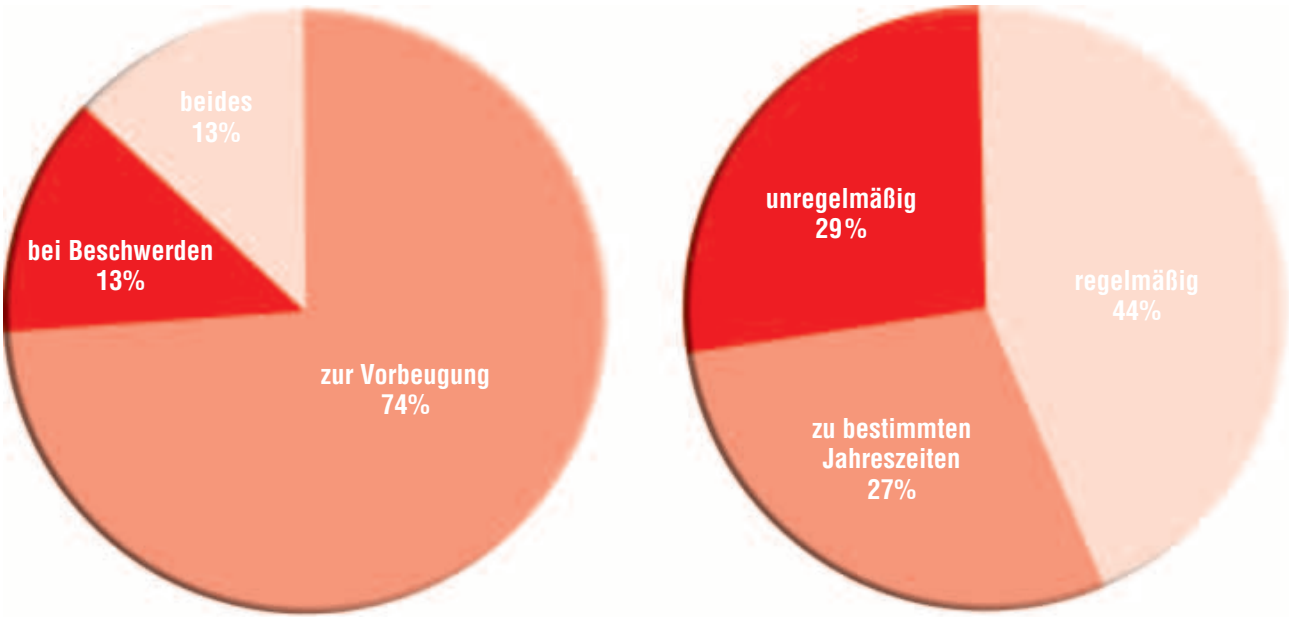
Strukturen

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29	30-49	50+
Basis	2.517	1.203	1.314	503	893	1.121
	%	%	%	%	%	%
In den letzten 12 Monaten verwendet:						
Nahrungsergänzende Mittel und vorbeugende Präparate						
Vitamin C-Präparate	32	27	37	34	32	31
Multivitaminpräparate, Mineralkombinationen oder Kombinationen von Vitaminen und Mineralien	29	25	34	30	29	29
Magnesiumpräparate	19	15	22	16	17	21
Calciumpräparate	17	13	21	17	17	18
Franzbranntwein	14	13	14	8	9	20
Vitamin E-Präparate	11	8	13	7	11	13
Abwehrstärkende Mittel (Immunstimulanzien)	10	8	12	8	10	12
Knoblauchpräparate	8	10	7	1	4	15
Melissengeist	8	6	11	2	3	16
Zinkpräparate	5	3	7	4	5	6
Enzympräparate	3	3	3	3	3	4
Fischölpräparate	2	1	2	1	1	3
Nettowert Vitamine, Mineralien	**50**	**41**	**57**	**49**	**48**	**51**
Nettowert alle „Vorbeugenden“	**59**	**51**	**66**	**52**	**54**	**66**

Verwendung von nahrungsergänzenden Mitteln und vorbeugenden Präparaten – Anlässe und Verwendungsrhythmus –

Generell werden Vitamine und Mineralien überwiegend **zur Vorbeugung** eingesetzt. Allenfalls Magnesium und Zink finden zu einem gewissen Anteil Verwendung beim Auftreten von Beschwerden. Knoblauchpräparate und Immunstimulanzien dienen ebenfalls der Vorbeugung, während Franzbranntwein und Melissengeist vornehmlich im Falle von Beschwerden Anwendung finden.

Verwendung von Vitaminen und Mineralien



– Anlässe und Verwendungsrhythmus –

Basis: jeweils Verwender	Verwendungsrhythmus regelmäßig %	zu bestimmten Jahreszeiten %	unregelmäßig, gelegentlich %
Multivitaminpräparate, Mineralkombinationen oder Kombinationen von Vitaminen und Mineralien	51	24	25
Vitamin E-Präparate	49	18	33
Magnesiumpräparate	46	14	40
Calciumpräparate	46	21	33
Zinkpräparate	42	28	30
Vitamin C-Präparate	34	42	25
Vitamine und Mineralpräparate			
Summe alle Verwender	**44**	**27**	**29**

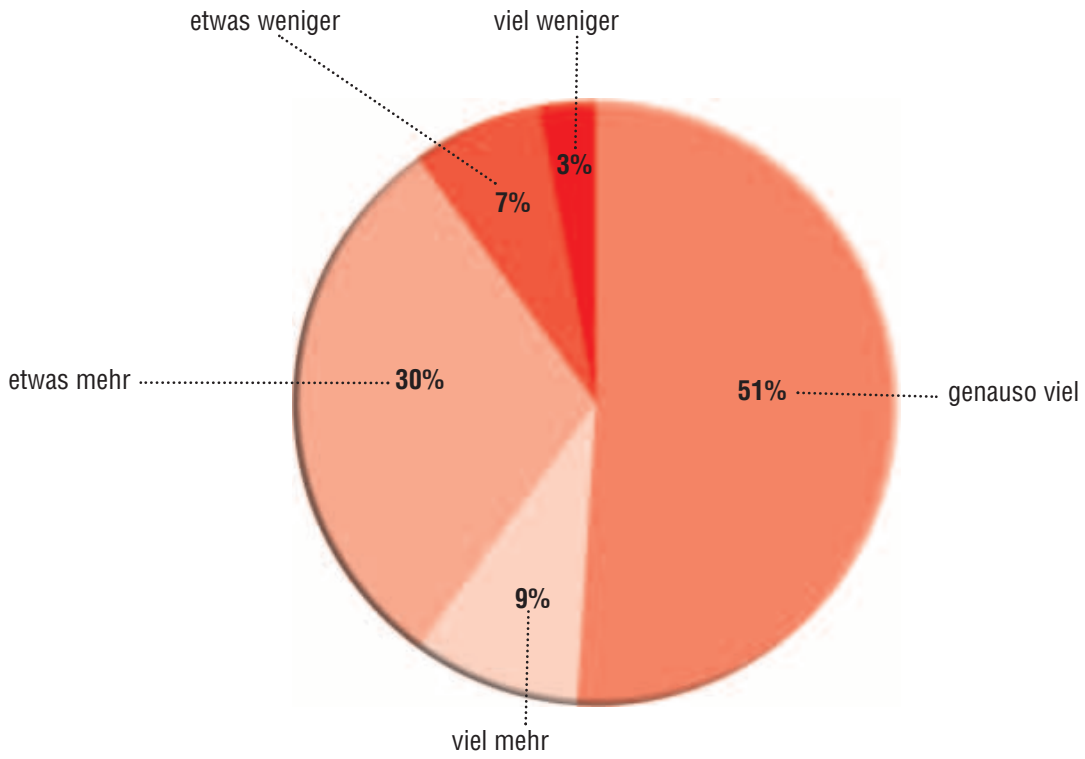
	Verwendungsanlass zur Vorbeugung %	bei Beschwerden %	beides %
Multivitaminpräparate, Mineralkombinationen oder Kombinationen von Vitaminen und Mineralien	82	7	12
Vitamin E-Präparate	80	9	12
Calciumpräparate	75	12	14
Vitamin C-Präparate	73	14	13
Zinkpräparate	68	23	9
Magnesiumpräparate	65	22	13
Vitamine und Mineralpräparate			
Summe alle Verwender	**74**	**13**	**13**
Weitere Präparate			
Knoblauchpräparate	87	3	11
Abwehrstärkende Mittel (Immunstimulanzien)	63	27	11
Melissengeist	37	52	11
Franzbranntwein	18	71	11
Enzympräparate*			
Fischölpräparate*			
Summe alle Verwender	**48**	**40**	**12**

*) zu geringe Basisfallzahl

Ausgaben für OTC-Präparate

Vier von zehn Befragten – insbesondere Frauen und Ältere – geben heute mehr für OTC-Produkte aus als noch vor 1–2 Jahren. Man wendet im Schnitt rund 11 Euro auf. Frauen geben etwas mehr aus als Männer und die Ausgaben steigen mit dem Alter.

OTC-Ausgaben heute im Vergleich zu vor 1 bis 2 Jahren



Durchschnittliche monatliche Ausgaben: € 11,–

Strukturen

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29	30-49	50+
Basis	2.517	1.203	1.314	503	893	1.121
(ohne Angaben: bereinigt)	%	%	%	%	%	%
Monatliche Haushalts-Ausgaben für OTC						
keine	9	12	6	13	6	9
bis € 5	24	26	23	32	25	21
€ 6 - 10	25	24	27	25	27	24
€ 11 - 15	14	13	15	12	15	15
€ 16 - 25	16	16	17	11	17	17
€ 26 +	11	10	13	7	10	14
Durchschnitt €	**11**	**10**	**12**	**7**	**11**	**13**
OTC-Ausgaben heute im Vergleich zu vor 1 bis 2 Jahren						
genau so viel	51	56	47	68	51	45
viel mehr	9	7	11	5	8	12
etwas mehr	30	26	33	20	31	33
mehr	**39**	**34**	**44**	**25**	**39**	**45**
etwas weniger	7	8	7	5	9	7
viel weniger	3	3	2	3	2	3
weniger	**10**	**10**	**9**	**7**	**11**	**10**

Einkaufsstätten für OTC-Präparate

Zur Ermittlung der Einkaufsstätten für OTC-Präparate wurden alle **Verwender von Mitteln gegen genannte Beschwerden** gefragt, wer im letzten Verwendungsfall das Mittel gekauft hat. Sofern das Mittel **selbst gekauft** wurde, schloss sich die Frage nach der Einkaufsstätte und nach dem Verhalten bei diesem Einkauf an.

Wegen der teilweise geringen Anzahl an OTC-Verwendern ergibt sich für eine Reihe von Indikationen eine zu geringe Basisfallzahl von Käufern, so dass hier keine Aussagen über Einkaufsstätte und Einkaufsverhalten gemacht werden können.

Einkaufsstätten für Nahrungsergänzer und vorbeugende Mittel

Hier spielt die Apotheke bei Immunstimulanzien eine dominierende Rolle. Mineral- und Knoblauchpräparate kauft dort jeder Zweite. Vitamine und Kombipräparate werden bereits mehrheitlich in anderen Geschäften gekauft. Für Franzbranntwein oder Melissengeist geht nur jeder Dritte in die Apotheke. Bei Multivitaminen und Kombipräparaten (tendenziell auch bei Magnesium und Vitamin E) hat der LEH eine stärkere Position als der Drogeriemarkt.

Einkaufsstätten für Mittel gegen Beschwerden

Bei den indikationsbezogenen Präparaten ist die Dominanz der Apotheke auf den ersten Blick sichtbar: Bei Schmerzmitteln gründet sie in der Apothekenpflicht. Doch auch Erkältungsmittel, reichlich im Angebot im Drogeriemarkt, werden überwiegend in der Apotheke gekauft. In der Summe aller angegebenen Einkaufsakte für Erkältungsmittel bringen es Drogeriemarkt und Super-/Verbrauchermarkt/Discounter gerade auf jeweils 5 %. Leicht höhere Anteile hält der Drogeriemarkt nur bei Mitteln gegen Sodbrennen und bei Schlaf- und Beruhigungsmitteln, sowie bei Mitteln gegen Insektenstiche und kleinere Verletzungen. Hier ist auch tendenziell der LEH relevant.

– Einkaufsstätten –

Nahrungsergänzende Mittel und vorbeugende Präparate

Basis: jeweils Käufer	Einkaufsstätte: Apotheke	Drogeriemarkt	Supermarkt, Verbrauchermarkt Discounter	anderes Geschäft
	%	%	%	%
Abwehrstärkende Mittel (Immunstimulanzien)	74	7	8	11
Zinkpräparate	56	19	19	6
Magnesiumpräparate	55	17	24	4
Knoblauchpräparate	52	22	19	8
Calciumpräparate	50	22	24	5
Vitamin C-Präparate	46	24	26	4
Vitamin E-Präparate	46	21	26	7
Multivitaminpräparate, Mineralkombinationen oder Kombinationen von Vitaminen und Mineralien	41	22	31	6
Franzbranntwein	37	36	24	4
Melissengeist	36	39	23	3
Enzympräparate*				
Fischölpräparate*				
Summe alle Einkaufsakte	**49**	**22**	**23**	**5**

*) zu geringe Basisfallzahl

– Einkaufsstätten –

Mittel gegen Beschwerden	Einkaufsstätte			
	Apotheke	Drogerie-markt	Supermarkt, Verbrauchermarkt Discounter	anderes Geschäft
Basis: jeweils Käufer	%	%	%	%
Schmerzen*	98	1	0	1
– Kopfschmerzen	99	1	0	1
– Zahnschmerzen	99	1	0	1
– Menstruationsschmerzen**				
– Migräne**				
Prellungen/Zerrungen/Verstauchungen	94	2	1	3
Herpes	94	3	3	1
Durchfall	93	2	3	2
Rheumatischer Formenkreis*	90	6	4	0
– Rückenschmerzen	93	4	3	0
– Muskel-, Glieder-, Gelenkschmerzen	87	8	5	1
– Ischias, Hexenschuss**				
– Rheumatische Beschwerden**				
Erkältung*	89	5	5	1
– Halsschmerzen	90	5	5	1
– Schnupfen	87	5	7	1
– Husten	86	6	6	2
– Grippaler Infekt	93	3	3	2
Magenprobleme*	84	8	7	1
– Sodbrennen	84	11	5	1
– Magenschmerzen**				
– Völlegefühl, Blähungen**				
Schlafstörungen/Unruhe*	79	11	8	2
– Schlafstörungen**				
– Unruhe, Nervosität**				
Insektenstiche	79	12	8	2
kleinere Verletzungen	65	20	13	2
Summe alle Einkaufsakte	**88**	**6**	**5**	**1**

*) Summe der Einkaufsakte aller Unterpunkte

**) zu kleine Basisfallzahlen für Einzeldarstellung
(gilt ebenfalls für hier nicht genannte Indikationen)

Verhalten beim Kauf von OTC-Präparaten

Einkaufsverhalten bei Nahrungsergänzern und vorbeugenden Mitteln

Im Schnitt gehen bei Nahrungsergänzern und vorbeugenden Präparaten vier von zehn Käufern mit einer gezielten Markenvorstellung ins Geschäft, ein Drittel entscheidet nach eigenem Urteil im Laden, und nur ein Viertel sucht Beratung.

Beratungsbedarf herrscht am ehesten bei Immunstimulanzien. Beim Kauf von Melissengeist, aber auch bei Knoblauchpräparaten, Franzbranntwein und Zinkpräparaten haben sich die Befragten überwiegend vor dem Kaufakt schon für eine bestimmte Marke entschieden. Die Kaufentscheidung für Vitamine und Kombipräparate sowie Franzbranntwein wird in relativ hohem Maße nach Durchsicht der im Geschäft angebotenen Marken getroffen.

Basis: jeweils Käufer	Kaufverhalten: gezielt verlangt %	beraten lassen %	umgesehen %
Melissengeist	61	10	29
Knoblauchpräparate	56	20	25
Franzbranntwein	54	9	38
Zinkpräparate	52	22	26
Abwehrstärkende Mittel (Immunstimulanzien)	47	41	12
Calciumpräparate	44	22	33
Magnesiumpräparate	42	25	33
Vitamin C-Präparate	41	21	38
Multivitaminpräparate, Mineralkombinationen oder Kombinationen von Vitaminen und Mineralien	35	26	39
Vitamin E-Präparate	32	30	38
Enzympräparate*			
Fischölpräparate*			
Summe alle Einkaufsakte	**43**	**23**	**33**

*) zu geringe Basisfallzahl

Einkaufsverhalten bei Mitteln gegen Beschwerden

Die Kaufentscheidung nach dem „Umsehen im Geschäft“ ist aufgrund der Apotheken-Dominanz bei Mitteln gegen Beschwerden nur wenig vertreten.

Trotz der guten Möglichkeit lässt sich aber im Schnitt auch nur jeder Dritte beraten – gut jeder Zweite verlangt sein Mittel ganz gezielt.

Dies gilt ganz besonders für Schmerzmittel: 80 % wissen hier, welches Mittel sie kaufen wollen. Auch Mittel gegen Sodbrennen und gegen Beschwerden des rheumatischen Formenkreises werden überwiegend gezielt gekauft. Das gilt auch für Herpesmittel und Durchfallmittel, wobei hier auch ein gewisser Beratungsbedarf besteht. Schnupfen- und Hustenmittel werden ebenfalls überwiegend gezielt verlangt, teilweise wählt man aber auch selbst aus dem Angebot im Geschäft. Bei Grippemitteln dagegen ist die Beratung von einiger Bedeutung, auch bei Halsschmerzmitteln lässt man sich vielfach beraten. Von allen Indikationen ist Beratung am ehesten bei Beruhigungs- und Schlafmitteln erwünscht; bei Kauf im Drogeriemarkt sieht man sich aber auch selbst um.

Basis: jeweils Käufer	Kaufverhalten: gezielt verlangt %	beraten lassen %	umgesehen %
Schmerzen*	80	20	1
– Kopfschmerzen	82	18	1
– Zahnschmerzen	79	22	0
– Menstruationsschmerzen**			
– Migräne**			
Prellungen/Zerrungen/Verstauchungen	59	36	5
Herpes	58	40	3
Magenprobleme*	58	32	10
– Sodbrennen	60	30	10
– Magenschmerzen**			
– Völlegefühl, Blähungen**			
Rheumatischer Formenkreis*	57	38	5
– Rückenschmerzen	64	33	4
– Muskel-, Glieder-, Gelenkschmerzen	52	42	6
– Ischias, Hexenschuss**			
– Rheumatische Beschwerden**			
Durchfall	55	42	3
Erkältung*	50	42	8
– Schnupfen	54	36	10
– Husten	52	39	10
– Halsschmerzen	48	45	7
– Grippaler Infekt	47	49	4
kleinere Verletzungen	46	30	24
Insektenstiche	42	44	13
Schlafstörungen/Unruhe*	31	55	14
– Schlafstörungen**			
– Unruhe, Nervosität**			
Summe alle Einkaufsakte	**56**	**36**	**8**

*) Summe der Einkaufsakte aller Unterpunkte

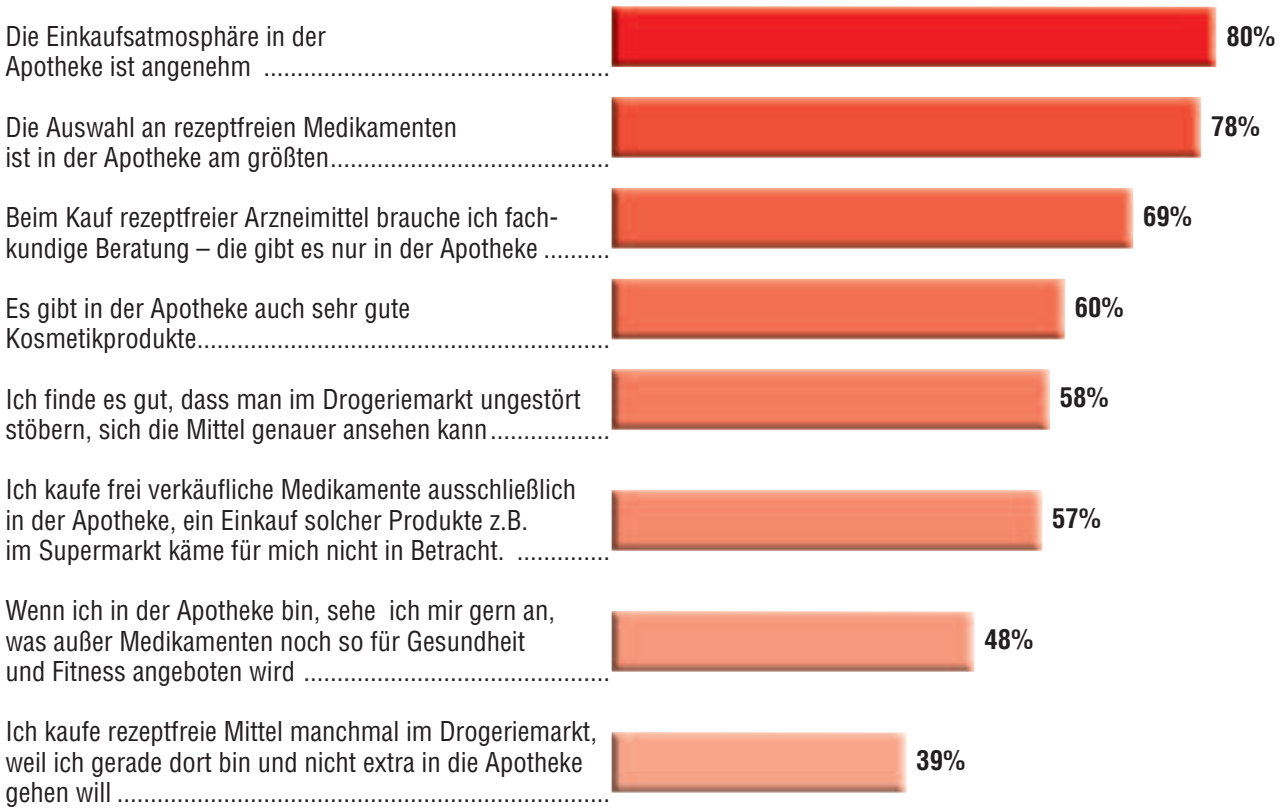
**) zu kleine Basisfallzahlen für Einzeldarstellung (gilt ebenfalls für hier nicht genannte Indikationen)

Meinungen zu Apotheke und Drogeriemarkt

Die große Mehrheit lobt an der Apotheke die angenehme Einkaufsatmosphäre und die große Auswahl an Präparaten, ebenso gefällt die fachkundige Beratung. Das Vertrauen in Apotheken-Präparate ist groß. Um die höhere Dosierung dieser Präparate weiß aber nur jeder Zweite, und so hält man vielfach Dromarkt-Produkte für genau so wirksam. Was die Preise betrifft, so gibt es auch Kritik an der Apotheke: Jeder Zweite findet sie zu teuer und ein Drittel der Befragten zieht aus Preisgründen beim OTC-Kauf den Drogeriemarkt vor. Dort lässt es sich übrigens auch besser ungestört stöbern.

Meinungen zu Apotheke und Drogeriemarkt:

stimme voll und ganz/weitgehend zu



Präparate:

Preise:

Strukturen

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29	30-49	50+
Basis	2.517	1.203	1.314	503	893	1.121
	%	%	%	%	%	%
Meinungen zu Apotheke und Drogeriemarkt						
stimme voll und ganz/weitgehend zu:						
Die Einkaufsatmosphäre in der Apotheke ist angenehm	80	75	85	73	79	85
Die Auswahl an rezeptfreien Medikamenten ist in der Apotheke am größten	78	74	80	78	75	79
Beim Kauf rezeptfreier Arzneimittel brauche ich fachkundige Beratung – die gibt es nur in der Apotheke	69	65	72	66	63	74
Es gibt in der Apotheke auch sehr gute Kosmetikprodukte	60	38	80	52	61	62
Ich finde es gut, dass man im Drogeriemarkt ungestört stöbern, sich die Mittel genauer ansehen kann	58	54	62	65	61	53
Ich kaufe frei verkäufliche Medikamente ausschließlich in der Apotheke, ein Einkauf solcher Produkte z.B. im Supermarkt käme für mich nicht in Betracht	57	54	59	52	55	61
Wenn ich in der Apotheke bin, sehe ich mir gern an, was außer Medikamenten noch so für Gesundheit und Fitness angeboten wird	48	34	61	42	49	51
Ich kaufe rezeptfreie Mittel manchmal im Drogeriemarkt, weil ich gerade dort bin und nicht extra in die Apotheke gehen will	39	36	42	40	43	36
Präparate:						
Rezeptfreie Mittel, die nur in der Apotheke verkauft werden dürfen, erscheinen mir vertrauenswürdiger als solche aus dem Supermarkt	71	68	74	68	66	76
Die Präparate in der Apotheke haben eine höhere Wirkstoff-Dosierung als Produkte, die man im Drogeriemarkt und Supermarkt kaufen kann.	50	47	52	47	49	51
Die rezeptfreien Mittel aus dem Drogeriemarkt sind genau so wirksam wie die aus der Apotheke	46	45	47	48	50	43
Preise:						
Die freiverkäuflichen Medikamente sind mir in der Apotheke zu teuer	52	51	52	54	54	49
Ich kaufe rezeptfreie Mittel im Drogeriemarkt, weil sie dort preiswerter sind als in der Apotheke	33	32	34	34	37	29
In der Apotheke wurde schon in Anspruch genommen:						
Beratung über Arznei- und Heilmittel, die man kaufen will	67	59	74	53	68	72
Beratung zu allgemeinen Gesundheitsfragen	30	23	37	16	27	39
Lieferservice	21	17	25	12	19	26
Blutdruckmessung	19	16	22	4	12	31
Ermittlung des Körpergewichts, Wiegen	13	12	15	11	12	15
Blutzucker-Test	8	7	9	3	5	12
Cholesterin-Test	6	6	7	1	5	10
anderes	1	1	2	1	2	1

Internet als Einkaufsstätte für OTC-Präparate

Die Zahl der **Internetkäufer** von Medikamenten – sei es OTC, seien es Verschreibungspflichtige – ist verschwindend gering. Grundsätzliche Bereitschaft zu solchem Kauf besteht indes bei jedem dritten Internetnutzer, bei Männern eher als bei Frauen und sinkend mit dem Lebensalter.

Für den Verzicht auf den Internetkauf gilt: Jeder Dritte hatte einfach keinen Bedarf. Genau so vielen fehlt die Beratung, oder es gibt Befürchtungen wegen der Qualität der angebotenen Produkte. Jeder Vierte hat Datenschutz-Bedenken, jeder Fünfte findet es einfacher, im Geschäft zu kaufen.

Wie angesichts der starken Hinwendung zu Apotheken zu erwarten, hegen Frauen und Ältere stärkere Bedenken gegen diesen Vertriebsweg für Arzneimittel.

Strukturen

	Gesamt	**Männer**	**Frauen**	**14-29**	**30-49**	**50+**
Basis: Internetnutzer	1.061	597	464	371	513	176
	%	%	%	%	%	%
Schon **OTC** per Internet gekauft	4	4	5	2	6	3
Schon **rezeptpflichtige Medikamente** per Internet gekauft	2	1	3	2	3	1
OTC-Kauf per Internet **kommt** grundsätzlich **in Betracht**	35	40	29	40	36	23
Potential						
(Nettowert „gekauft“, „kommt in Betracht“)	**40**	**44**	**34**	**43**	**42**	**27**
Nichtkäufer: noch kein OTC-Kauf über das Internet, weil…						
(Grund trifft zu)						
Die Beratungsleistung durch Arzt oder Apotheker fehlt	37	34	40	34	34	49
Hatte keinen Bedarf, seit der Internet-Zugang vorhanden ist	30	34	25	36	26	28
Die Präparate könnten gefälscht sein, falsche Wirkstoffe/zu geringe Konzentrationen enthalten	29	28	30	23	31	33
Internet-Einkauf ist generell noch zu unsicher, Datenschutz-Bedenken	23	22	26	18	25	31
Der Internet-Einkauf ist zeitaufwendiger, komplizierter als der Kauf in Geschäft/Apotheke	19	17	22	15	21	22

Internet als Einkaufsstätte für OTC-Präparate – Einstellungen –

In der **generellen Einschätzung** der Internetnutzer werden der Hauptvorteil, die **Unabhängigkeit vom Ladenschluss** und der Hauptnachteil, der **Mangel an Beratung beim Internetkauf** von Arzneimitteln deutlich betont.

Zwei von drei sehen in der Diskretion einen Vorteil. Ähnlich viele meinen, auf diesem Wege in Deutschland nicht zugelassene Produkte bekommen zu können. Jeder Zweite glaubt, per Internet ließen sich verschreibungspflichtige Mittel ohne Rezept beziehen.

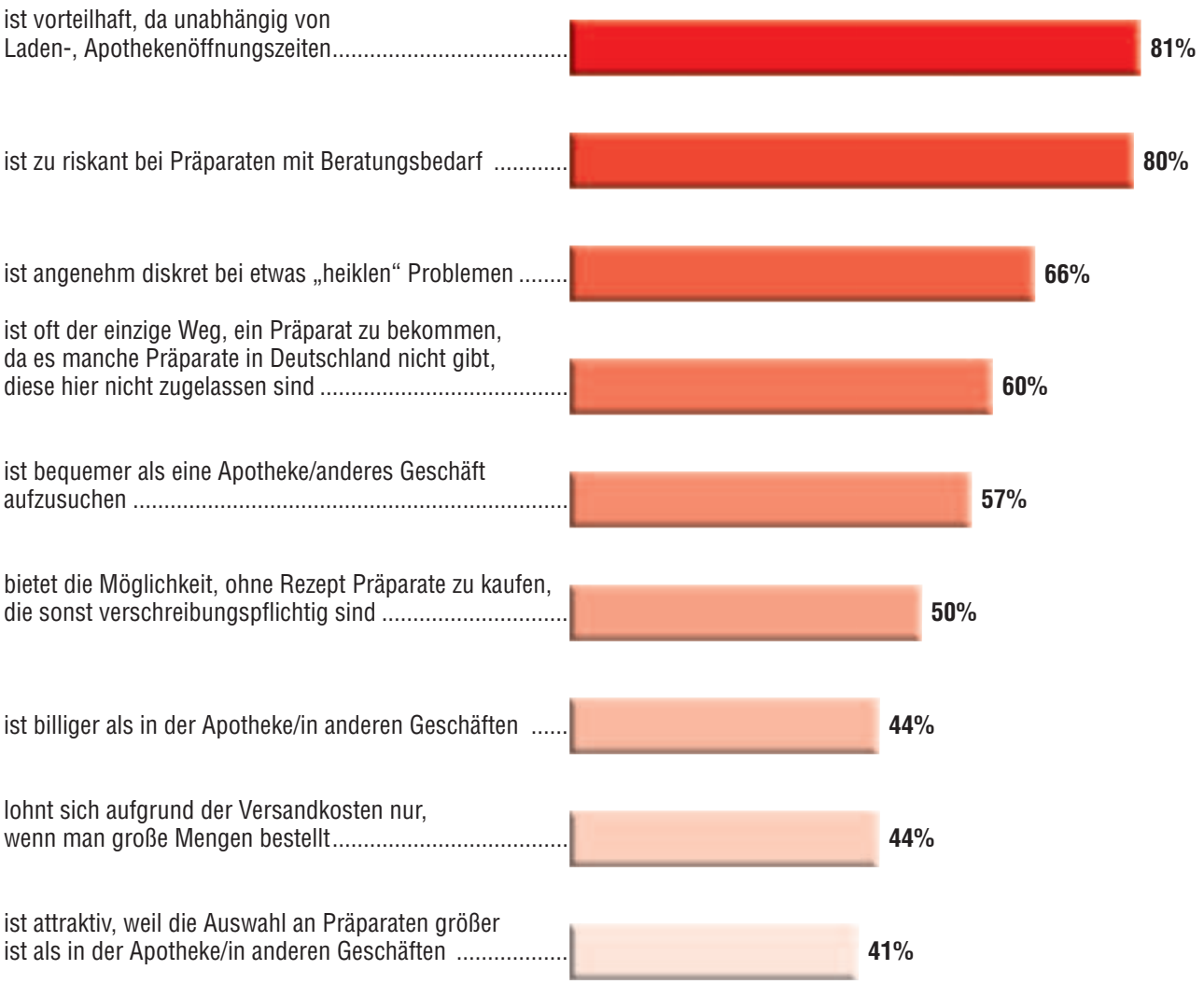
Als bequem gilt das Verfahren nicht. Trotz des oft beschworenen Preisvorteils glauben nur vier von zehn, dass der Internetkauf preisgünstiger ist als der Kauf in der Apotheke. Ebenso viele erwarten höhere Versandkosten. Eine besonders große Produktauswahl in der Internetapotheke vermuten noch weniger.

Frauen und Ältere stehen dem Internetkauf eher skeptisch gegenüber. Vorteile des Internetkaufs werden verstärkt von der mittleren Altersgruppe benannt.

Der Kauf von Arzneimitteln über das Internet

(trifft eher zu)

Basis: Internetnutzer



Strukturen

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29	30-49	50+
Basis: Internetnutzer	1.061	597	464	371	513	176
	%	%	%	%	%	%
Der Kauf von Arzneimitteln über das Internet						
(trifft eher zu)						
ist vorteilhaft, da unabhängig von Laden-, Apothekenöffnungszeiten	81	82	80	83	82	74
ist zu riskant bei Präparaten mit Beratungsbedarf	80	77	84	77	81	85
ist angenehm diskret bei etwas „heiklen“ Problemen	66	66	65	68	67	59
ist oft der einzige Weg, ein Präparat zu bekommen, da es manche Präparate in Deutschland nicht gibt, diese hier nicht zugelassen sind	60	61	58	56	66	52
ist bequemer als eine Apotheke/ anderes Geschäft aufzusuchen	57	62	52	63	57	47
bietet die Möglichkeit, ohne Rezept Präparate zu kaufen, die sonst verschreibungspflichtig sind	50	50	50	44	56	43
ist billiger als in der Apotheke/in anderen Geschäften	44	47	41	44	48	34
lohnt sich aufgrund der Versandkosten nur, wenn man große Mengen bestellt	44	45	43	41	47	42
ist attraktiv, weil die Auswahl an Präparaten größer ist als in der Apotheke/in anderen Geschäften	41	44	38	43	43	33

Markenverwendung

Mittel gegen Erkältung und Grippe	Alle	Beschwerde* in 12 Monaten aufgetreten	Beschwerde* in 12 Monaten aufgetreten und Verwendung von Erkältungs-/ Grippemitteln
Basis:	2.517	2.048	1.036
	%	%	%
Erkältungs-/Grippemittel verwendet	**41**	**51**	**100**
Grippostad C	11	14	27
Wick MediNait	10	12	23
Wick VapoRub	5	6	12
Wick DayMed	4	6	11
Contac	4	5	10
Tetesept Erkältungs-Produkte	4	5	10
Pinimenthol	4	5	9
JHP-Rödler	3	4	8
Sinupret	3	4	8
Ratio Grippal + C	3	4	7
Heumann Erkältungstee	3	4	7
Abtei Erkältungsprodukte	3	3	6
Doregrippin	2	2	5
Gelomyrtol	2	2	4
Rhinotussal	2	2	4
Contramutan	1	1	3
Franziskus Erkältungsprodukte (von Schlecker)	1	1	2
St. Christoph / St.Benedikt Erkältungs-Produkte (von Aldi)	1	1	2
Umckaloabo	1	1	2
Bad Heilbrunner Erkältungstee	1	1	1
Gripp-Heel	1	1	1
Sedotussin	1	1	1
Metavirulent	1	1	1
Sidroga Erkältungstee	1	1	1
Sinuforton	0	0	0
anderes Mittel gegen Erkältung und Grippe	11	14	27
weiß nicht mehr, welches Mittel	5	6	11
kein Mittel gegen Erkältung und Grippe in 12 Monaten verw.	59	49	–

*) Beschwerden: Grippaler Infekt, Halsschmerzen, Husten, Schnupfen

Markenverwendung

Mittel gegen Beschwerden des Rheumatischen Formenkreises	Alle	Beschwerde* in 12 Monaten aufgetreten	Beschwerde* in 12 Monaten aufgetreten und Verwendung von Mitteln gegen Beschwerden des Rheum. Formenkr.
Basis:	2.517	1.464	354
	%	%	%
Mittel gegen Beschwerden des Rheumatischen Formenkreises verwendet	**14**	**24**	**100**
Mobilat	6	9	39
Voltaren	4	6	25
ABC Wärmesalbe/Pflaster	3	6	24
Finalgon	1	2	9
Ibutop	1	2	8
Allgäuer Latschenkiefer	1	2	8
Tiger Balm Klosterfrau	1	1	4
Togal Mobil	1	1	4
Kytta Salbe F	1	1	4
Rheumasalbe, -kapseln STADA	1	1	4
Tetesept Rheumabad	0	1	3
Rheuma HEK	0	1	3
Teufelskralle-ratiopharm	0	1	3
Klosterfrau Rheumabad	0	1	3
Traumeel	0	1	2
Wobenzym	0	1	2
Rheuma-Sern	0	1	2
Franziskus Rheumaprodukte (von Schlecker)	0	0	2
Rivoltan	0	0	1
Jucurba	0	0	1
Ajuta	0	0	1
Dolenon Schmerzsalbe	0	0	0
Teufelskralle STADA	0	0	0
Dona 200-S	–	–	–
Sogoon Filmtabletten	–	–	–
St. Christoph/St.Benedikt Rheumaprodukte, Teufelskralle (von Aldi)	–	–	–
anderes Mittel gegen Ischias usw.	3	5	20
kein OTC gegen Ischias usw. in den letzten 12 Monaten	86	76	–

*) Beschwerden: Ischias, Hexenschuss, Muskel-, Glieder-, Gelenkschmerzen, Rheumatische Beschwerden, Rückenschmerzen

Markenverwendung

Schmerzmittel	Alle	Beschwerde* in 12 Monaten aufgetreten	Beschwerde* in 12 Monaten aufgetreten und Verwendung von Schmerzmitteln
Basis:	2.517	1.856	1.355
	%	%	%
Schmerzmittel verwendet	**54**	**73**	**100**
Aspirin, -Plus C, -direkt, -Migräne	23	31	43
ASS, ASS + C ratiopharm	8	11	15
Paracetamol-ratiopharm®	8	11	14
Thomapyrin	6	8	12
Spalt, -Liqua, -plus Coffein, Doppel-Spalt	6	8	10
Dolormin, - extra	5	7	10
Togal, -ASS, -Ibuprofen, -Kopfschmerz	4	6	8
vivimed, -Coffein, -Migräne, -N, ibu-vivimed	3	4	6
Neuralgin	2	3	4
Buscopan, -plus, -direkt	1	2	3
Aktren	1	1	2
ben-u-ron	1	1	2
Eudorlin	1	1	1
Titralgan	1	1	1
Ibudolor 200/400	0	0	1
Aleve Tabletten	0	0	0
Matai Tabletten	0	0	0
anderes Schmerzmittel	4	5	7
weiß nicht mehr, welches Mittel	–	–	–
kein Schmerzmittel in den letzten 12 Monaten	46	27	–

*) Beschwerden: Kopfschmerzen, Migräne, Zahnschmerzen, Menstruationsschmerzen (Frauen)

Markenverwendung

Mittel gegen Magenprobleme	Alle	Beschwerde* in 12 Monaten aufgetreten	Beschwerde* in 12 Monaten aufgetreten und Verwendung von Mitteln gegen Magenprobleme
Basis:	2.517	1.144	407
	%	%	%
Mittel gegen Magenprobleme verwendet	**16**	**36**	**100**
Rennie	4	9	25
Bullrich Salz	3	6	16
Maalox, Maaloxan	3	6	16
Lefax, Enzym-Lefax	2	5	13
Talcid	2	4	11
Iberogast	2	4	10
Riopan	2	3	9
Kompensan S	1	2	6
Zantic	0	1	2
St. Christoph/St.Benedikt-Produkte gegen Magenbeschwerden (von Aldi)	0	1	2
Franziskus-Produkte gegen Magenbeschwerden (von Schlecker)	0	1	2
Mutaflor	0	1	2
Heumann Magentee SOLU-Vetan, Verdauungstee SOLU-LIPAR	0	1	1
Laluk	0	0	1
Carminativum Hetterich	0	0	1
Paractol	0	0	1
Pepcid	0	0	1
Talidat	0	0	1
Curcu-Truw	0	0	0
Enteroplant	0	0	0
Espumisan Perlen	–	–	–
Symbioflor	–	–	–
anderes Mittel gegen Magenprobleme	2	5	13
kein OTC gegen Magenschmerzen, Sodbrennen, Völlegefühl in den letzten 12 Monaten	84	65	–

*) Beschwerden: Magenschmerzen, Sodbrennen, Völlegefühl/Blähungen

Markenverwendung

Mittel gegen Durchfall	Alle	Durchfall in 12 Monaten aufgetreten	Durchfall in 12 Monaten aufgetreten und Verwendung von Durchfallmitteln
Basis:	2.517	589	184
	%	%	%
Durchfallmittel verwendet	**7**	**31**	**100**
Imodium akut	3	14	43
Kohle-Kompretten	2	8	27
Perenterol	1	2	7
Loperamid-ratiopharm akut	0	2	6
Uzara	0	1	3
Tannacomp	0	1	3
Loperamid akut Heumann	0	0	1
Resource Benefiber	–	–	–
Oralpädon	–	–	–
Elotrans	–	–	–
anderes Mittel gegen Durchfall	1	4	13
weiß nicht mehr, welches Mittel	0	2	5
kein OTC gegen Durchfall in den letzten 12 Monaten	93	69	–

Markenverwendung

Mittel gegen Verstopfung/Darmträgheit	Alle	Darmträgheit in 12 Monaten aufgetreten	Darmträgheit in 12 Monaten aufgetreten und Verwendung von Abführmitteln
Basis:	2.517	311	97
	%	%	%
Abführmittel verwendet	**4**	**31**	**100**
Bekunis	1	5	17
Dulcolax	1	5	16
Agiolax	0	4	12
Edelweiß Milchzucker	0	3	8
Kneipp Verdauungs Tee N	0	2	7
Laxoberal	0	2	7
Midro	0	3	9
Abtei Schweizer Abführkapseln	0	1	2
Bad Heilbrunner Abführtee N	0	1	3
Bifiteral	0	1	2
Lactulose Ratiopharm	0	1	2
Mediolax	0	1	3
Lactulose Stada	0	0	1
Microklist	–	–	–
Resource Benefiber	–	–	–
Vollmers Grüner Hafertee	–	–	–
anderes Abführmittel	1	7	21
weiß nicht mehr, welches Abführmittel	0	2	5
kein OTC gegen Verstopfung in den letzten 12 Monaten	96	69	–

Markenverwendung

Beruhigungs- und Schlafmittel	Alle	Beschwerde* in 12 Monaten aufgetreten	Beschwerde* in 12 Monaten aufgetreten und Verwendung von Beruhigungs-/ Schlafmitteln
Basis:	2.517	783	140
	%	%	%
Beruhigungs-/Schlafmittel verwendet	**6**	**18**	**100**
Baldrian Dispert	2	5	30
Baldriparan N	1	4	20
Abtei Baldrian, -Nachtruhe	1	3	16
Kneipp Baldrian	0	1	8
Franziskus Baldrian, Baldrianetten, Ruhig Schlafen (von Schlecker)	0	1	4
Vivinox	0	1	4
Tetesept Beruhigungs-Kapseln/-Dragees	0	1	4
Sedariston	0	1	3
Valverde Baldrian Hopfen	0	1	3
Aktivpunkt Baldrian	0	1	3
Moradorm S	0	1	3
Kytta Sedativum	0	0	2
Baldriantinktur Hetterich	0	0	1
Sedonium	0	0	1
Nervenruh	0	0	1
Euvegal	–	–	–
Kavosporal	–	–	–
Laitan	–	–	–
Luvased	–	–	–
Selon	–	–	–
Sleepia	–	–	–
Valdispert	–	–	–
anderes Beruhigungs-/Schlafmittel	1	4	23
weiß nicht mehr	–	–	–
kein OTC gegen Schlafstörungen, Unruhe in den letzten 12 Monaten	94	82	–

*) Beschwerden: Schlafstörungen, Unruhe/Nervosität

Markenverwendung

Vitamin C-Präparate	Alle	Vitamin C in 12 Monaten verwendet
Basis:	2.517	804
	%	%
Vitamin C-Präparate verwendet	**32**	**100**
Cebion Vitamin C	4	12
Taxofit Vitamin C	4	11
Abtei Vitamin C	3	10
Vitamin C ratiopharm	3	9
Cetebe Vitamin C	3	8
IF Vitamin C (von Aldi)	2	5
Biovit Vitamin C	2	5
Tetesept Vitamin C	2	5
Hermes Cevitt	1	4
Doppelherz (Aktiv) Vitamin C	1	2
Vitamin C Verla	1	2
Acerola Vitamin C Taler	0	1
Bad Heilbrunner Vitamin C	0	1
Gehe Grüner Apfel	0	1
Wepa Heisse Zitrone/ Vitamin C	0	1
aktivpunkt Vitamin C	0	1
Gesundform Vitamin C	0	1
Biolabor Vitamin C	0	1
Caelo Vitamin C	0	1
Forum C retard	0	1
Xenofit Heisses C	0	0
Xitix	0	0
Woerwag Vitamin C	0	0
anderes Vitamin C-Präparat	11	35
weiß nicht mehr, welches Mittel	4	11
kein Vitamin C-Präparat in 12 Monate	68	–

Markenverwendung

Multivitaminpräparate, Mineralkombinationen; Kombinationen von Vitaminen und Mineralien	Alle	Multi-/ Kombipräparate in 12 Monaten verwendet
Basis:	2.517	740
	%	%
Multivitaminpräparate, Mineralkombinationen; Kombinationen von Vitaminen und Mineralien verwendet	**29**	**100**
Multivitamine/-Mineralien „1x täglich“, IF, Multinorm, Vitalis (von Aldi)	6	19
Centrum	4	12
Abtei A - Z, Multivitamine, Multitivtamine + Mineralien	3	12
Taxofit Multimineralien, Multi-Vitamine, Multi-Vitamine + Mineralien	3	9
Eunova	3	8
Multibionta	2	7
ratiopharm: A - Z Komplex, Multivitamine, Multivitamin & Mineral	2	6
Biovit A - Z	1	5
Tetesept A - Z, – Zellgesund, and. Multivitaminpräparate	1	5
Multivitol A - Z	1	4
Topfitz	1	3
Franziskus Vitamin A - Z (von Schlecker)	1	3
Frubiase	1	3
Multi-Sanostol	1	3
Multivit von Hermes	1	2
Vivivit Multi	1	2
Vitasprint B12	1	2
Sandoz Synergy	1	2
Doppelherz A - Z, – Spectrum A - Z	0	1
Additiva Multivitamin, Multivitamin + Mineral	0	1
Aktivpunkt A-Z, Multivitamine	0	1
9 Vitaminekomplex-ratiopharm	0	1
Basica	0	1
Biolectra Mineral Sport	0	1
Supradyn	0	1
Orthomol	0	1
Bullrich’s Vital	0	1
Macalvit	0	1
Omnival	0	1
Zentramin Bastian N	0	1
Gesundform Multivitamin	0	0
Biofunction Vitamine + Mineralstoffe	0	0
Biolabor Isotonic sports, Multivitamin	0	0
Vitaverlan	0	0
Xenofit Mineral b caps	0	0
Basocaps Verla	0	0
Knufinke Complex A - Z	0	0
bion 3	–	–
andere Multivitamine, Multimineralien oder Kombinationspräparate	9	29
weiß nicht mehr, welches Mittel	3	10
kein Multi-/Kombipräparat in 12 Monaten	71	–

Markenverwendung

Magnesiumpräparate	Alle	Magnesium in 12 Monaten verwendet
Basis:	2.517	465
	%	%
Magnesiumpräparate verwendet	**19**	**100**
Magnesium-Sandoz	2	11
Abtei Magnesium	2	11
Magnesium ratiopharm	2	9
Magnesium Verla, -N	1	7
Vitalis/IF Magnesium (von Aldi)	1	7
Magnesium Stada	1	6
Biolectra Magnesium	1	5
Taxofit Magnesium	1	4
Magnesium Diasporal	1	4
Biovit Magnesium	1	3
Kneipp Magnesium + Calcium	1	3
Frubiase Magnesium	1	3
Doppelherz (Aktiv) Magnesium	0	2
Tetesept Magnesium	0	2
aktivpunkt Magnesium	0	1
Knufinke Magnesium	0	1
Biolabor Magnesium, + Vit. C	0	0
Gesundform Magnesium	0	0
Togasan Magnesium	0	0
Xenofit Magnesium + C	0	0
anderes Magnesium-Präparat	5	29
weiß nicht mehr, welches Mittel	2	9
kein Magnesium-Präparat in 12 Monaten	82	–

Markenverwendung

Calciumpräparate	Alle	Calcium in 12 Monaten verwendet
Basis:	2.517	432
	%	%
Calciumpräparate verwendet	**17**	**100**
Calcium-Sandoz	4	23
Abtei Calcium	2	9
Vitalis/IF Calcium (von Aldi)	1	8
Biolectra Calcium	1	5
Taxofit Calcium	1	5
Calcium D3 ratiopharm	1	5
Biovit Calcium	1	4
Calcium Stada	1	4
Frubiase Calcium Plus	1	4
Calcium Verla	1	3
Tetesept Calcium, Knochenkraft	0	2
Xenofit Heiße Hexe	0	1
Calcimed	0	1
Caltrate	0	1
Biolabor Calcium	0	1
Bad Heilbrunner Knochen stabil	0	0
aktivpunkt Calcium, sun & fun	0	0
Gesundform Calcium	0	0
Ossofortin	0	0
Togasan Calcium + Vitamin D 3	0	0
anderes Calcium-Präparat	5	29
weiß nicht mehr, welches Mittel	2	11
kein Calcium-Präparat in 12 Monaten	83	–

Markenverwendung

Franzbranntwein	Alle	Franzbranntwein in 12 Monaten verwendet
Basis:	2.517	345
	%	%
Franzbranntwein verwendet	**14**	**100**
Allgäuer Latschenkiefer Franzbranntwein	3	23
Klosterfrau Franzbranntwein Menthol oder Latschenkiefer	2	15
Franziskus Franzbranntwein (von Schlecker)	2	12
Kneipp Fichtennadel Franzbranntwein	1	10
Abtei Franzbranntwein	1	10
ALPA Franzbranntwein	1	7
St. Christoph/St.Benedikt Franzbranntwein (von Aldi)	1	6
Schaebens Franzbranntwein	1	5
Knufinke Franzbranntwein	0	2
Franzbranntwein Hetterich	0	1
anderer Franzbranntwein	1	10
weiß nicht mehr, welches Mittel	1	7
kein Franzbranntwein in 12 Monaten	86	–

Markenverwendung

Vitamin E-Präparate	Alle	Vitamin E-Präparate in 12 Monaten verwendet
Basis	2.517	271
	%	%
Vitamin E-Präparate verwendet	**11**	**100**
Abtei Vitamin E	2	14
Optovit von Hermes	1	11
Taxofit Vitamin E	1	7
St. Christoph/St.Benedikt Vitamin E (von Aldi)	1	7
E-Vitamin ratiopharm	1	6
Eusovit	1	5
Doppelherz (Aktiv) Vitamin E	1	5
Biovit Vitamin E	1	4
Klosterfrau Vitamin E	1	4
Tetesept Vitamin E	0	4
Franziskus Vitamin E (von Schlecker)	0	3
Gesundform Vitamin E	0	2
Vit. E STADA	0	2
Bad Heilbrunner Vitamin E	0	1
Elex Verla E	0	1
Biolabor Vitamin E	0	1
Togasan Vitamin E	0	0
Ephynal	–	–
Malton E	–	–
anderes Vitamin E-Präparat	3	32
weiß nicht mehr, welches Mittel	1	13
kein Vitamin E-Präparat in 12 Monaten	89	–

Markenverwendung

Abwehrstärkende Mittel (Immunstimulanzien)	Alle	Immunstimulanzien in 12 Monaten verwendet
Basis:	2.517	252
	%	%
Abwehrstärkende Mittel (Immunstimulanzien) verwendet	**10**	**100**
Echinacin Madaus	1	12
Echinacea ratiopharm	1	11
Esberitox N	1	11
Echinacea STADA	1	9
Abtei Echinacea	1	8
Tetesept Abwehr-Fit	1	6
Toxi-loges	0	3
Resistan	0	3
Franziskus Vita Echinacea Lösung (von Schlecker)	0	3
Eleu-Kokk	0	1
anderes abwehrstärkendes Mittel	4	35
weiß nicht mehr, welches Mittel	1	9
kein abwehrst. Mittel in 12 Monaten	90	–

Markenverwendung

Melissengeist	Alle	Melissengeist in 12 Monaten verwendet
Basis:	2.517	213
	%	%
Melissengeist verwendet	**8**	**100**
Klosterfrau Melissengeist	5	61
Abtei Melissengeist	1	12
Franziskus Melissenengeist (von Schlecker)	1	11
Doppelherz Melissenengeist	1	9
Schaebens Melissengeist	1	6
St. Christoph/St.Benedikt Melissengeist (von Aldi)	0	4
anderer Melissengeist	0	2
weiß nicht mehr, welches Mittel	0	1
kein Melissengeist in 12 Monaten	92	–

Markenverwendung

Knoblauchpräparate	Alle	Knoblauchpräparate in 12 Monaten verwendet
Basis:	2.517	210
	%	%
Knoblauchpräparate verwendet	**8**	**100**
Ilja Rogoff	2	24
Kwai N, Forte	1	17
Abtei Knoblauch	1	13
Klosterfrau Aktiv Kapseln	1	7
Kneipp Knoblauch	1	7
Doppelherz Knoblauch	1	7
Franziskus Knoblauch, – Vital (von Schlecker)	1	6
Bad Heilbrunner Knoblauch-Mistel-Weißdorn	0	5
St. Christoph / St.Benedikt Knoblauch Dragees (von Aldi)	0	4
Sanhelios 333/444	0	3
Gesundform Knoblauch Dragees	0	1
Valverde Knoblauch	–	–
anderes Knoblauchpräparat	1	14
weiß nicht mehr, welches Mittel	0	3
kein Knoblauchpräparat in 12 Monaten	92	–

Markenverwendung

Zinkpräparate	Alle	Zinkpräparate in 12 Monaten verwendet
Basis:	2.517	125
	%	%
Zinkpräparate	**5**	**100**
Abtei Zink	1	15
Zink ratiopharm	1	13
Zink-Sandoz	0	5
Franziskus Zink + Vitamin C (von Schlecker)	0	4
Taxofit Zink + Vitamin C	0	4
Kneipp Zink + Vitamin C	0	4
Unizink 50	0	4
Biolectra Zink	0	3
Curazink	0	3
Togasan Zink	0	3
Biolabor Zink + C	0	2
Zink Verla	0	2
Xenofit Zinkaktiv C	0	2
Schaebens Zink + Spurenelemente	0	1
aktivpunkt Zink Aktiv	0	1
anderes Zink-Präparat	2	34
weiß nicht mehr, welches Mittel	1	11
kein Zink-Präparat in 12 Monaten	95	–

BILD, BILD am SONNTAG

	Bevölkerung	Weitester Leserkreis	
	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Basis	2.517	789	697
	%	%	%
Bin mit meiner Gesundheit…			
(sehr) zufrieden	**82**	**80**	**80**
Einschätzung der eigenen Gesundheit			
Stimme voll und ganz/weitgehend zu			
Ich habe eine sehr robuste Gesundheit	77	79	77
Ich achte sehr auf meine Gesundheit	70	64	65
Ich denke, man kann nicht viel tun, was kommt, das kommt	61	64	64
Ich lasse mich regelmäßig vom Arzt durchchecken	55	51	52
Ich müsste mehr für meine Gesundheit tun	48	55	54
Ich gehe lieber einmal zu viel als einmal zu wenig zum Arzt	43	43	43
Mir fehlt oft die Zeit, etwas für meine Gesundheit zu tun	40	44	44

BILD, BILD am SONNTAG

	Bevölkerung	Weitester Leserkreis	
	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Basis	2.517	789	697
	%	%	%
Bin an Informationen zum Thema Gesundheit, über Medikamente und Heilmittel			
sehr interessiert	16	13	15
interessiert	51	49	46
Informiere mich heute über Gesundheitsfragen			
in gleichem Maße wie früher	63	66	61
stärker als früher	33	31	34
weniger als früher	4	3	6
Informiere mich über allgemeine Gesundheitsfragen			
beim Arzt	78	80	81
in der Apotheke	48	48	46
in Zeitungen und Zeitschriften	43	41	42
in Apotheken-Kundenzeitschriften	40	38	37
durch Gesundheitsmagazine im TV	39	38	36
bei Freunden, Bekannten, Verwandten	38	38	37
bei Krankenkassen, in Mitgliederzeitschriften	24	22	24
in medizinischen Büchern	16	13	15
im Internet	7	7	7
andere Informationsquellen	1	1	1
Informiere mich über rezeptfreie Arzneimittel			
in der Apotheke	64	61	59
in Apotheken-Kundenzeitschriften	28	29	29
bei Freunden, Bekannten, Verwandten	27	30	30
in Zeitungen und Zeitschriften	26	26	27
beim Arzt	24	28	27
durch Gesundheitsmagazine im TV	21	25	23
im Regal von Drogeriemarkt, Supermarkt usw.	13	13	14
bei Krankenkassen, in Mitgliederzeitschriften	10	9	11
in medizinischen Büchern	5	5	5
im Internet	3	3	3
andere Informationsquellen	1	1	0

BILD, BILD am SONNTAG

	Bevölkerung	Weitester Leserkreis	
	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Basis	2.517	789	697
	%	%	%
Werbung als Informationsquelle			
Ich habe der Werbung schon Informationen und Hinweise über OTC entnommen	**67**	**72**	**72**
schon öfter	22	25	25
ist schon vorgekommen	46	48	47
nein	33	28	28
Trifft voll und ganz/weitgehend zu auf Anzeigenwerbung für OTC			
verständlich	85	87	86
seriös	77	79	79
glaubwürdig	72	76	75
informativ	69	71	72
nützlich	64	65	67
regt zum Kauf an	43	46	47
übertrieben	42	41	42
überflüssig	41	40	39
unterhaltsam	36	38	38
aufdringlich	34	33	34
Trifft voll und ganz/weitgehend zu auf TV-Werbung für OTC			
verständlich	83	86	83
seriös	75	77	75
glaubwürdig	66	70	66
informativ	62	65	64
nützlich	59	63	63
regt zum Kauf an	44	47	48
übertrieben	53	52	53
überflüssig	45	44	43
unterhaltsam	48	50	48
aufdringlich	49	48	48

BILD, BILD am SONNTAG

	Bevölkerung	Weitester Leserkreis	
	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Basis	2.517	789	697
	%	%	%
Einstellungen zu Arzt und Medikament:			
stimme voll und ganz/weitgehend zu			
Ärzte-Image			
Ich habe großes Vertrauen zu meinem Arzt	87	87	84
Beim Arztbesuch geht es mir nicht nur um die Verschreibung von Medikamenten, sondern vor allem um ein gründliches Gespräch über meine Beschwerden	85	83	82
Beim Arztbesuch ist die Wartezeit viel zu lang und die Zeit beim Arzt viel zu kurz	75	78	77
Ärzte erklären meist nicht ausreichend, warum sie ein bestimmtes Medikament verordnen	48	51	50
Ärzte greifen zu schnell zum Rezeptblock	40	42	43
Es ist schon vorgekommen, dass ich ein vom Arzt verschriebenes Medikament gar nicht eingenommen habe	29	31	31
Alternative Selbstmedikation:			
Für die meisten Beschwerden braucht es keinen Arztbesuch, es gibt genug rezeptfreie, frei verkäufliche Arznei- und Heilmittel, mit denen man sich selbst behandeln kann	59	60	59
Wegen der hohen Zuzahlung lohnt das Rezept vom Arzt oft nicht mehr	58	62	60
Ich gehe erst dann zum Arzt, wenn rezeptfreie Mittel nicht geholfen haben	55	56	56
Beim Kauf von rezeptfreien, frei verkäuflichen Arznei- und Heilmitteln lasse ich mir gern die Wirksamkeit noch einmal vom Arzt bestätigen	36	36	36
Im Vergleich zu vor 1 bis 2 Jahren			
gehe ich in **gleicher Häufigkeit** zum Arzt	56	53	52
gehe ich heute **häufiger zum Arzt**	30	32	30
gehe ich heute **seltener zum Arzt**	15	15	18

BILD, BILD am SONNTAG

	Bevölkerung	Weitester Leserkreis	
	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Basis	2.517	789	697
	%	%	%
Einstellungen zu OTC und verschreibungspflichtigen Medikamenten:			
stimme voll und ganz/weitgehend zu			
Frei verkäufliche Medikamente sind genau so wirksam wie verschreibungspflichtige	60	59	58
Frei verkäufliche Medikamente haben weniger Nebenwirkungen als verschreibungspflichtige	42	42	42
Ich habe mit frei verkäuflichen Medikamenten bessere Erfahrungen als mit rezeptpflichtigen gemacht	25	25	25
Markentreue bei OTC-Präparaten			
Wenn ich mit dem Produkt eines Herstellers/einer Marke gute Erfahrungen gemacht habe, dann versuche ich beim nächsten Mal auch genau diese Marke wieder zu bekommen	82	82	82
Ich wechsle öfter die Marke, probiere was Neues aus, lasse mir etwas Neues empfehlen	18	18	18
Monatliche Haushalts-Ausgaben für OTC			
keine	9	8	10
bis € 5	24	23	25
€ 6 bis 10	25	24	23
€ 11 bis 15	14	15	13
€ 16 bis 25	16	18	18
€ 26 +	11	12	11
Durchschnitt €	**11**	**12**	**11**
OTC-Ausgaben heute im Vergleich zu vor 1 bis 2 Jahren			
genau so viel	**51**	**50**	**49**
viel mehr	9	10	10
etwas mehr	30	30	29
mehr	**39**	**40**	**39**
etwas weniger	7	8	9
viel weniger	3	3	3
weniger	**10**	**11**	**12**

STATISTIK

	Bevölkerung
	Gesamt
Basis	2.517
	%
Geschlecht	
Männlich	48
Weiblich	52
Alter	
14 bis 29 Jahre	20
30 bis 49 Jahre	36
50 Jahre +	45
Durchschnittsalter Jahre	47
Berufstätigkeit	
berufstätig	52
nicht berufstätig	48
Schulbildung	
Volksschule	41
weiterführende Schule	36
Abitur, Studium	17
zur Zeit wird Schule besucht	6
Jetziger oder früherer Beruf	
Selbständige, Freiberufler	7
Leitende Angestellte und Beamte	11
Sonstige Angestellte und Beamte	44
Arbeiter	26
Haushalts-Netto-Einkommen	
bis unter 1.500 €	25
1.500 € bis unter 2.500 €	42
2.500 € +	31
weiß nicht/ohne Angabe/Schätzung nicht möglich	2

Kontakt

Zeitungsgruppe BILD
Anzeigen
Axel-Springer-Platz 1
20350 Hamburg
Tel: +49 (0) 40 3 47-2 33 79
Fax: +49 (0) 40 3 47-2 41 62
www.bildmedia.de

Hamburg
Günther M. Winkelmann
Mittelweg 22
20148 Hamburg
Tel: +49 (0) 40 44 75 86
Fax: +49 (0) 40 41 71 69
guentherm.winkelmann@axelspringer.de

ab 1. Januar 2004:

Verlagsbüro Hamburg
Axel-Springer-Platz 1
20350 Hamburg
Tel: +49 (0) 40 3 47–2 81 55
Fax: +49 (0) 40 3 47–2 81 60

Hannover
Jörg Dolle
Lister Straße 6/ III. OG
30163 Hannover
Tel: +49 (0) 5 11 9 60 42 02
Fax: +49 (0) 5 11 9 60 42 05
joerg.dolle@axelspringer.de

Düsseldorf
Stefan Hensel
Neuer Zollhof 1
40221 Düsseldorf
Tel: +49 (0) 2 11 15 92 68 51
Fax: +49 (0) 2 11 15 92 68 53
stefan.hensel@axelspringer.de

Frankfurt
Stefan Margies
Walther-von-Cronberg-Platz 13
60594 Frankfurt
Tel: +49 (0) 69 96 23 85 21
Fax: +49 (0) 69 96 23 85 30
stefan.margies@axelspringer.de

Stuttgart
Martin Baumgardt
Zeppelinstraße 116
73730 Esslingen
Tel: +49 (0) 7 11 3 19 91 55
Fax: +49 (0) 7 11 3 19 91 60
martin.baumgardt@axelspringer.de

München
Diethard Drewanz
Isartorplatz 8
80331 München
Tel: + 49 (0) 89 21 10 34 70
Fax: + 49 (0) 89 21 10 34 79
diethard.drewanz@axelspringer.de

Berlin
Gerd Meier
Axel-Springer-Straße 65
10888 Berlin
Tel: +49 (0) 30 25 91–7 25 75
Fax: +49 (0) 30 25 91–7 25 79
gerd.meier@axelspringer.de