



Fragen zur Gesundheitsreform.

Eine repräsentative Erhebung



**Bild
der
Frau**

Millionenfach geliebt

Das wollten wir wissen

Im Zuge einer repräsentativen Erhebung wurden im Auftrag von BILD der FRAU 1.000 Frauen zum **Themenkomplex Gesundheit** befragt.

Vor dem Hintergrund der **Gesundheitsreform** ging es darum, zu erfahren, ob sich das Gesundheits-Verhalten der Befragten seitdem verändert hat und falls ja, wie.

Es ging um die Aspekte

- Geldausgabeverhalten seit der Reform
- Sparverhalten Selbstmedikation
- Einkaufsfrequenz in der Apotheke
- Beratung durch Arzt und / oder Apotheker
- Einkaufsorte OTC-Präparate
- Einstellungen zu Selbstzahlerleistungen (IGeL)



Untersuchungssteckbrief

Stichprobe	Quotenstichprobe: 1.000 Frauen, 20 bis 69 Jahre, repräsentativ für die alten Bundesländer
Zusatzinfo	Von den Befragten waren 88 % gesetzlich und 12 % privat krankenversichert
Erhebungszeitraum	Frühsommer 2006
Methode	face to face-interviews
Durchführung	Institut Target Group Marketing Research, Frankfurt

Exklusiver Fragenkomplex innerhalb der Tracking-Studie im Auftrag von BILD der FRAU



Gesundheit, ein kostbares Gut

Die Gesundheitsreform war ein großer Einschnitt für viele, besonders für die Versicherten der gesetzlichen Krankenkassen. Nicht nur die Praxisgebühr, sondern auch höhere und mehr Zuzahlungen belasten die Versicherten seitdem.

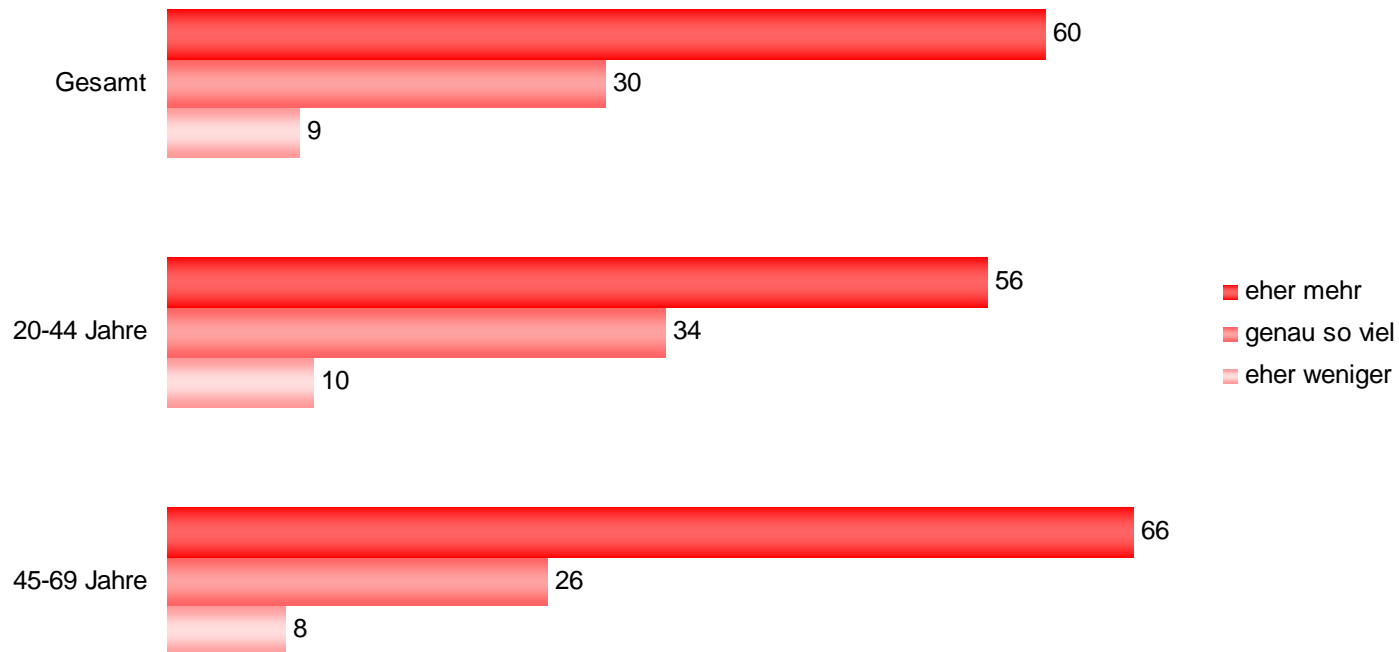
So meinen denn auch 60 % aller Befragten, dass sie jetzt mehr Geld ausgeben als zuvor. Diese Meinung vertreten die etwas älteren Frauen (45 bis 69 Jahre) stärker als die jüngeren (20 bis 44 Jahre).

Trotz der gefühlten Mehrausgaben sehen 47 % der Befragten keinen Anlass, aufgrund der Gesundheitsreform zu sparen. Für etwas mehr als die Hälfte, 53 %, ist das hingegen ein Thema.



Nach Alter: „Würden Sie sagen, dass Sie seit der Gesundheitsreform mehr, weniger oder genauso viel Geld wie früher für Ihre Gesundheit ausgeben?“

Angaben in %

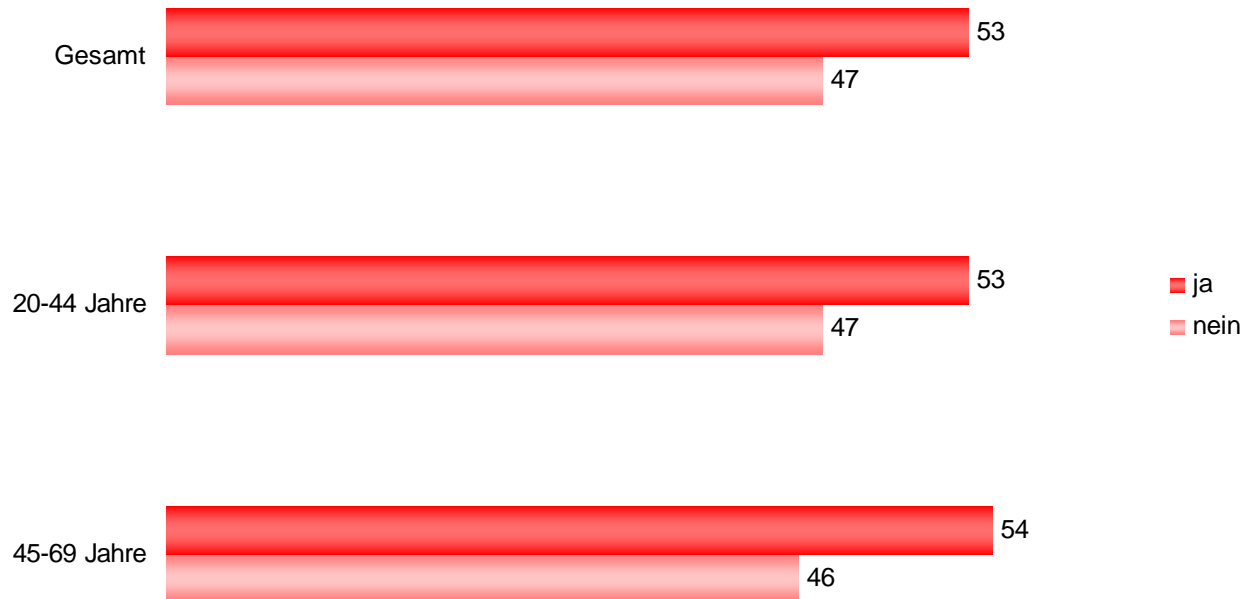


Basis: Alle Befragten; n = 1.000; (HHNE gegenüber dem Alter keine starken Differenzierungen, deshalb nicht zusätzlich dargestellt)



Nach Alter: „Unabhängig davon, wie viel Sie für Ihre Gesundheit im Vergleich zu früher ausgeben, versuchen Sie aufgrund der Gesundheitsreform zu sparen?“

Angaben in %

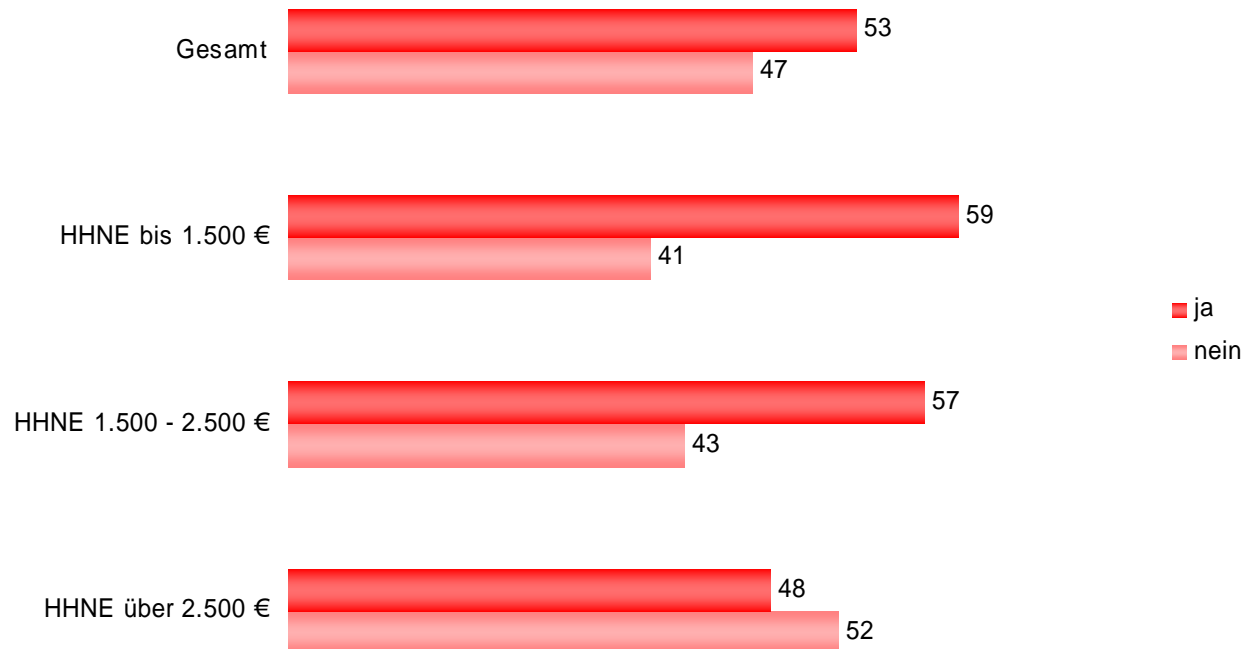


Basis: Alle Befragten; n = 1.000



Nach Einkommen: „Unabhängig davon, wie viel Sie für Ihre Gesundheit im Vergleich zu früher ausgeben, versuchen Sie aufgrund der Gesundheitsreform zu sparen?“

Angaben in %



Basis: Alle Befragten; n = 1.000



Gesund bleiben, gesund werden: „Nulltarif“ ade

Gespart wird in erster Linie dadurch, dass die Befragten preisgünstigere Medikamente kaufen (59 %) oder häufiger auf altbewährte Hausmittel zurückgreifen (56 %).

Knapp die Hälfte der Befragten geht weniger bzw. gebündelter zum Arzt, um so die Praxisgebühr zu sparen.

Weiterhin gibt es eine Reihe von anderen Spar-Strategien, die bisher aber nur von höchstens einem Viertel der „Sparer“ genutzt werden: z.B. Handelsmarken beim Discounter kaufen (26 %), weniger rezeptfreie Medikamente kaufen (23 %), Einkaufen im Super- bzw. Verbrauchermarkt anstatt in der Apotheke (17 %).

Dabei zeigen sich leichte Unterschiede bei den jüngeren gegenüber den älteren Frauen: Während die Jüngeren teilweise dazu tendieren, preisgünstigere Medikamente zu kaufen, greifen die Älteren z.B. auch mal auf Hausmittel zurück.



„Und wo sparen Sie? Von welchen dieser Möglichkeiten machen Sie Gebrauch?“

Angaben in %

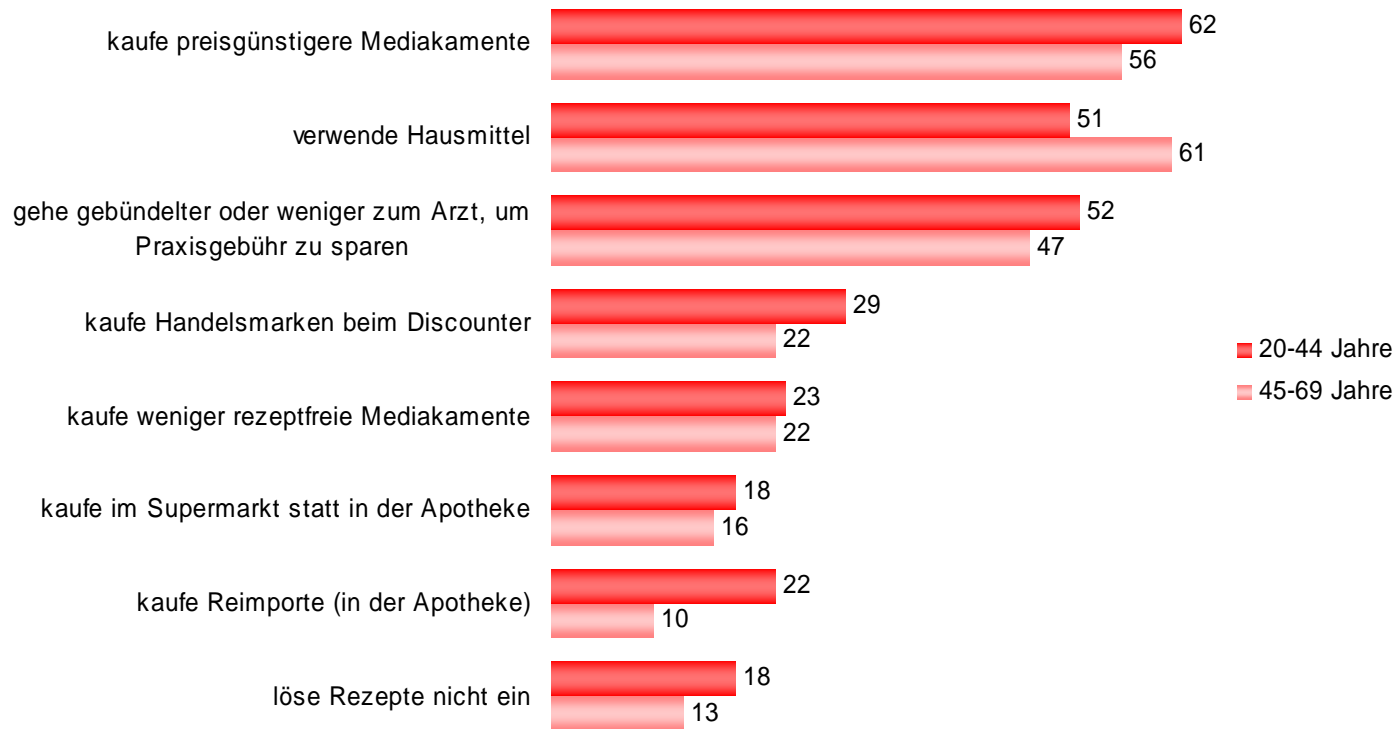


Basis: Befragte, die aufgrund der Gesundheitsreform versuchen zu sparen; n = 535



Nach Alter: „Und wo sparen Sie? Von welchen dieser Möglichkeiten machen Sie Gebrauch?“

Angaben in %

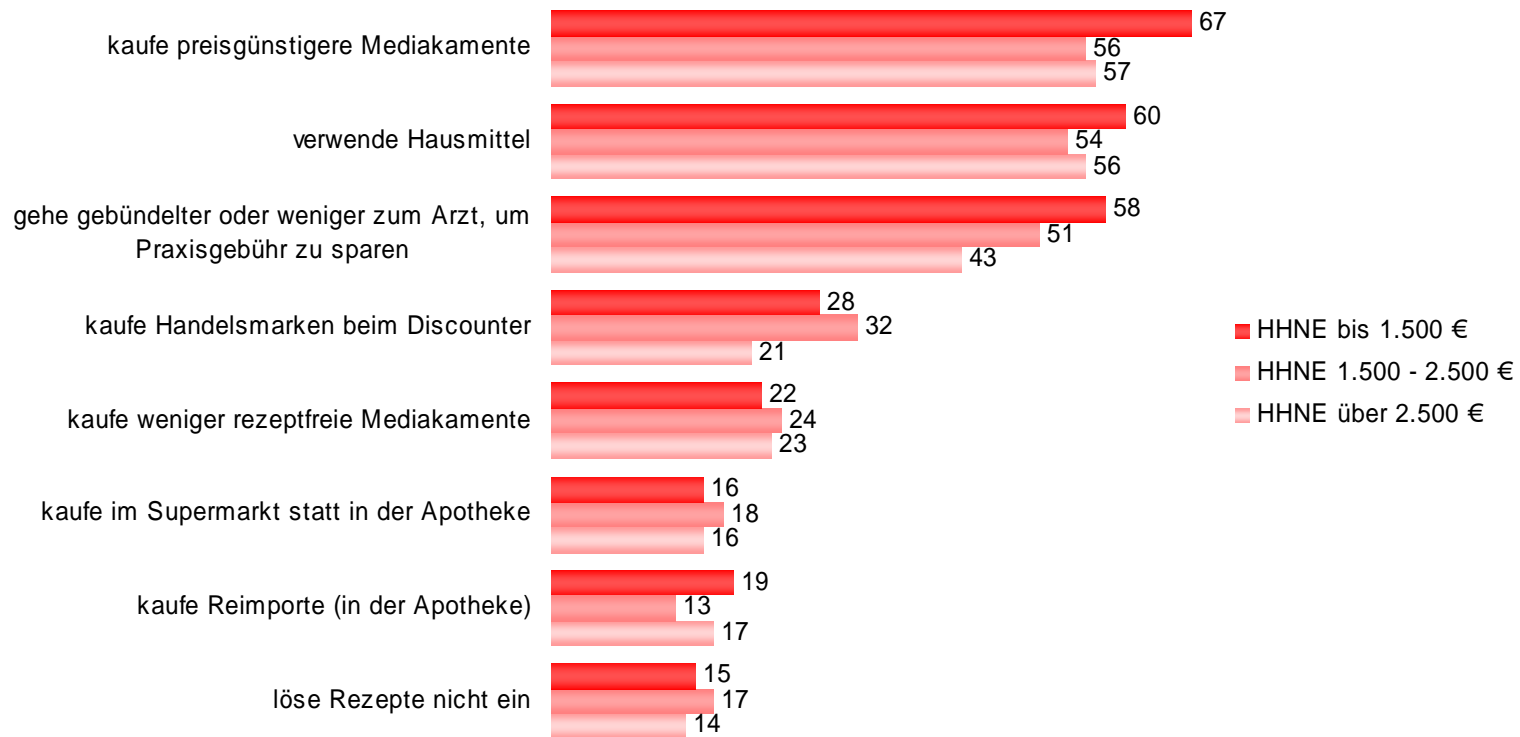


Basis: Befragte, die aufgrund der Gesundheitsreform versuchen zu sparen; n = 535



Nach Einkommen: „Und wo sparen Sie? Von welchen dieser Möglichkeiten machen Sie Gebrauch?“

Angaben in %



Basis: Befragte, die aufgrund der Gesundheitsreform versuchen zu sparen; n = 535



Selbstmanagement: aus Patienten werden Konsumenten

Bei kleineren Beschwerden versuchen viele Patienten, diese ohne einen Arztbesuch in den Griff zu bekommen. Die Hälfte der befragten Frauen geht mindestens 1-2 Mal im Vierteljahr bzw. häufiger in die Apotheke und kauft rezeptfreie Medikamente, um gesundheitliche Beschwerden zu kurieren.

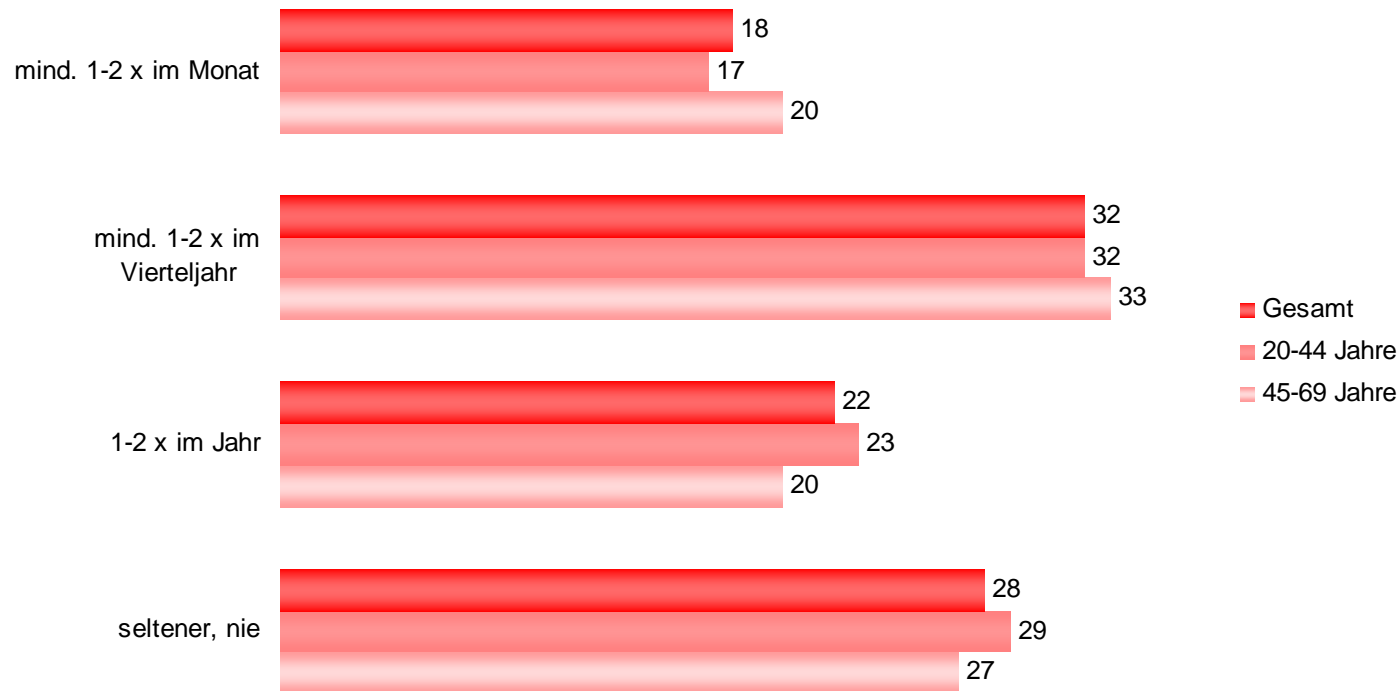
Dabei kaufen fast 70 % die Medikamente, die sie früher von der Krankenkasse erstattet bekommen haben, auf eigene Rechnung.

Interessant: Die Mehrheit der Befragten (57 %) richtet sich offensichtlich nach der ehemaligen Empfehlung des Arztes und kauft das gleiche Medikament, das ihnen der Arzt früher verordnete. Die übrigen 43 % kaufen ein ähnliches, oft günstigeres, Präparat.



Nach Alter: „Wie häufig gehen Sie in die Apotheke und kaufen ohne vorherigen Arztbesuch rezeptfreie Medikamente, um gesundheitliche Beschwerden selbst in den Griff zu bekommen?“

Angaben in %

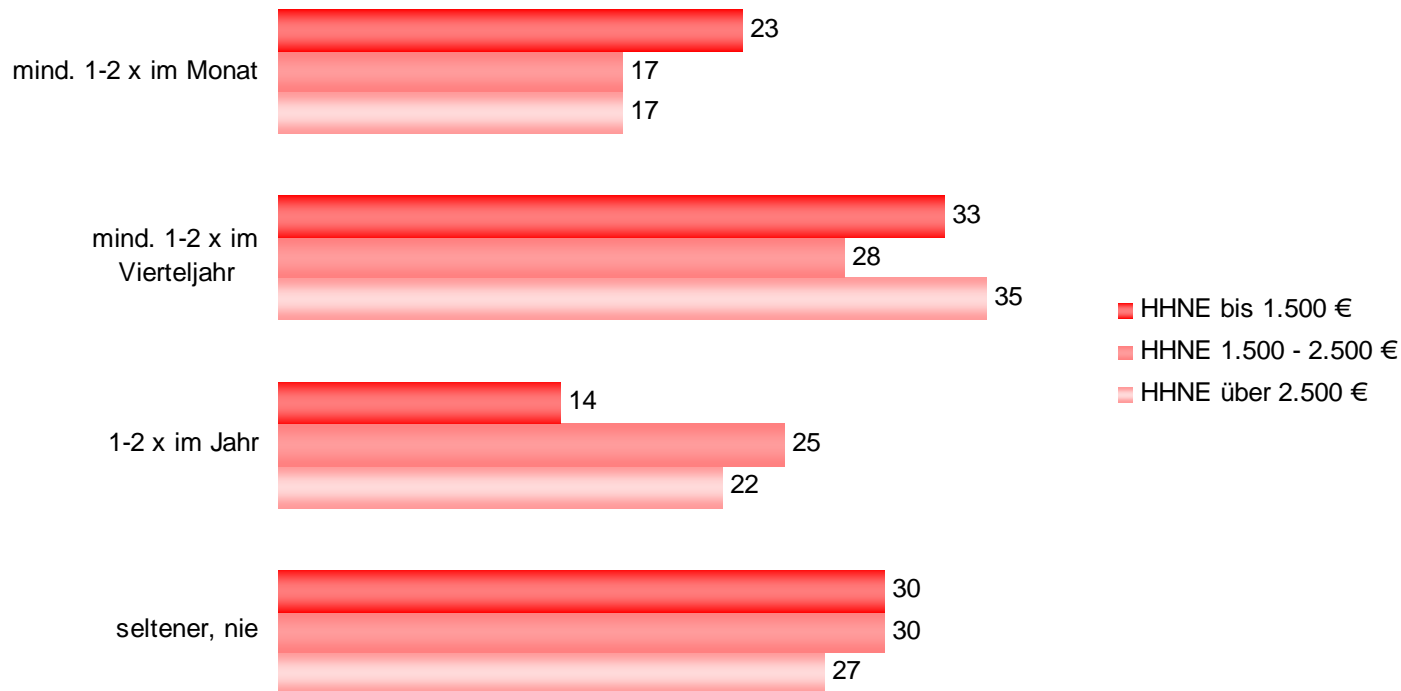


Basis: Alle Befragten; n = 1.000



Nach Einkommen: „Wie häufig gehen Sie in die Apotheke und kaufen ohne vorherigen Arztbesuch rezeptfreie Medikamente, um gesundheitliche Beschwerden selbst in den Griff zu bekommen?“

Angaben in %

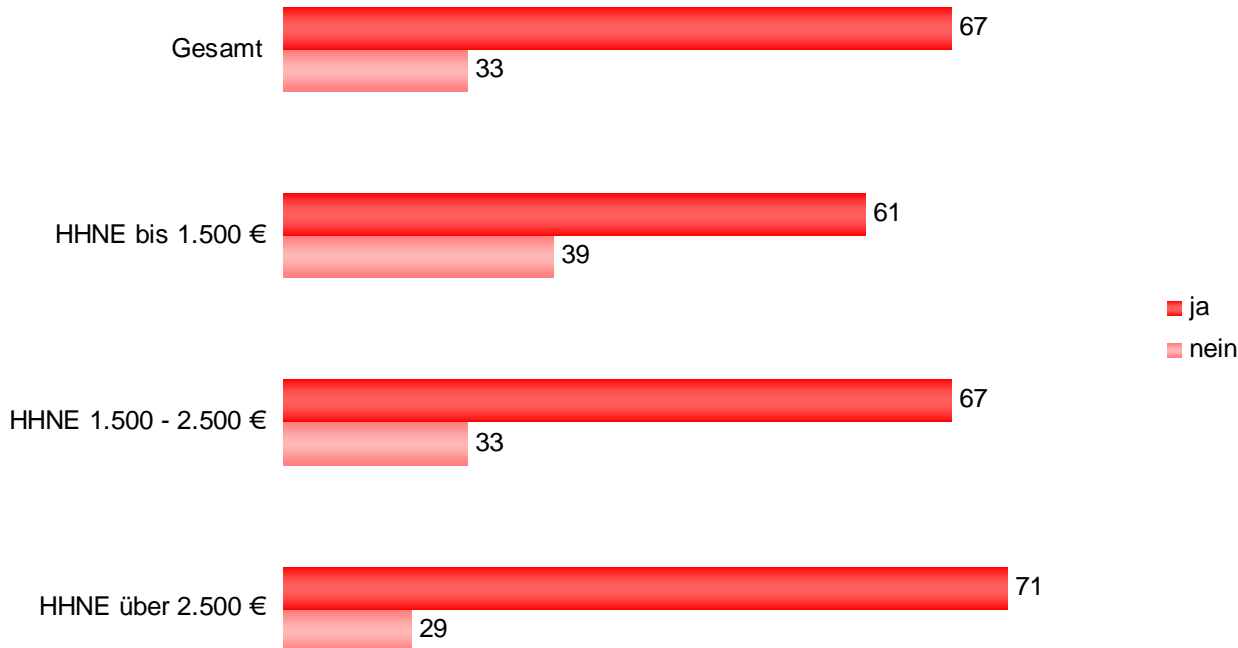


Basis: Alle Befragten; n = 1.000



Nach Einkommen: „Seit der Gesundheitsreform muss man viele apothekenpflichtige Medikamente selber zahlen, die man früher verordnet und von der Krankenkasse erstattet bekam. Kaufen Sie jetzt einige dieser Medikamente auf eigene Rechnung?“

Angaben in %

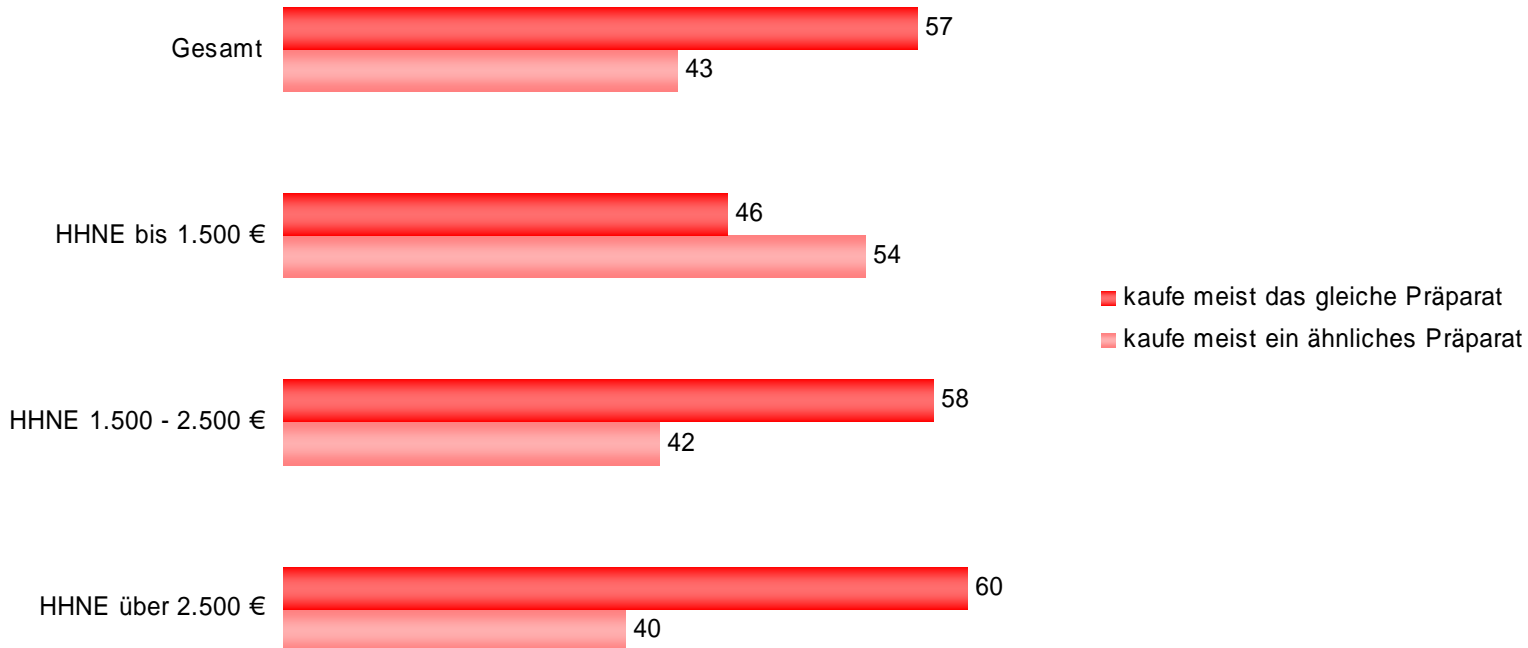


Basis: Befragte, die mindestens 1-2 Mal im Jahr in die Apotheke gehen; n = 719; (Alter gegenüber HHNE keine starken Differenzierungen, deshalb nicht zusätzlich dargestellt)



Nach Einkommen: „Sie kaufen diese Medikamente auf eigene Rechnung. Kaufen Sie dann in der Regel genau das gleiche Präparat, das Ihnen damals der Arzt verordnet hat oder kaufen Sie ein ähnliches Präparat mit gleicher Wirkung?“

Angaben in %;



Basis: Befragte, die mindestens 1-2 Mal im Jahr in die Apotheke gehen und Medikamente auf eigene Rechnung kaufen; n = 485; (Alter gegenüber HHNE keine starken Differenzierungen, deshalb nicht zusätzlich dargestellt)



Fragen Sie Ihren Arzt oder Ihren Apotheker?

Wenn Patienten die meisten ihrer Medikamente schon aus eigener Tasche bezahlen, dann holen sich viele von ihnen (51 %) zusätzlichen Rat durch den Apotheker, vor allem die Jüngeren.

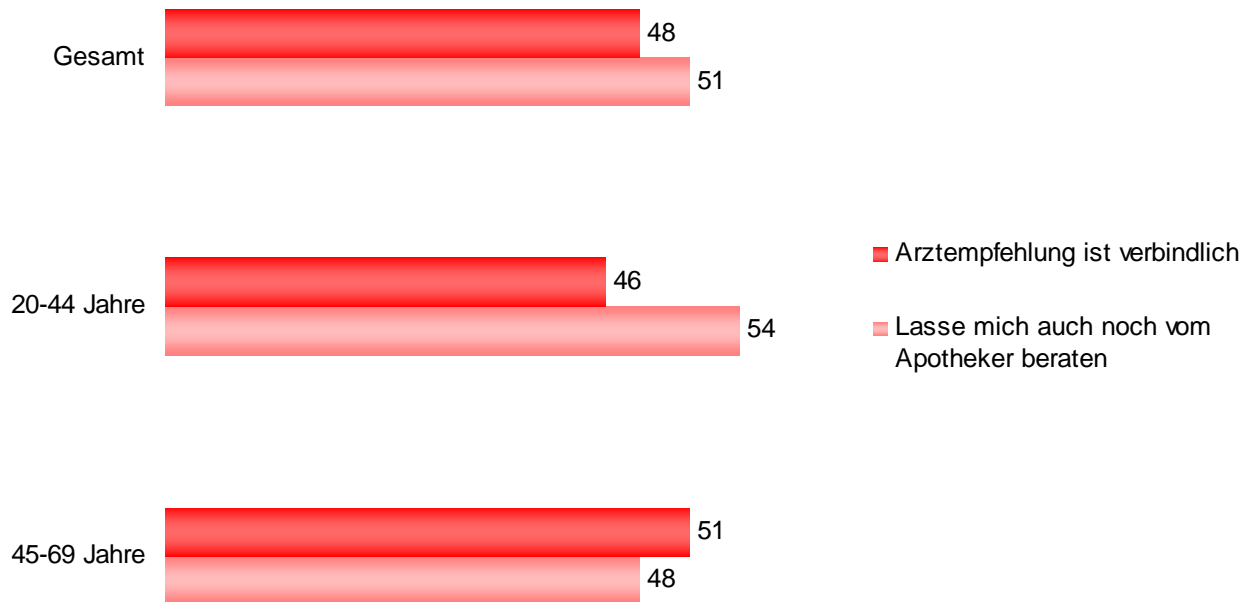
Insgesamt ist der Arzt aber nach wie vor die „erste Instanz“ – für 68 % der befragten Frauen ist die Meinung des Arztes sehr wichtig, bei den Apothekern sind es dagegen 25 %.

Man kann also sagen: Der Arzt gibt die Medikamentenrichtung an, der Apotheker macht die „Feinjustierung“.



Nach Alter: „Wenn Ihnen heute ein Arzt ein Medikament empfiehlt, das Sie selber in der Apotheke kaufen müssen, ist diese Arztempfehlung für Sie dann verbindlich oder lassen Sie sich auch noch vom Apotheker beraten?“

Angaben in %

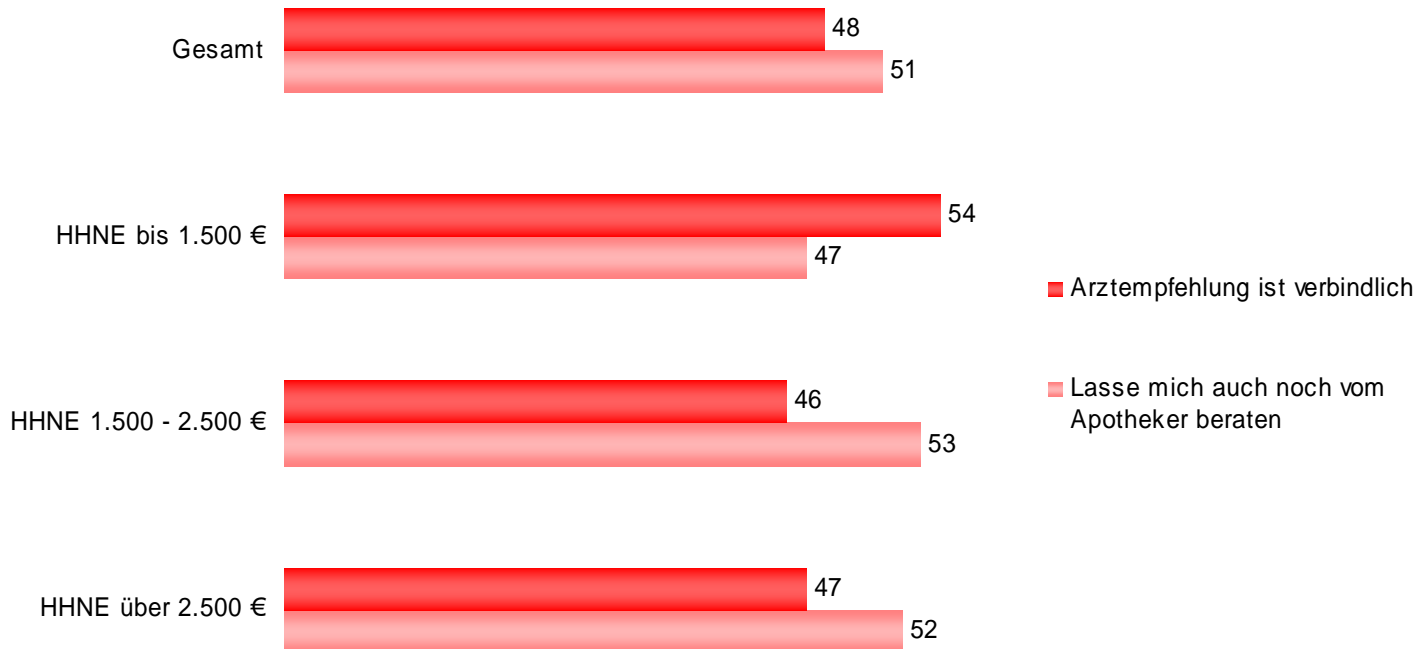


Basis: Alle Befragten; n = 1.000



Nach Einkommen: „Wenn Ihnen heute ein Arzt ein Medikament empfiehlt, das Sie selber in der Apotheke kaufen müssen, ist diese Arztempfehlung für Sie dann verbindlich oder lassen Sie sich auch noch vom Apotheker beraten?“

Angaben in %

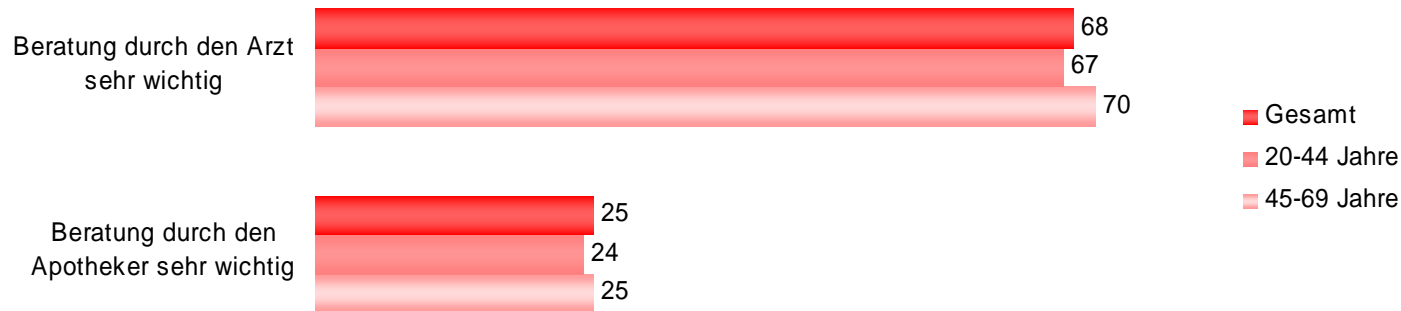


Basis: Alle Befragten; n = 1.000



Nach Alter: „Wie wichtig ist Ihnen, was Medikamente bzw. Arzneimittel betrifft, die Beratung des Arztes? Wie wichtig ist Ihnen in diesem Punkt die Beratung des Apothekers?“

Angaben in %



Basis: Alle Befragten; n = 1.000; (HHNE gegenüber Alter keine starken Differenzierungen, deshalb nicht zusätzlich dargestellt)



„Health sells“: Kaufort heute! Und morgen?

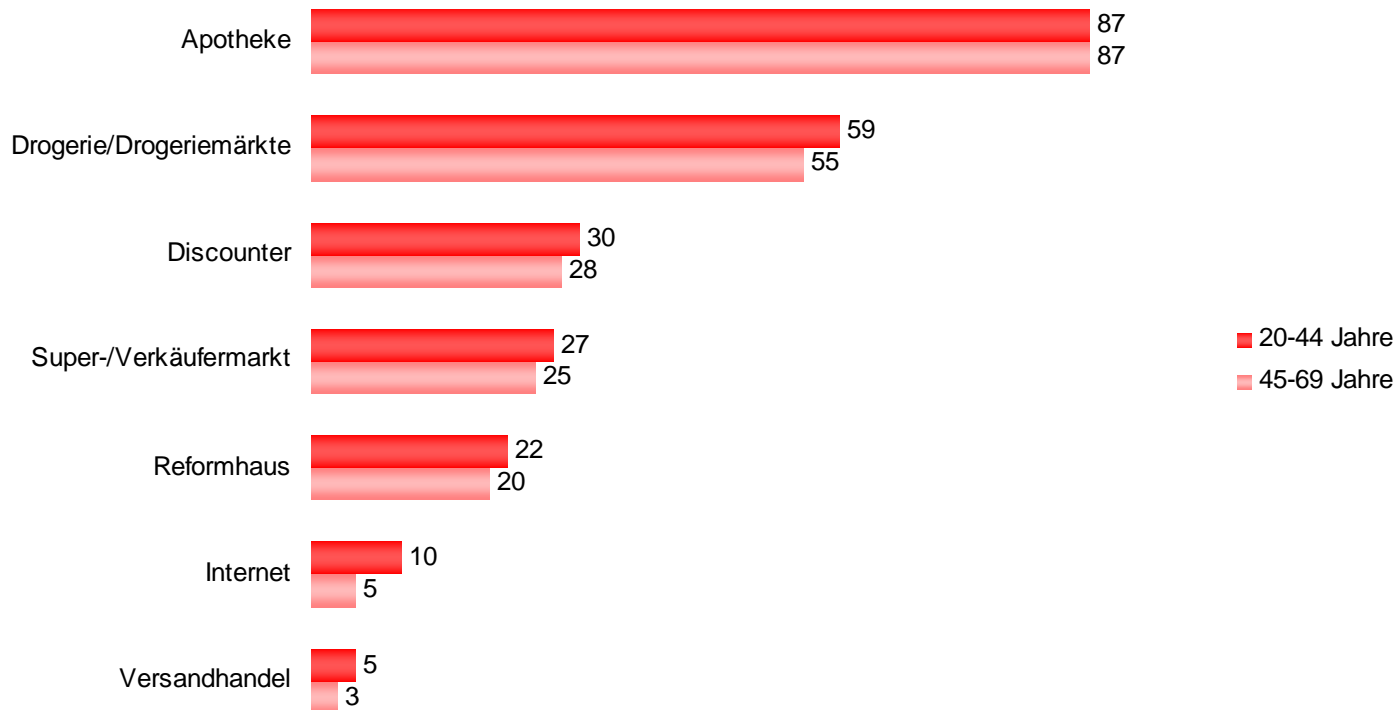
Die Apotheke ist und bleibt Einkaufsstätte Nr. 1 – fast 90 % der Befragten bevorzugen den Kauf ihrer Präparate dort. Mit großem Abstand folgen dann erst die Drogeriemärkte.

Über Internet bzw. Versandhandel würde zum jetzigen Zeitpunkt nur eine absolute Minderheit kaufen, allerdings doppelt so viele Junge wie Alte. Die Bedeutung dieser Vertriebswege dürfte jedoch in nächster Zeit zunehmen.



Nach Alter: „Wo überall würden Sie so genannte freiverkäufliche Mittel (Schmerz-/Erkältungsmittel, Vitamin-/Mineralpräparate, Stärkungsmittel) kaufen?“

Angaben in %

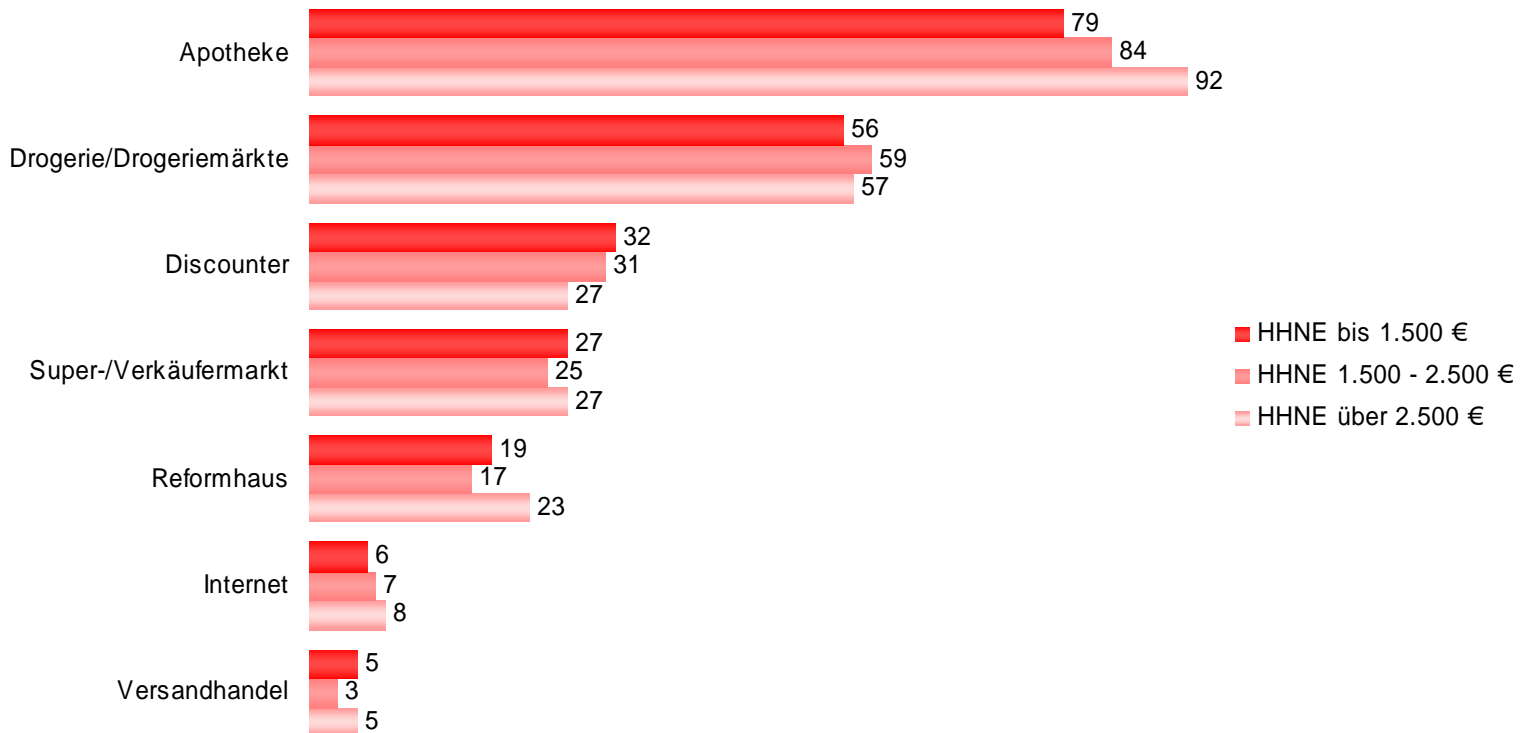


Basis: Alle Befragten; n = 1.000



Nach Einkommen: „Wo überall würden Sie so genannte freiverkäufliche Mittel (Schmerz-/Erkältungsmittel, Vitamin-/Mineralpräparate, Stärkungsmittel) kaufen?“

Angaben in %



Basis: Alle Befragten; n = 1.000



Stellen Patienten ihre Therapien künftig selbst zusammen? Einstellungen zum Thema Selbstzahlerleistungen.

Die gesetzlichen Krankenkassen sind verpflichtet, medizinisch notwendige Leistungen zu zahlen, allerdings hat sich der Leistungskatalog seit der Gesundheitsreform verschmälert. Leistungen, die nicht als medizinisch notwendig erachtet werden, müssen von den Patienten selbst gezahlt werden (**I**ndividuelle **G**esundheits-**L**eistungen).

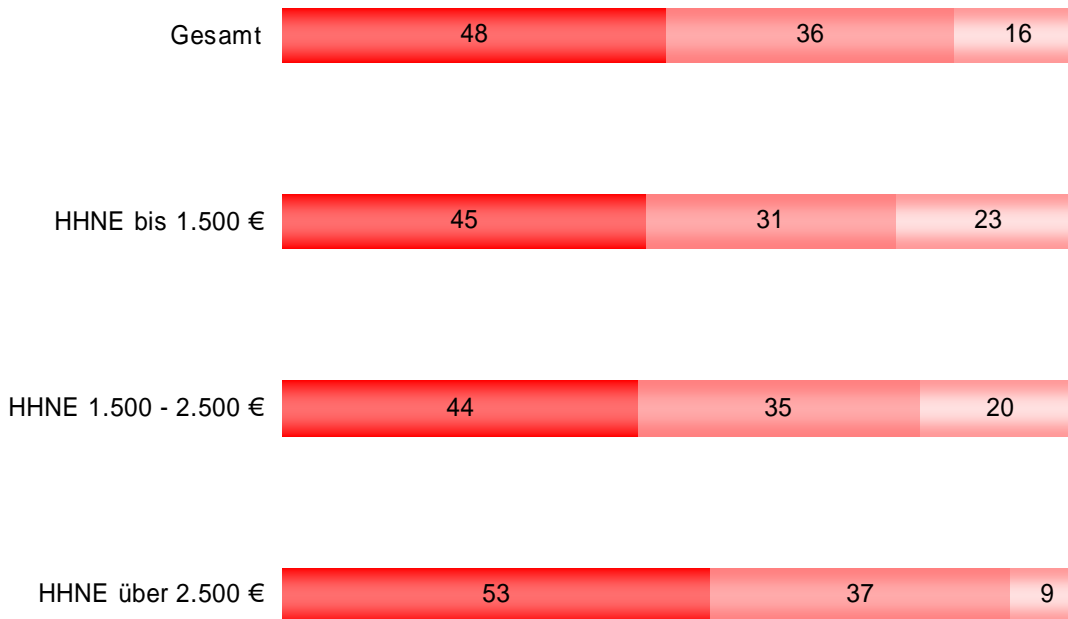
Nahezu jede Facharzt-Richtung bietet Zusatzleistungen an, viele davon sind durchaus empfehlenswert. Sie zahlen auf das Konto der Prophylaxe ein oder unterstützen die Heilungschancen. Noch bleibt es dem Patienten selbst überlassen, sich im Dickicht dieser Leistungen zurechtzufinden bzw. zu entscheiden, welche dieser Leistungen in Anspruch genommen werden.

Für 16 % der befragten Frauen kommen solche Selbstzahlerleistungen überhaupt nicht in Frage. Die Mehrheit der Befragten (48 %) möchte vom Arzt hierzu umfassend informiert werden, 36 % nur gezielt, wenn es sie gerade direkt betrifft.



Nach Einkommen: „Wir haben hier einige Meinungen zum Thema Selbstzahlerleistungen. Welcher dieser Meinungen würden Sie persönlich am ehesten zustimmen?“

Angaben in %



Ich möchte vom Arzt möglichst umfassend informiert werden, welche medizinischen Möglichkeiten der Diagnose und Therapie es gibt, auch wenn die Krankenkasse sie nicht übernimmt und ich sie selbst zahlen muss.

Ich möchte mich nur gezielt beim Arzt über Selbstzahlerleistungen informieren können und mir nicht über eine ganze Palette von möglichen Leistungen Gedanken machen.

Selbstzahlerleistungen kommen für mich eigentlich nicht in Frage.

Basis: Alle Befragten; n = 1.000; (Alter gegenüber HHNE keine starken Differenzierungen, deshalb nicht zusätzlich dargestellt)



Wird aus Lifestyle „Healthstyle“?

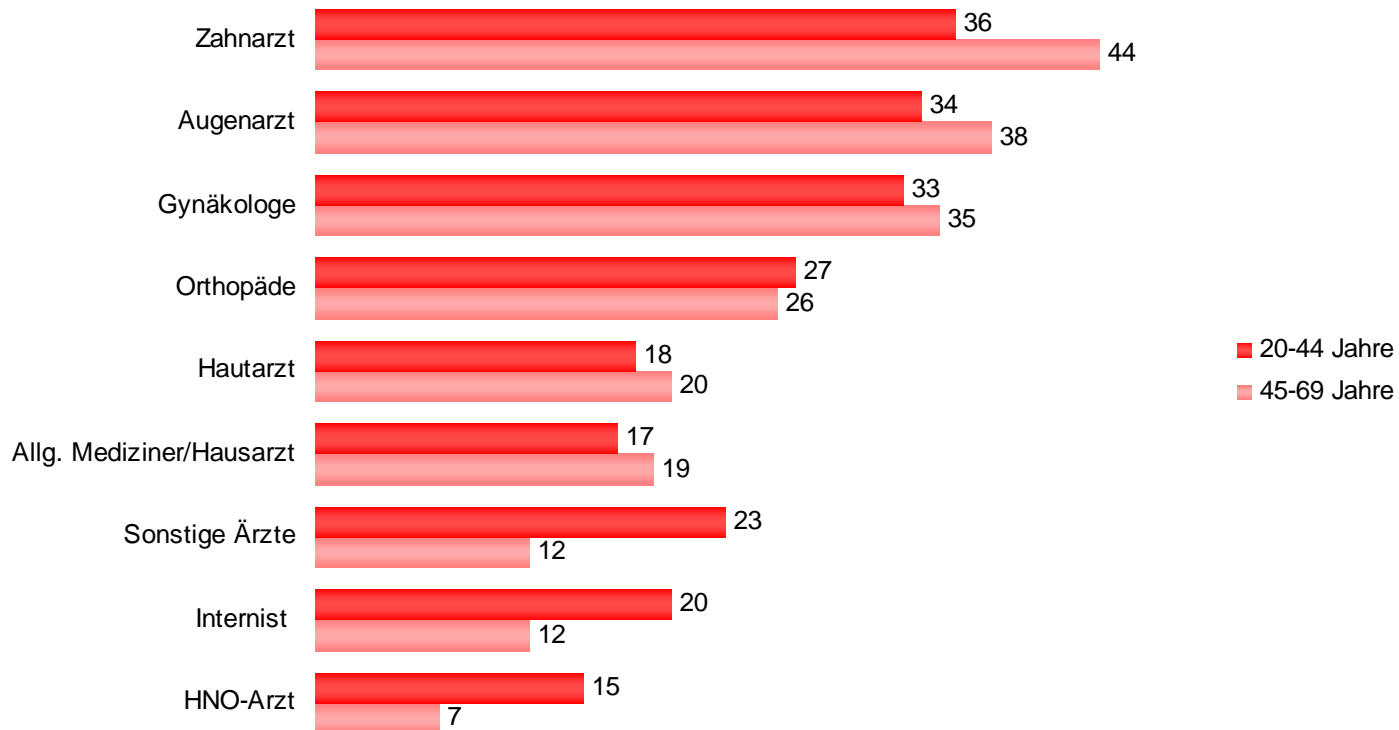
Fast alle befragten Frauen sind im letzten Jahr zu einem Arzt gegangen und bei vielen Fachärzten wurden ihnen Selbstzahlerleistungen angeboten: am häufigsten beim Zahnarzt (40 %), beim Augenarzt (37 %) und beim Gynäkologen (34 %).

Tatsächlich in Anspruch genommen wurden diese Leistungen sehr viel weniger häufig: 19 % aller Befragten haben dieses beim Zahnarzt getan, 13 % beim Gynäkologen und 9 % beim Allgemeinmediziner. Auffällig, aber nicht überraschend ist hierbei, dass Frauen aus gut situierten Haushalten häufiger Selbstzahlerleistungen in Anspruch nehmen (können).



Nach Alter: „Und von welchem dieser Ärzte sind Ihnen Selbstzahlerleistungen angeboten worden?“

Angaben in %

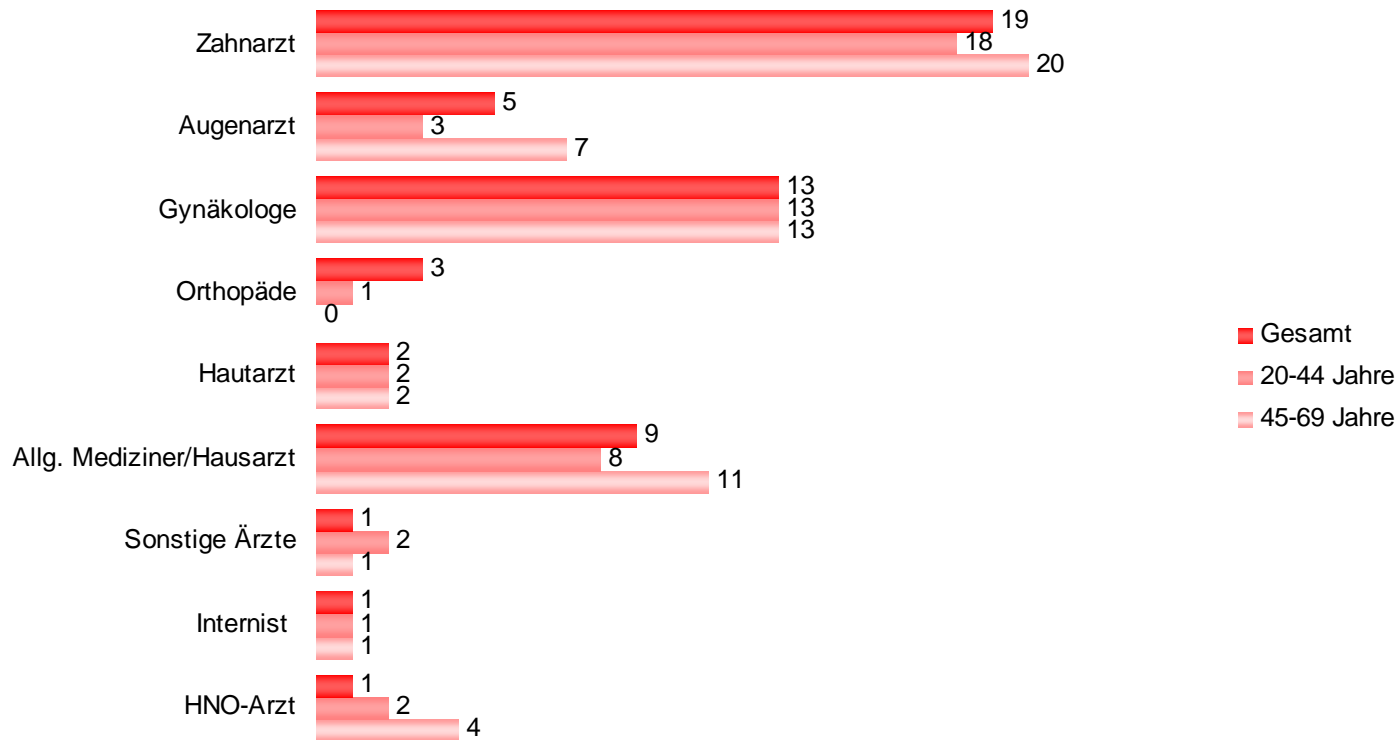


Basis: Alle Befragten; n = 1.000



Nach Alter: „Haben Sie eine oder mehrere der vom Arzt angebotenen Leistungen in Anspruch genommen, die Sie selbst zahlen mussten?“

Angaben in %



Basis: Alle Befragten; n = 1.000



Deutsches Gesundheitswesen – quo vadis?

Klar ist: Der Gesundheitsmarkt hat sich verändert bzw. befindet sich nach wie vor im Änderungsprozess. Das betrifft alle Beteiligten, also sowohl Patienten bzw. Versicherte, Ärzteschaft und die Krankenhäuser genauso wie die pharmazeutische Industrie.

Laut Veröffentlichung von IFM Mannheim (Institut für Marktpsychologie) Dr. Gert Gutjahr GmbH werden **drei Megatrends** die Entwicklung des Gesundheitswesens in Deutschland bestimmen:

1. die Health-Ökonomie
2. die wachsende Bedeutung der Prävention gegenüber der Therapie
3. die Emanzipation der Patienten

Medien spielen in diesem Prozess eine wichtige Rolle, denn sie leisten einen großen Informations- und auch Aufklärungsbeitrag. BILD der FRAU ist hier seit Jahren eine zuverlässige, kompetente und geschätzte Partnerin für Millionen von Leserinnen und für die Pharmaindustrie. Deshalb zum Schluss noch ein Paar Seiten in eigener Sache ...



Ganz viel Pharma-Zielgruppe

Kein anderer Titel im Segment der women's weeklies erreicht so viele gesundheitsbewusste Frauen und erschließt ein so großes Verwenderinnen-Potential für pharmazeutische Produkte wie BILD der FRAU:



3,90 Mio. Leserinnen von BILD der FRAU achten sehr auf ihre Gesundheit und 1,77 Mio. Frauen haben ein starkes bzw. sehr starkes Informationsinteresse an Gesundheitsprodukten.

Werte, die die große Nachfrage unserer Leserinnen an den Themen Gesundheit & Medizin eindrucksvoll dokumentieren.

VA 2006/3 - stimme voll und ganz/weitgehend zu bzw. sehr stark/stark interessiert



**Bild
der
Frau**

Millionenfach geliebt

Kernkompetenz: Gesundheit

- BILD der FRAU steht für Glaubwürdigkeit und hat damit eine besonders **sensible Funktion im Pharma-Ressort**. Hochkarätige Pharma-Journalisten recherchieren sorgfältig alles über Neuigkeiten, Therapiemöglichkeiten und Gesundheitsprophylaxe.
- Jede Woche auf **vier Seiten Gesundheit**: gesundheitliche Wellness, ein „hartes“ Medizinthema und ein aktuelles Zusatzthema.



Funktioniert ausgezeichnet gut!

BILD der FRAU wirkt nicht nur schnell, sondern auch zuverlässig:

- Deutschlands größter Frauentitel
- Marktführer und Markenführer
- mit 92.520 Verkaufsstellen überall erhältlich
- schnell im Abverkauf
- höchste Glaubwürdigkeit
- verbindet Media-Power (Auflagen- und Reichweitenmarktführer) und Lesernähe mit Relevanz

BILD der FRAU sorgt dafür, dass Ihre Anzeige groß rauskommt.



**Bild
der
Frau**

Millionenfach geliebt

Unschlagbar: Die Axel Springer FRAUEN KOMBI!

- höchste Reichweite: 5,41 Mio. Leserinnen!
- mit **nur zwei** Titeln größte Auflage: 1,56 Mio. Käuferinnen!
- niedriger TAP im Segment:
günstiger als alle Bauer-Kombinationen!
- bei Belegung der Kombi gewährt „Frau von Heute“
25 % Rabatt auf den Anzeigenpreis.
- wirtschaftlich in den TKP's:
im Ranking immer ganz weit vorn
Sie wollen Details für Ihre spezielle Zielgruppe?
Unser MEDIA-SERVICE hilft Ihnen gern weiter –
Tel.: 0800 / 800 20 20



ma 2007 I (Frauen), alle Frauen-Kombis im Segment Women's Weeklies, IVW I/2007



Anzeigenkunden Pharma 2006/2007



Ihre Ansprechpartner

Axel Springer AG
BILD der FRAU-**Anzeigenleitung**
Claudia Blumenberg
Telefon +49 (0) 40 3 47-2 43 37
E-Mail: bildderfrau.anzeigen@axelspringer.de

Axel Springer AG
Verlagsbüro Zeitschriften
Radigundis Sent (Berlin)
Telefon +49 (0) 30 25 91-7 15 42
E-Mail: azs.berlin@axelspringer.de

Axel Springer AG
Verlagsbüro Zeitschriften
Silka Mossbeck (Hamburg)
Telefon +49 (0) 40 3 47-2 88 69
E-Mail: azs.hamburg@axelspringer.de

Axel Springer
Verlagsservice Zeitschriften
Herbert Budich GmbH
Petra Gohlisch (Hannover)
Telefon +49 (0) 5 11 9 60 42 33
E-Mail: azs.hannover@axelspringer.de

Axel Springer AG
Verlagsbüro Zeitschriften
Carsten Kreuzkamp (Düsseldorf/Köln)
Telefon +49 (0) 2 11 3 86 45 10
E-Mail: azs.duesseldorf@axelspringer.de

Axel Springer AG
Verlagsbüro Zeitschriften
Steffen Anschütz (Frankfurt)
Telefon +49 (0) 69 96 23 85 11
E-Mail: azs.frankfurt@axelspringer.de

Axel Springer AG
Verlagsbüro Zeitschriften
Simone Aichele (Esslingen)
Telefon +49 (0) 7 11 3 19 91 26
E-Mail: azs.stuttgart@axelspringer.de

Axel Springer AG
Verlagsbüro Zeitschriften
Jana Buchholz (München)
Telefon +49 (0) 89 21 10 34 85
E-Mail: azs.muenchen@axelspringer.de

Axel Springer AG
BILD der FRAU-**Expedition**
Dietmar Kastning / Oliver Gayck / Ulrich Beckert
Axel-Springer-Platz 1
20350 Hamburg
Telefon +49 (0) 40 3 47-2 39 47
Telefax +49 (0) 40 3 47-2 65 69
E-Mail: expedition.zeitschriften@axelspringer.de

Axel Springer AG
Marktforschungsleitung
Maria Strecker
Telefon +49 (0) 40 3 47-2 23 18
E-Mail: maria.strecker@axelspringer.de

Axel Springer AG
Advertising Sales International
Leiterin: Barbara Krist
Telefon +49 (0) 40 3 47-2 78 42
E-Mail: adsales.intl@axelspringer.de

Axel Springer AG
Übergreifende Kooperationen / Integrierte Kommunikation
Leiter: Thomas Kietsch
Telefon +49 (0) 40 3 47-2 20 26
E-Mail: azs.kooperationen@axelspringer.de

