

Grundlagenstudie Gesundheit 2010

Informations- & Kaufverhalten, Trends und Vergleich mit Grundlagenstudie Gesundheit 2007



The fine Arts of digital Media ■



GMX



TOP.DE



AD Europe



Regio.Online

Warum diese Studie?

Pharmamarketing goes Online

Das Internet als Informationsmedium für Gesundheitsprodukte

Informationssuche vs. Werbespendings



“Pharmamarketing goes Online”

«... Allerdings deuten die Studien einen Sinneswandel an. Rund zwei Drittel der Teilnehmer (Pharmaunternehmen) planen, Marketing und Vertriebsmaßnahmen bis 2012 auszubauen. Vor allem das Internet spielt dabei eine Rolle. 69 Prozent erwarten, dass in drei Jahren das Web einer der wichtigsten Kanäle zum Kunden ist. Heute erachten nur 15 Prozent das Netz als wichtig an.»

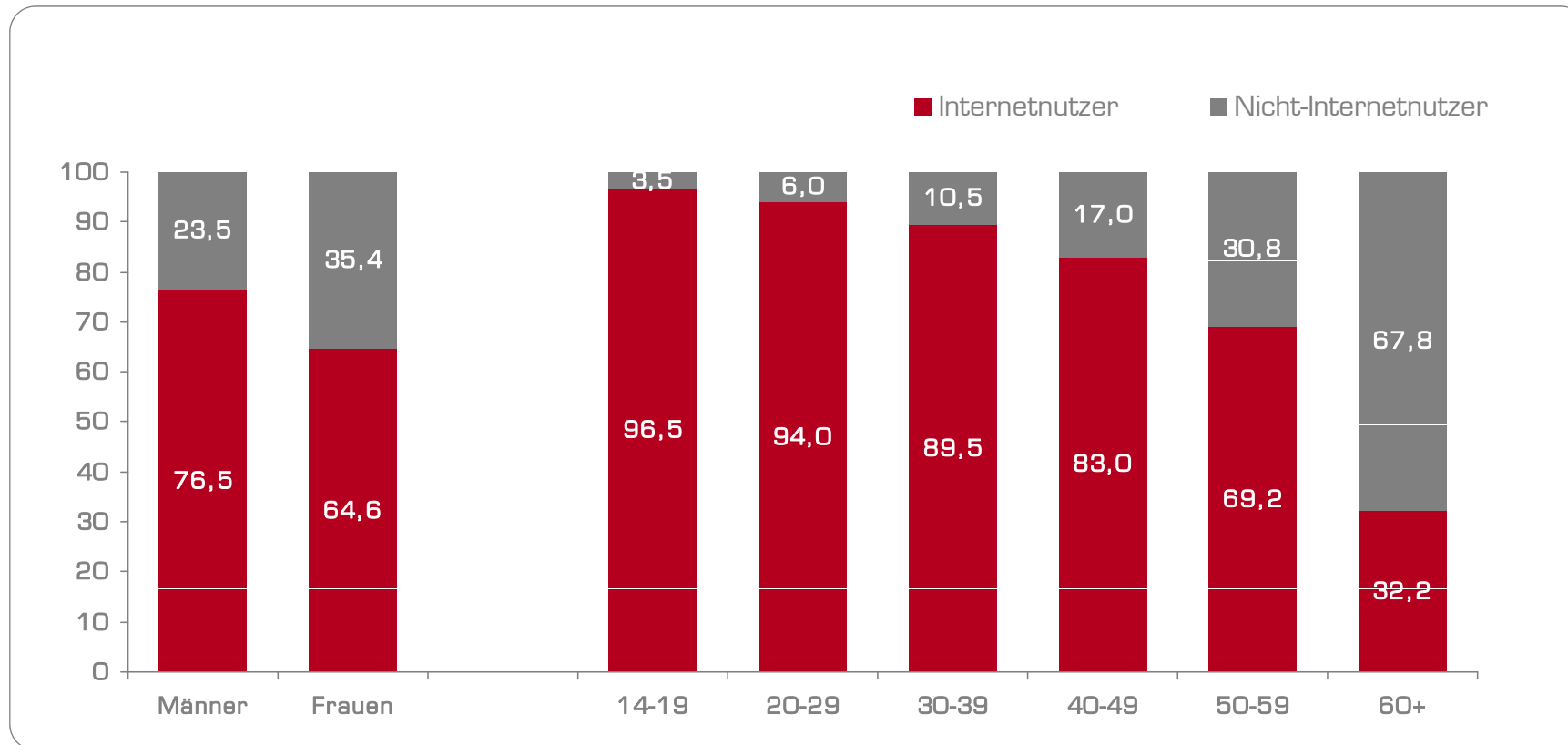
Accenture

Quelle: HORIZONT http://www.horizont.net/aktuell/marketing/pages/protected/Pharma-40-Prozent-der-Marketingbudgets-ohne-Wirkung_90474.html; Accenture: „Multichannel Management: Wie Pharmaunternehmen den Außendienst mit innovativen Vertriebskanälen kombinieren“; „How customer-centric business models drive growth for pharmaceutical companies”

Ihre Zielgruppe ist online!

■ Das Internet ist zum Massenmedium geworden

- Die wichtigste Mediazielgruppe der 14- bis 49-Jährigen ist bereits zu 90% online
- Die unter 29-Jährigen sind sogar fast vollzählig im Internet, wachsen schon als Onliner auf
- Das Internet ist kein reines Männer-Medium mehr – knapp 65% der Frauen sind online



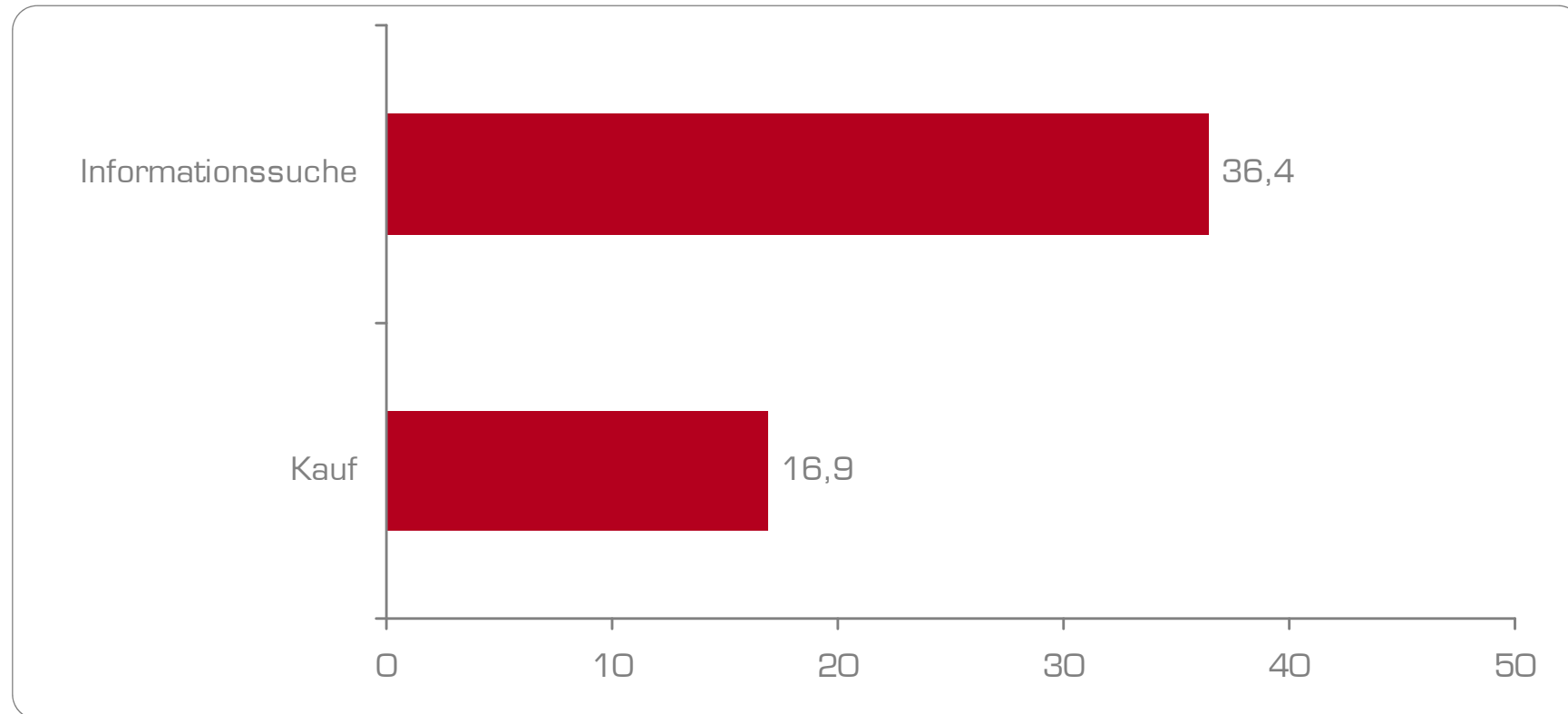
Quelle: AGOF internet facts 2010-I (Zeitraum: Januar - März 2010)

Basis: 113.507 ungew. Fälle, 148.039 gew. Fälle - 100,0% - 70,50 Mio, deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahre

Das Internet wird immer wichtiger für Informationen zu Gesundheitsthemen

Jeder Dritte Onliner informiert sich im Internet über Gesundheitsprodukte / Medikamente, 17% haben bereits Gesundheitsprodukte / Medikamente im Internet gekauft.

Gesundheitsprodukte / Medikamente im Internet

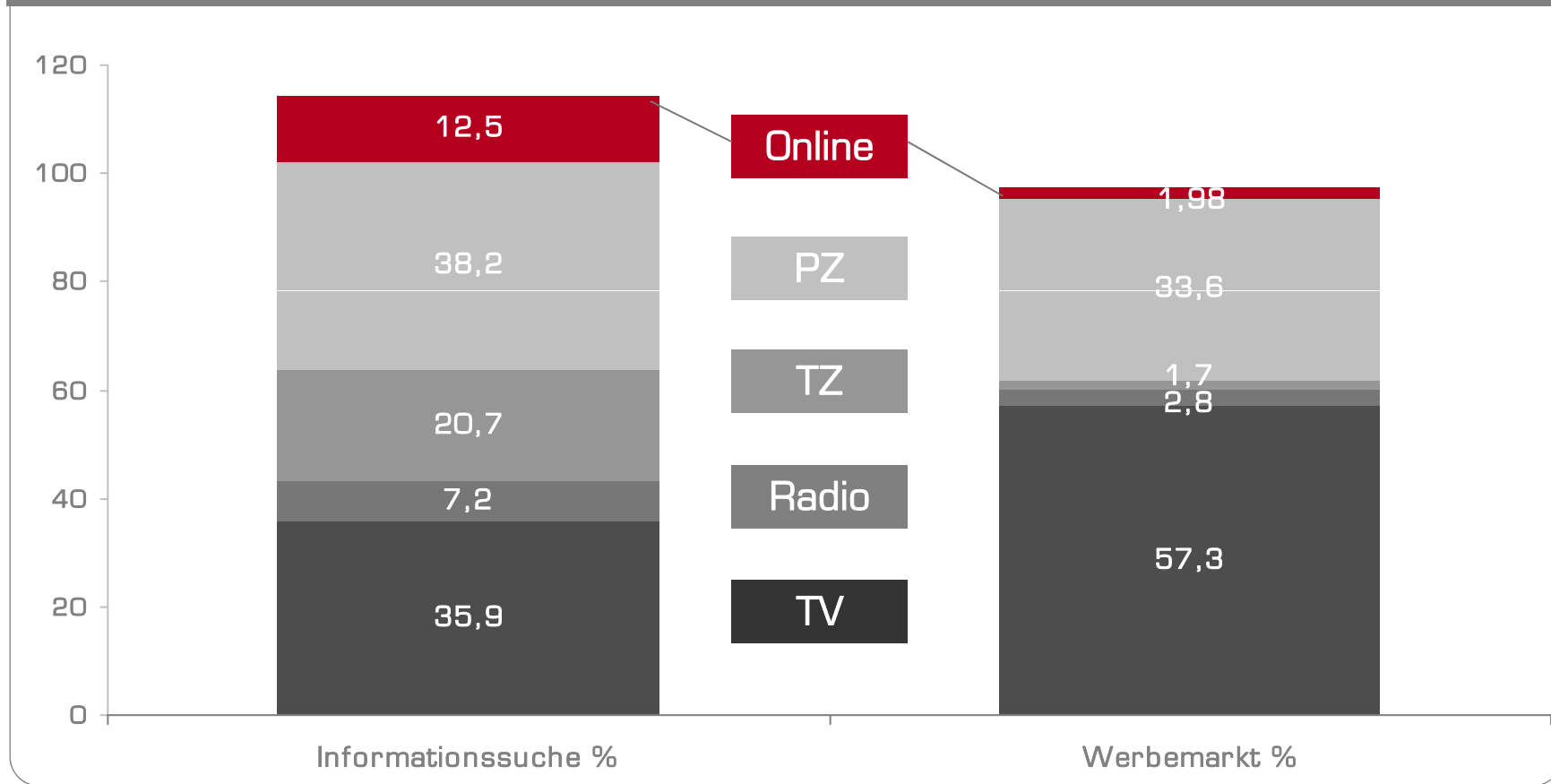


Quelle: AGOF internet facts 2010-I, Basis: Internetnutzung: Nutzung in den letzten 3 Monaten (Onliner-WNK), Angaben in %

Allerdings investieren Pharmaunternehmen nur 2% der Werbespendings in Online

13% der deutschen Gesamtbevölkerung informieren sich online über Gesundheitsfragen, aber die Pharmaunternehmen investieren nur 2% der Spendings online.

Vergleich durchschnittliche Mediennutzungsanteile für Informationen zu Gesundheitsfragen mit Mediamix der Branche Gesundheit & Pharmazie

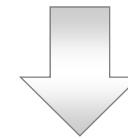
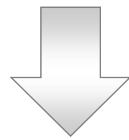


Quellen: Typologie der Wünsche 2010 (Information im Allgemeinen über Gesundheitsfragen); Nielsen Media Research (Anteile an deutschen Brutto-Werbespendings 2009 nach Mediengattungen – ohne Plakat & Fachzeitschriften)

Zwischenfazit

Das Internet als Massenmedium:
Alle Bevölkerungsgruppen sind
online anzutreffen.

Zunehmende Bedeutung des Internet als
Informationsmedium für
Gesundheitsfragen



Wie informieren sich WEB.DE- & GMX-Nutzer über
Gesundheitsfragen?



Grundlagenstudie Gesundheit 2010

Rahmendaten

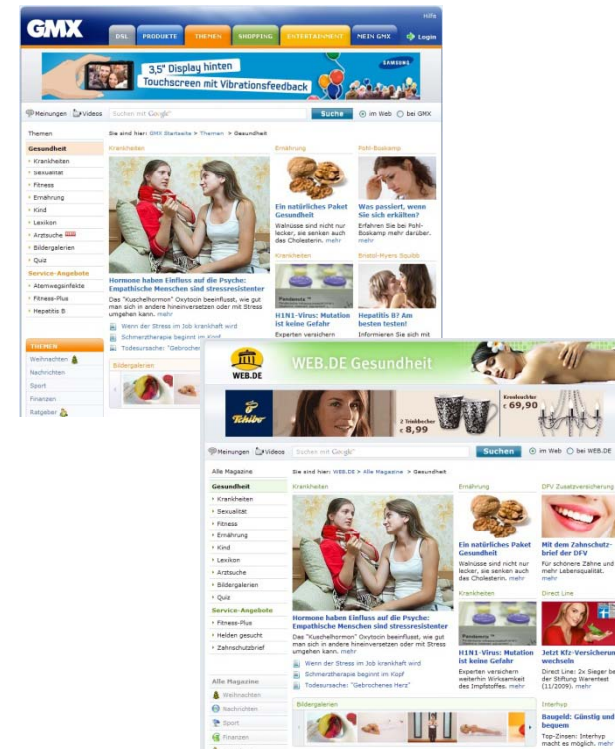
Themen
Rahmendaten zur Erhebung



Themen der Grundlagenstudie Gesundheit 2010

Die Grundlagenstudie Gesundheit bietet Informationen zu:

- Informationsverhalten Gesundheitsthemen
- WEB.DE und GMX Gesundheitsmagazin
- Werbewirkung
- Interesse an bestimmten Gesundheitsthemen
- Krankenversicherung
- Selbstmedikation
- Kaufentscheidung & Einkaufsstätten
- Betroffenheit der Nutzer von Krankheitsbildern
- Rauchen & Raucherentwöhnung
- Vorsorge



Rahmendaten & Zielgruppe



The fine Arts of digital Media ■

Rahmendaten

Feldzeit:	26.11.2009 – 07.01.2010
Stichprobe:	n= 2.452
Ø-Dauer:	18 Minuten 29 Sekunden
Methode:	Onsite Befragung nach n-ten Verfahren auf WEB.DE und GMX
Durchführung:	United Internet Media Marktforschung, Melanie Kaller
Zielgruppe:	WEB.DE / GMX Nutzer



Informationsverhalten

Informationsquellen für Gesundheitsthemen

Informationsquellen im Internet

Preisvergleich im Internet

Gesundheitsmagazine auf WEB.DE, GMX und 1&1

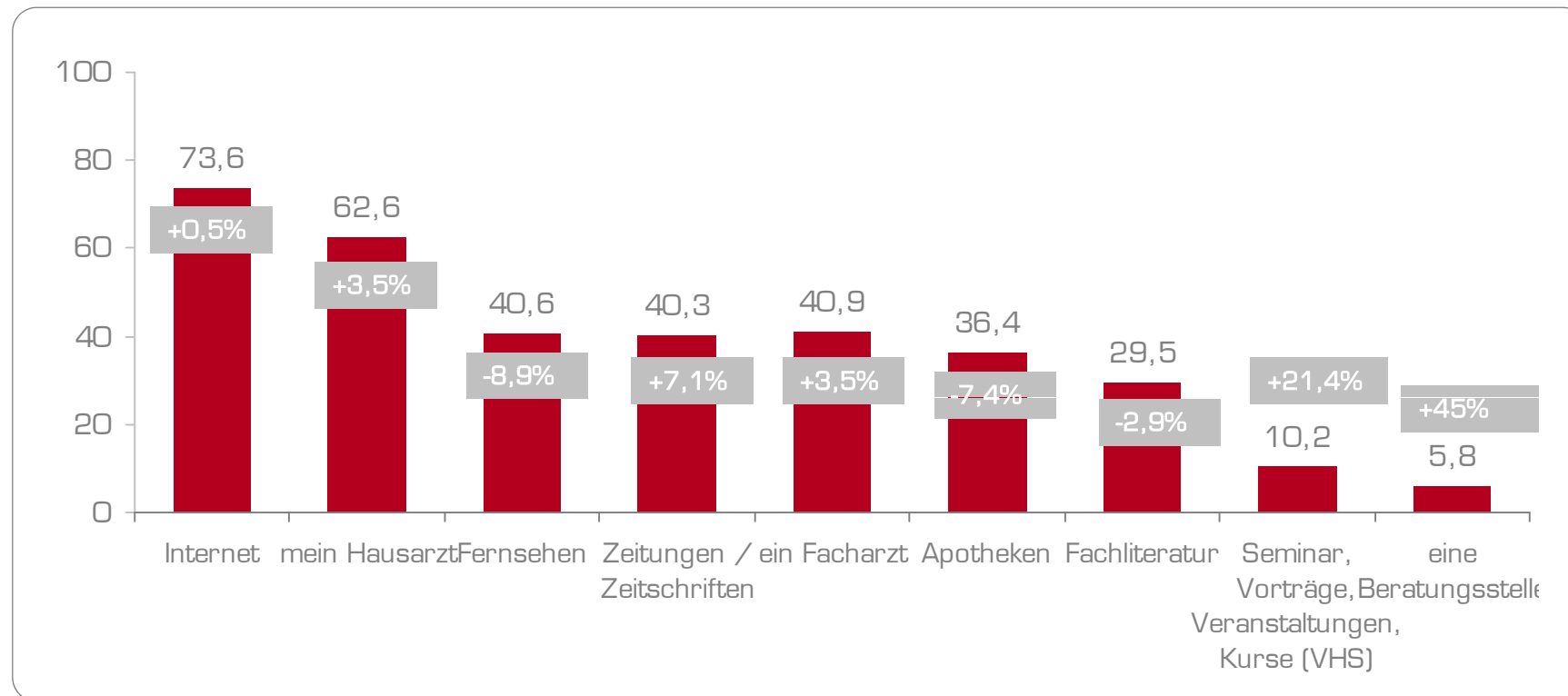
Reichweiten Special Interest Gesundheit



Internet & Hausarzt als wichtigste Informationsquellen

Drei von Vier Befragten nutzen das Internet um Informationen zu Gesundheitsthemen zu erhalten.

Informationsquellen für Gesundheitsthemen & prozentuale Änderung zu 2007



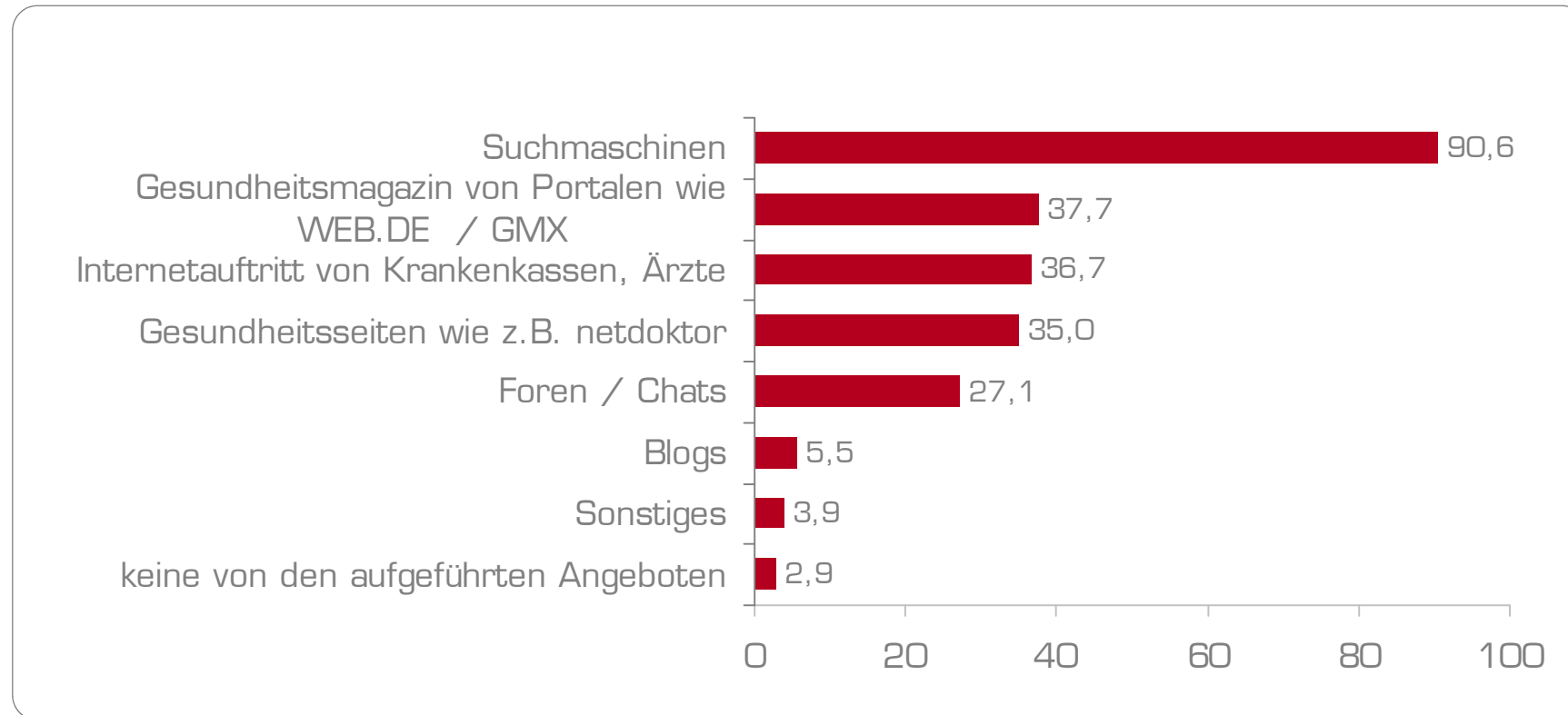
Basis: alle Befragten n=2.452; Angaben in %

Frage: Welche der folgenden Informationsquellen nutzen Sie persönlich, um sich über das Thema Gesundheit zu informieren? / Stellen Sie sich vor, Sie möchten sich über ein heikles Thema aus dem Gesundheitsbereich z.B. Blasenschwäche informieren. Welche der folgenden Quellen würden Sie nutzen?

Im Internet Suchmaschinen und Gesundheitsmagazine gefragt

Knapp 38% nutzen als Informationsquellen Gesundheitsmagazine auf Portalen wie WEB.DE und GMX.

Informationsquellen im Internet für Gesundheitsthemen

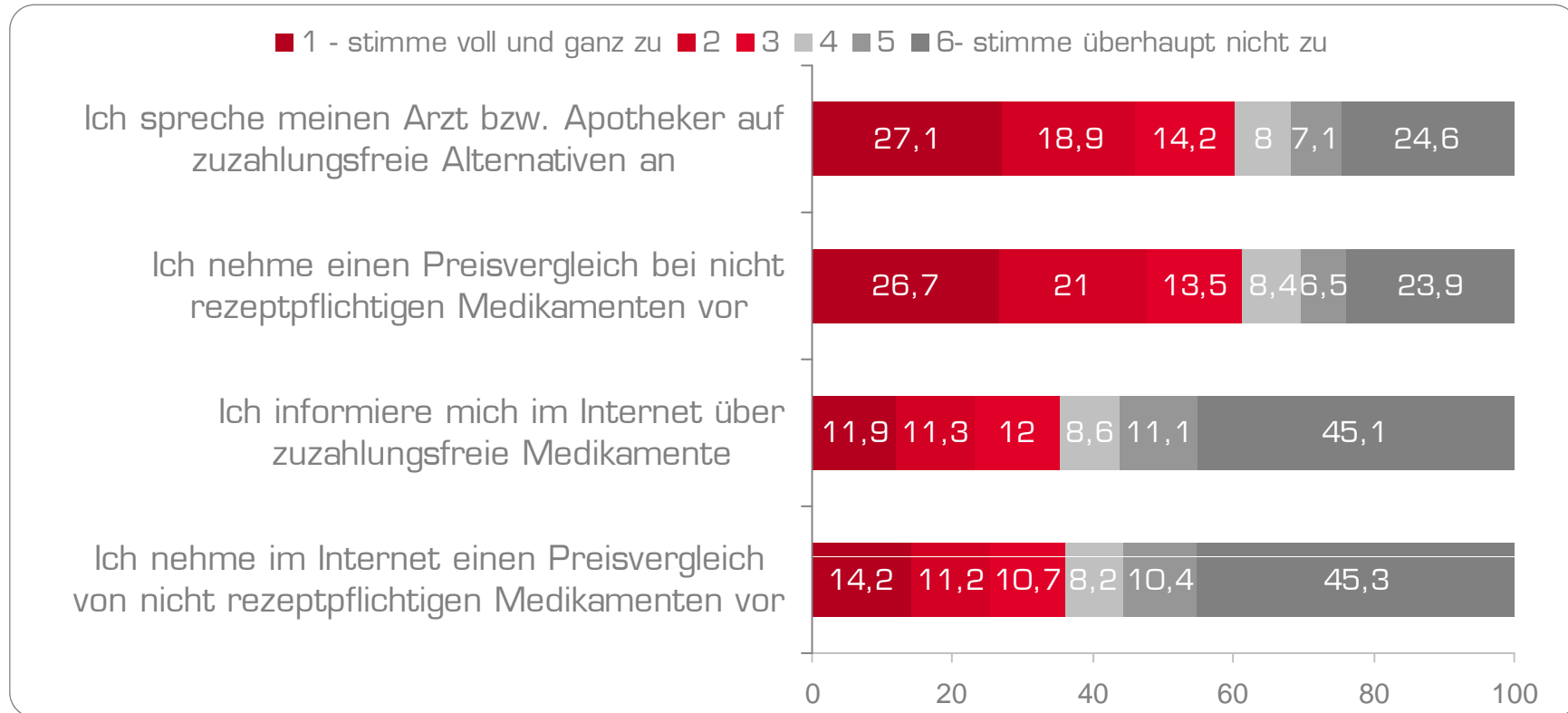


Basis: Befragte, welche das Internet als Informationsquelle für Gesundheitsthemen nutzen n=1.805; Angaben in %
Frage: Welche Internet-Angebote nutzen Sie, um sich über das Thema Gesundheit zu informieren?

Knapp die Hälfte nimmt Preisvergleiche bei nicht-rezeptpflichtigen Medikamenten vor

46% sprechen ihren Arzt / Apotheker auf zuzahlungsfreie Alternativen an.

Statements zuzahlungsfreie Medikamente



Basis: alle Befragten n=2.452; Angaben in % Skala von 1 stimme voll und ganz zu bis 6 stimme gar nicht zu
Frage: Wie bewerten Sie folgende Statements zum Thema zuzahlungsfreie Medikamente?

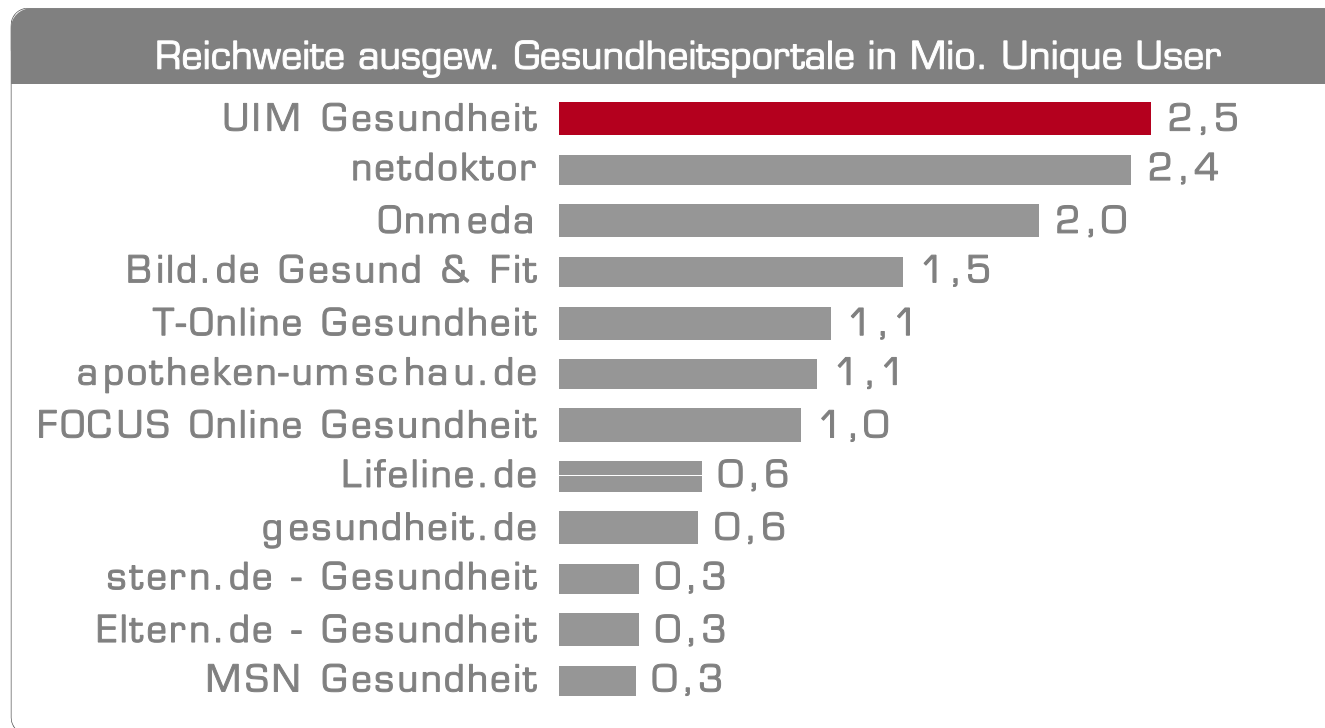
Gesundheitsmagazin auf WEB.DE, GMX und 1&1



The fine Arts of digital Media

Hohe Reichweite der Gesundheitsmagazine von WEB.DE, GMX und 1&1

Die Gesundheitsmagazine auf WEB.DE, GMX und 1&1 erreichen 2,5 Mio. Nutzer im Monat.



Quelle: AGOF internet facts 2010-I

Attraktiv für Informationen zu Gesundheitsthemen

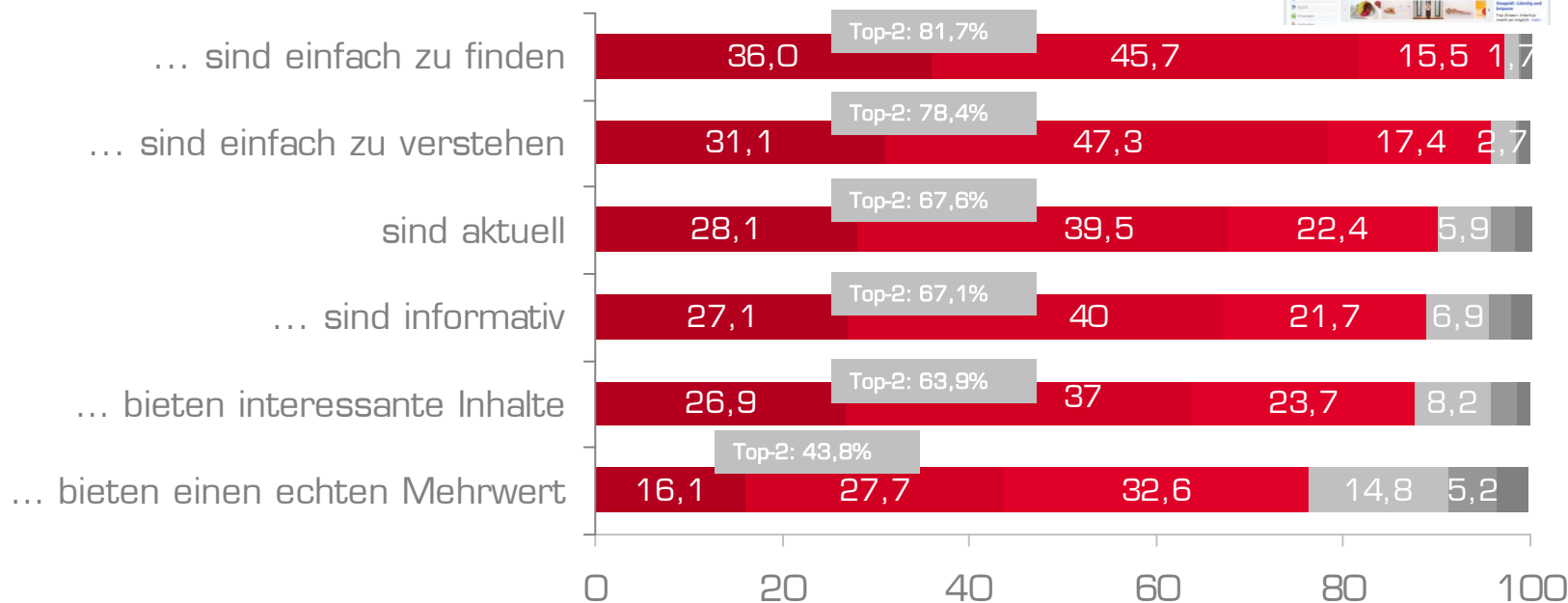
Die Themen des Gesundheitsmagazins werden von den Nutzern als einfach zu finden, zu verstehen und aktuell eingestuft.

Nutzung WEB.DE / GMX Gesundheitsmagazin



■ 1 - trifft voll und ganz zu ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6- trifft gar nicht zu

Die Themen des WEB.DE / GMX Magazin Gesundheit ...



Basis: Nutzer Gesundheitsmagazin n=595; Angaben in % Skala von 1 „trifft voll und ganz zu“ bis 6 „trifft gar nicht zu“
Frage: Wie bewerten Sie die das WEB.DE / GMX Magazin Gesundheit hinsichtlich folgender Kriterien?

Zwischenfazit

- 74% der Befragten informieren sich im Internet über Gesundheitsprodukte.
- Hierbei spielen neben der Suchmaschine Gesundheitsmagazine von Portalen und der Internetauftritt von Ärzten oder Krankenkassen die wichtigste Rolle.
- Jeder vierte Befragte informiert sich im Internet über zuzahlungsfreie Medikamente und nimmt hierbei einen Preisvergleich vor.
- Die Gesundheitsmagazine auf WEB.DE, GMX und 1&1 werden von 2,5 Mio. Nutzern im Monat genutzt.
- Das Gesundheitsmagazin wird von den Nutzern als einfach zu finden, verstehen und aktuell empfunden.

Das Internet als Informationsmedium für
Gesundheitsfragen

Kaufverhalten & Werbung

Selbstmedikation

Einkaufsstätten

Online-Apotheke

Kaufentscheidung

Gestützte Bekanntheit Gesundheitsprodukte

Werbewirkung

Beispielstudie



87% bereits Medikamente zur Selbstmedikation gekauft

Hierbei werden Medikamente vor allem gegen Erkältung, Kopfschmerzen, Husten und Halsschmerzen gekauft.

Selbstmedikation

1.	Erkältung	46,4 %	6.	Vitamine / Mineralien	28 %
2.	Kopfschmerzen	36,6 %	7.	Wundversorgung	23,1 %
3.	Husten	34,1 %	8.	Haut	20,8 %
4.	Halsschmerzen	33,6 %	9.	Gelenke / Knochen	18,8 %
5.	Schmerzen	32,7 %	10.	Zahngesundheit	18,8 %

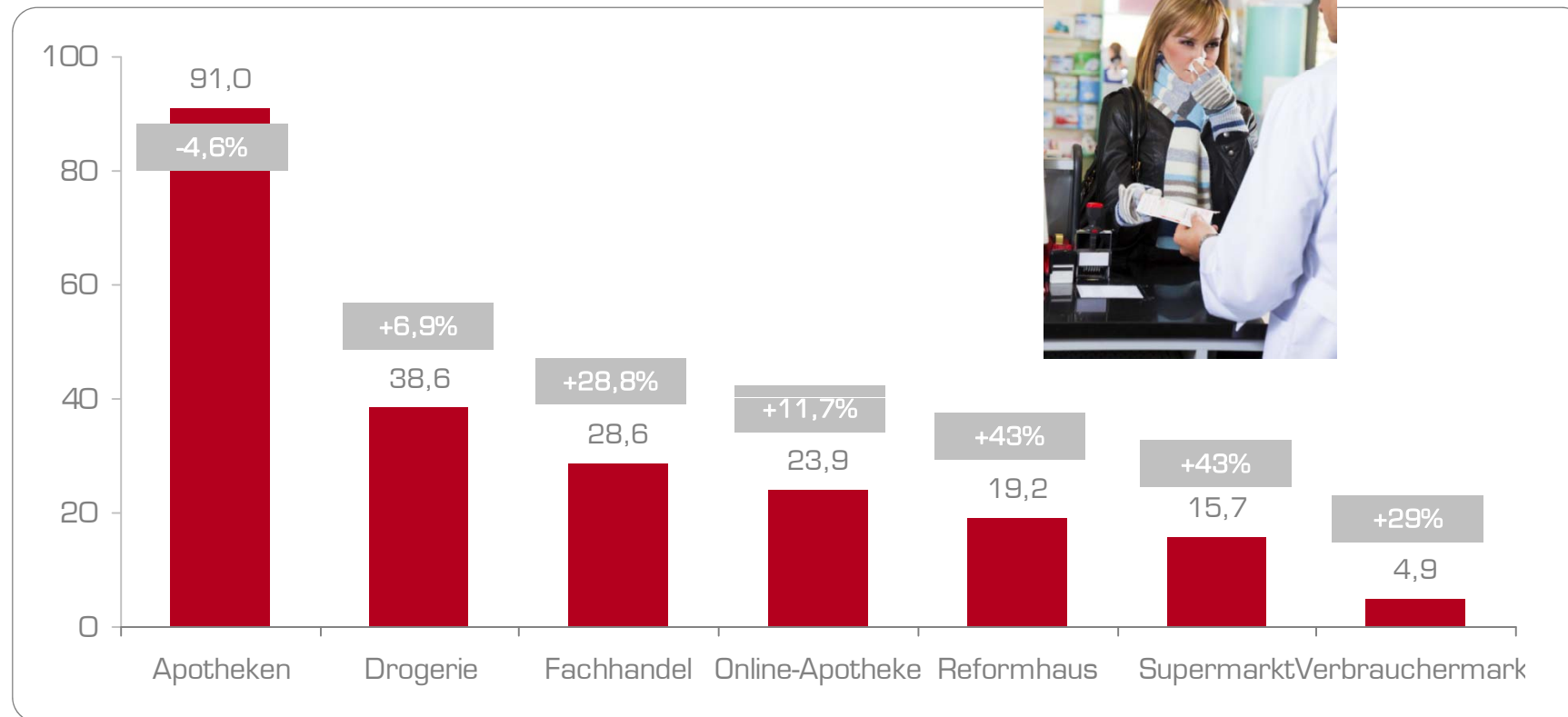
Basis: alle Befragten n=2.452; Angaben in %

Frage: Für welche Anwendungsgebiete haben Sie sich in den letzten 12 Monaten Präparate zur Selbstmedikation gekauft?

Alternative Einkaufsstätten gewinnen an Bedeutung

Haupteinkaufsstätte mit 91% ist weiterhin die Apotheke, danach folgen Drogerien und Fachgeschäfte. Im Vergleich zur Studie von 2007 verzeichnet die Nutzung von Online-Apotheken eine Steigerung von knapp 12%.

Einkaufsstätten & prozentuale Änderung zu 2007



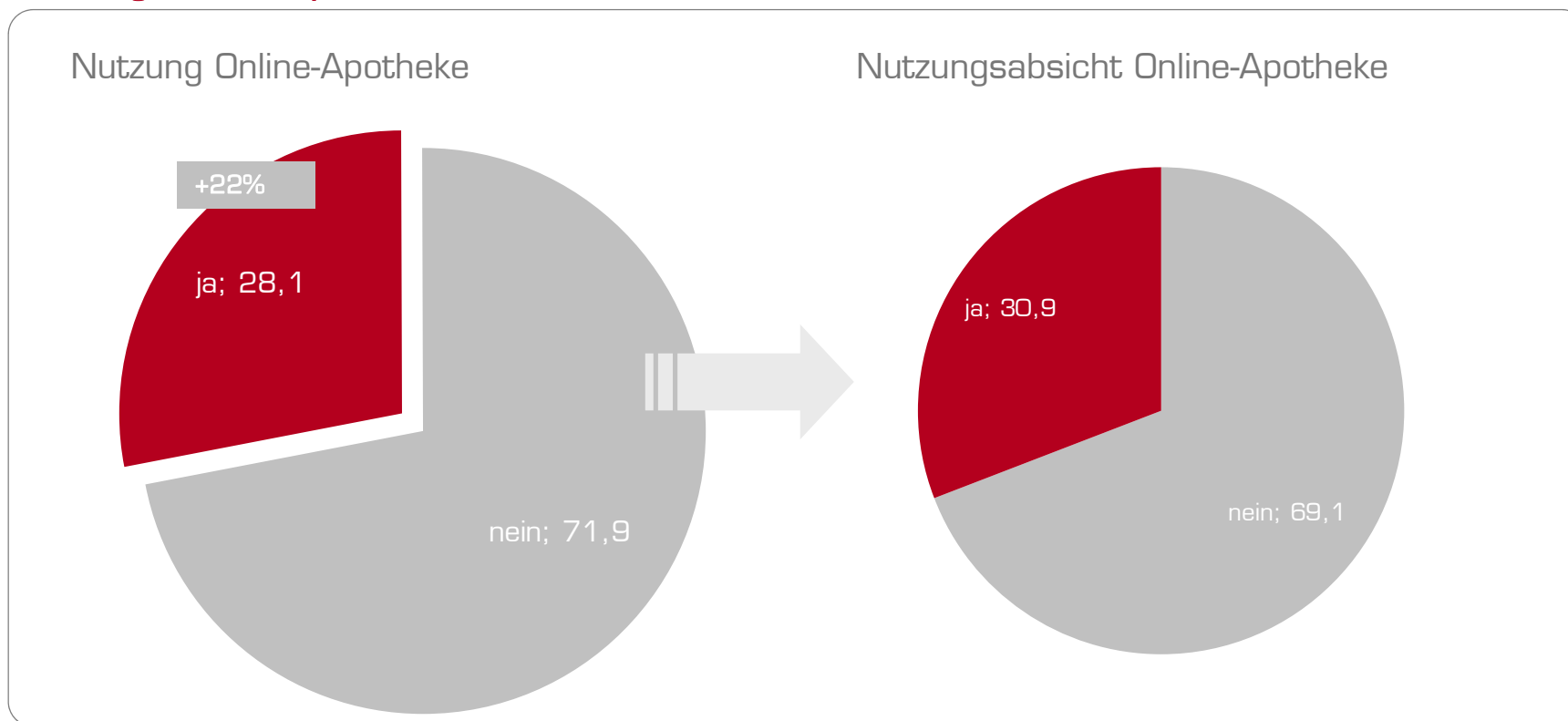
Basis: alle Befragten n=2.452; Angaben in %

Frage: Welche der folgenden Einkaufsstätten bevorzugen Sie um Medikamente, Nahrungsergänzungsmittel etc. einzukaufen?

28% bereits Online-Apotheke genutzt

31% der Befragten, welche noch keine Online-Apotheke genutzt haben, könnten es sich grundsätzlich vorstellen Medikamente etc. online einzukaufen.

Nutzung Online-Apotheke



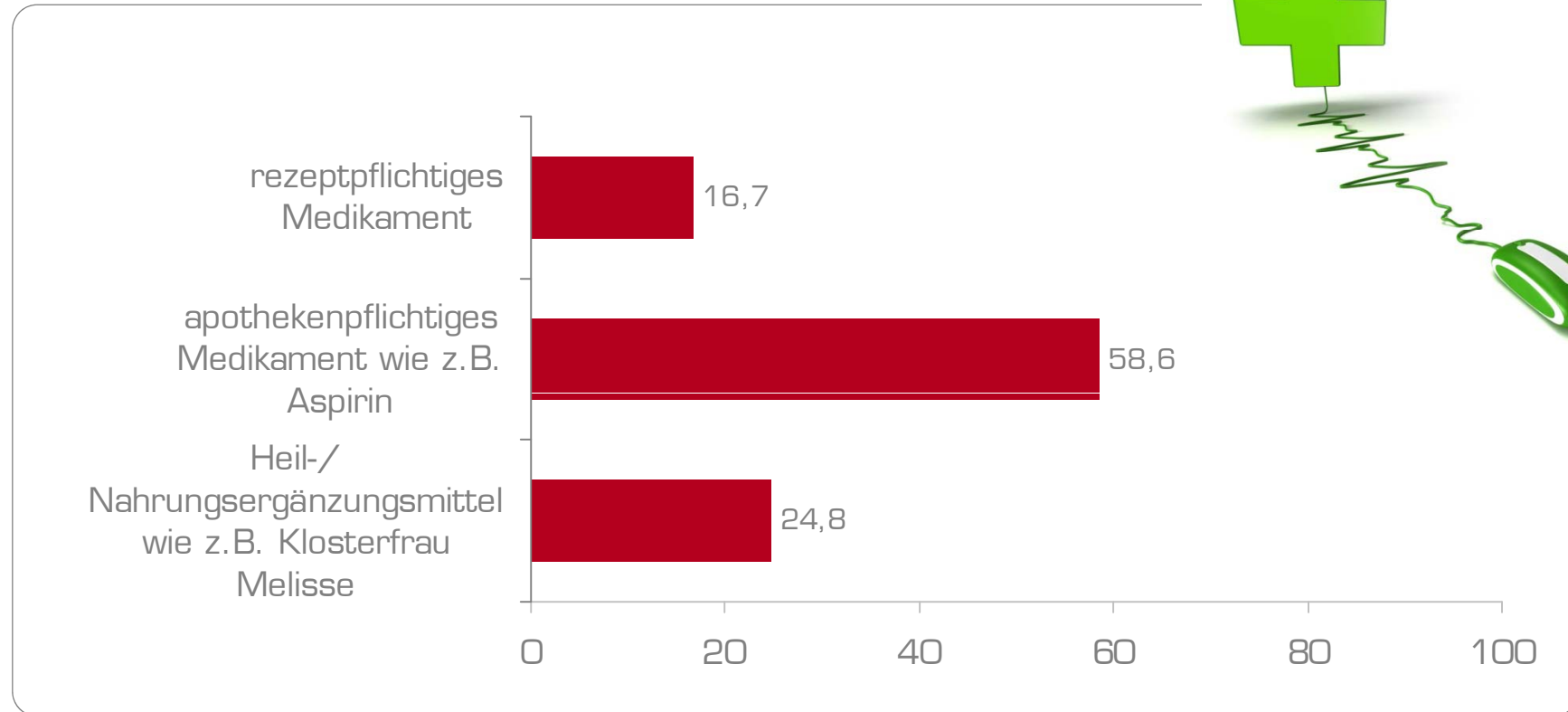
Basis: alle Befragten n=2.452, Befragte, die bisher noch keine Online-Apotheke genutzt haben n=1.763; Angaben in %

Frage: Haben Sie schon einmal Medikamente, Nahrungsergänzungsmittel etc. in einer Online-Apotheke gekauft? / Könnten Sie sich grundsätzlich vorstellen ein Medikament, Nahrungsergänzungsmittel etc. in einer Online-Apotheke zu bestellen?

Größtenteils apothekenpflichtige Medikamente per Online-Apotheke

Knapp 59% der Befragten, die eine Online-Apotheke genutzt haben, haben ein apothekenpflichtiges Medikament bestellt. Jeder Vierte ein Heil- oder Nahrungsergänzungsmittel.

Nutzung Online-Apotheke – bestelltes Medikament

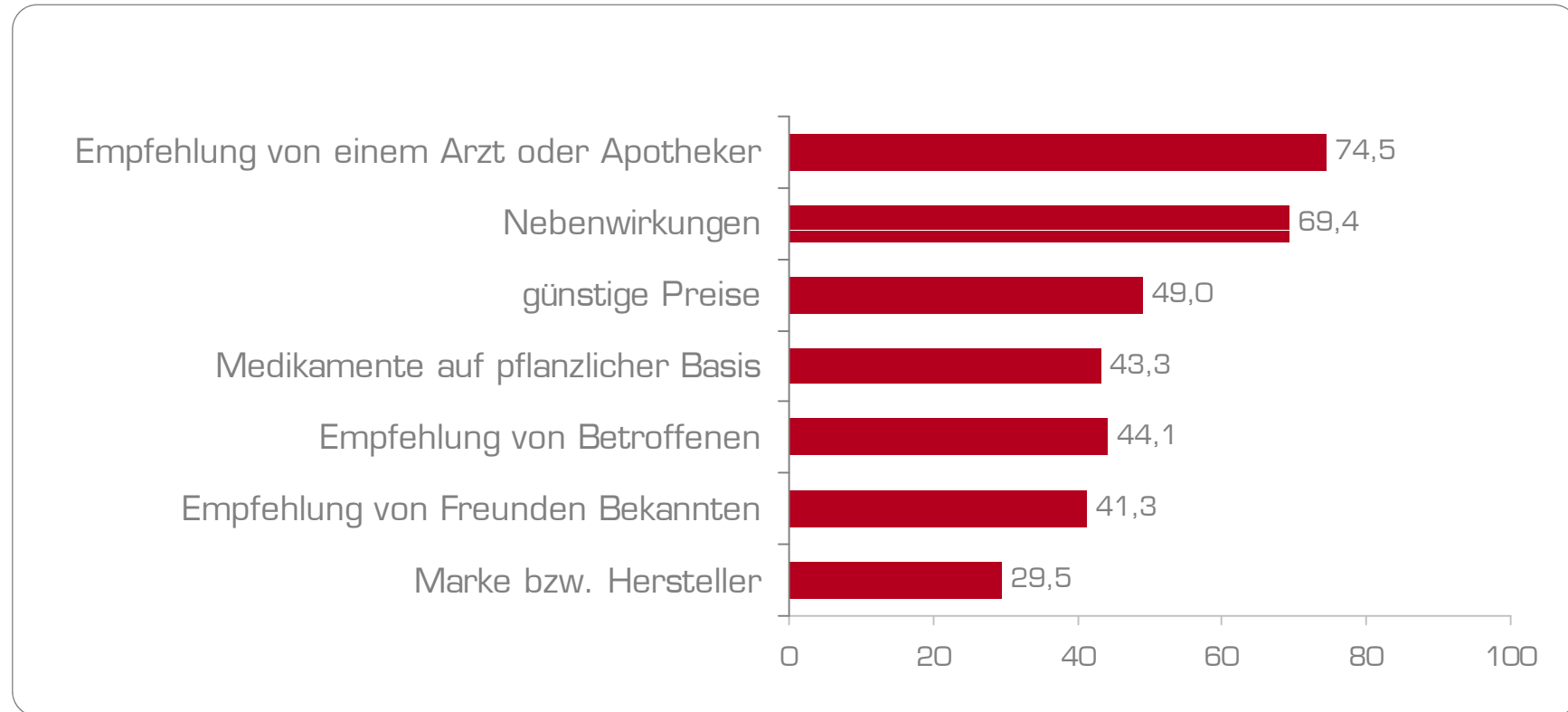


Basis: Befragte, die Online-Apotheke genutzt haben n=690; Angaben in %
Frage: War dies ein rezeptpflichtiges bzw. apothekenpflichtiges Medikament oder ein Heil- / Nahrungsergänzungsmittel?

Empfehlung von Arzt / Apotheker und Nebenwirkungen hauptsächliche Kaufentscheidungsfaktoren

Für 30% der Befragten ist die Marke bei der Kaufentscheidung wichtig, dies bedeutet eine Steigerung von 36% im Vergleich zur Studie aus 2007.

Kaufentscheidungsfaktoren Gesundheitsprodukte – Top-2-Werte



Basis: alle Befragten n=2.452; Angaben in % Skala 1 „sehr wichtig“ bis 6 „gar nicht wichtig“
Frage: Inwieweit achten Sie auf folgende Faktoren bei ihrer Kaufentscheidung für ein Medikament?

Gestützte Bekanntheit von Gesundheitsprodukten hoch

Knapp 93% kennen Aspirin, danach folgen Wick mit knapp 87% und Voltaren mit 84 Prozent.

Gestützte Bekanntheit Gesundheitsprodukte / Medikamente

1.	Aspirin		92,7 %	6.	Thomapyrin		75,7 %
2.	Wick		86,5 %	7.	Bepanthen		73 %
3.	Voltaren		83,7 %	8.	Dolormin		69,9 %
4.	Klosterfrau		81,6 %	9.	Mucosolvan		68,6 %
5.	ACC Akut		79,3 %	10.	Rennie		67,7 %

Basis: alle Befragten n=2.452; Angaben in %

Frage: Welche der folgenden Gesundheitsprodukte kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?

Auch die Werbeawareness für Gesundheitsprodukte im Internet auf hohem Niveau

- 64% der Befragten erinnern sich an Werbung für Gesundheitsprodukte.
- 56% geben an, diese im Internet gesehen zu haben.

Zwischenfazit

- Auf Selbstmedikation wird vor allem bei Erkältung, Kopfschmerzen, Husten und Halsschmerzen zurückgegriffen.
- Als Haupteinkaufsstätte dient weiterhin die Apotheke. Im Vergleich zur Grundlagenstudie aus 2007 gewinnen alternative Vertriebswege allerdings an Bedeutung (+12% Online-Apotheke).
- Wichtigste Kaufentscheidungsfaktoren sind Empfehlung von Arzt / Apotheker und Nebenwirkungen. 30% geben an zusätzlich auf die Marke zu achten.
- Gestützte Bekanntheit von Gesundheitsprodukten bei den Befragten ist hoch.
- 64% erinnern sich an Werbung für Gesundheitsprodukte. Jeder Zweite gibt an, diese im Internet gesehen zu haben.

**Das Internet als Werbemedium für
Gesundheitsprodukte**

Gesundheitsthemen

Interesse Gesundheitsthemen
Interesse an alternativen Heilmethoden
Versicherung
Zusatzversicherungen
Persönliche Betroffenheit
Vorsorge
Impfung



Fast jeder Zweite interessiert sich für den Bereich Schmerz

Weitere interessante Themen für die Befragten sind Gelenke/Knochen, Zahngesundheit und Augen, Ohren.

Interesse Gesundheitsthemen – Top-2-Werte

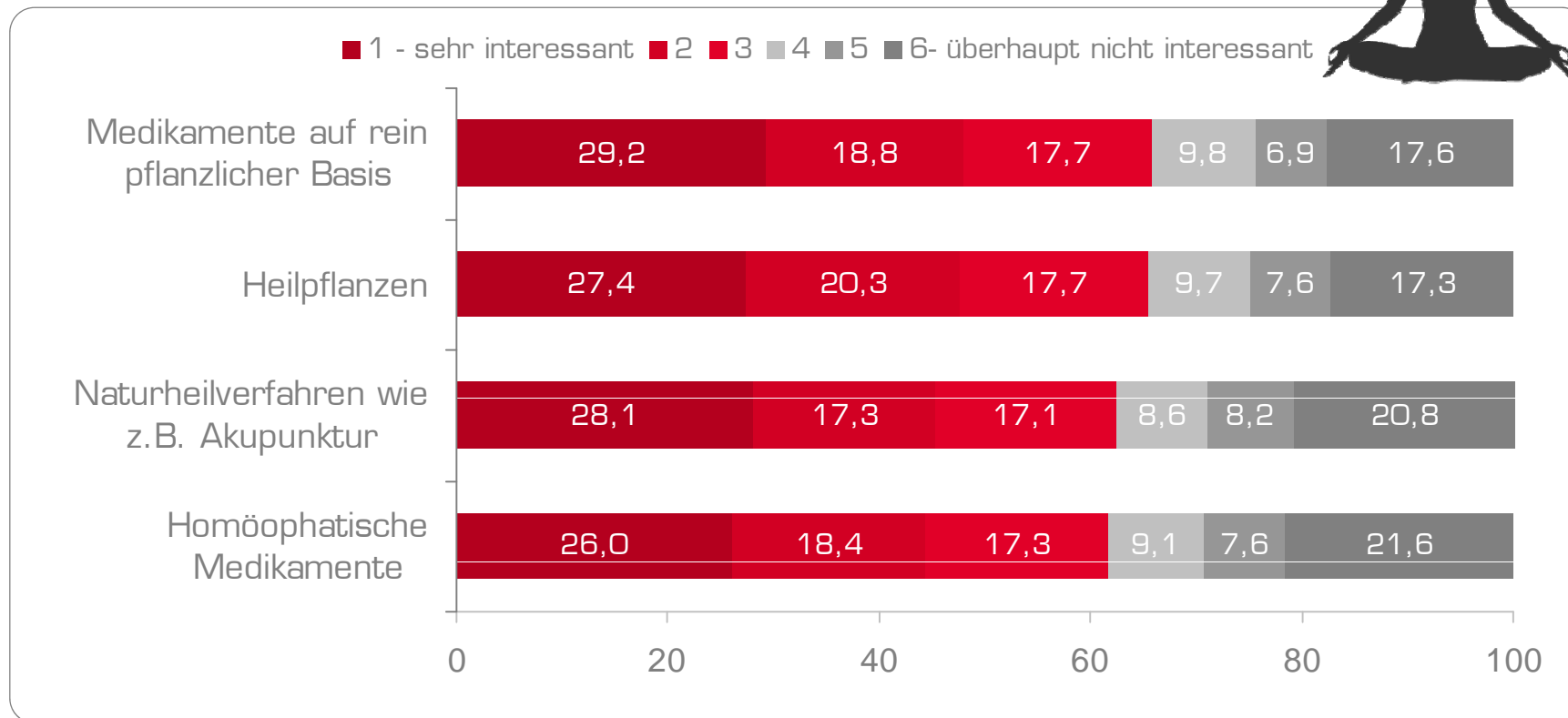
1.	Schmerzen	47,2 %	6.	Haut	43,5 %
2.	Gelenke / Knochen	46,3 %	7.	Kopfschmerz/ Migräne	37,3 %
3.	Zahngesundheit	46,2 %	8.	Erkältung	36,8 %
4.	Augen, Ohren	44,5 %	9.	Allergie	36,1 %
5.	Herz, Kreislauf	44,4 %	10.	Magen / Darm	34,9 %

Basis: alle Befragten n=2.452; Top-2-Werte Skala 1 „sehr interessant“ bis 6“gar nicht interessant“
Frage: Wie interessant sind für Sie Informationen zu folgenden Themen?

Jeder Zweite interessiert an alternativen Heilmethoden

Medikamente auf rein pflanzlicher Basis & Heilpflanzen sind hierbei am interessantesten.

Interesse an alternativen Heilmethoden

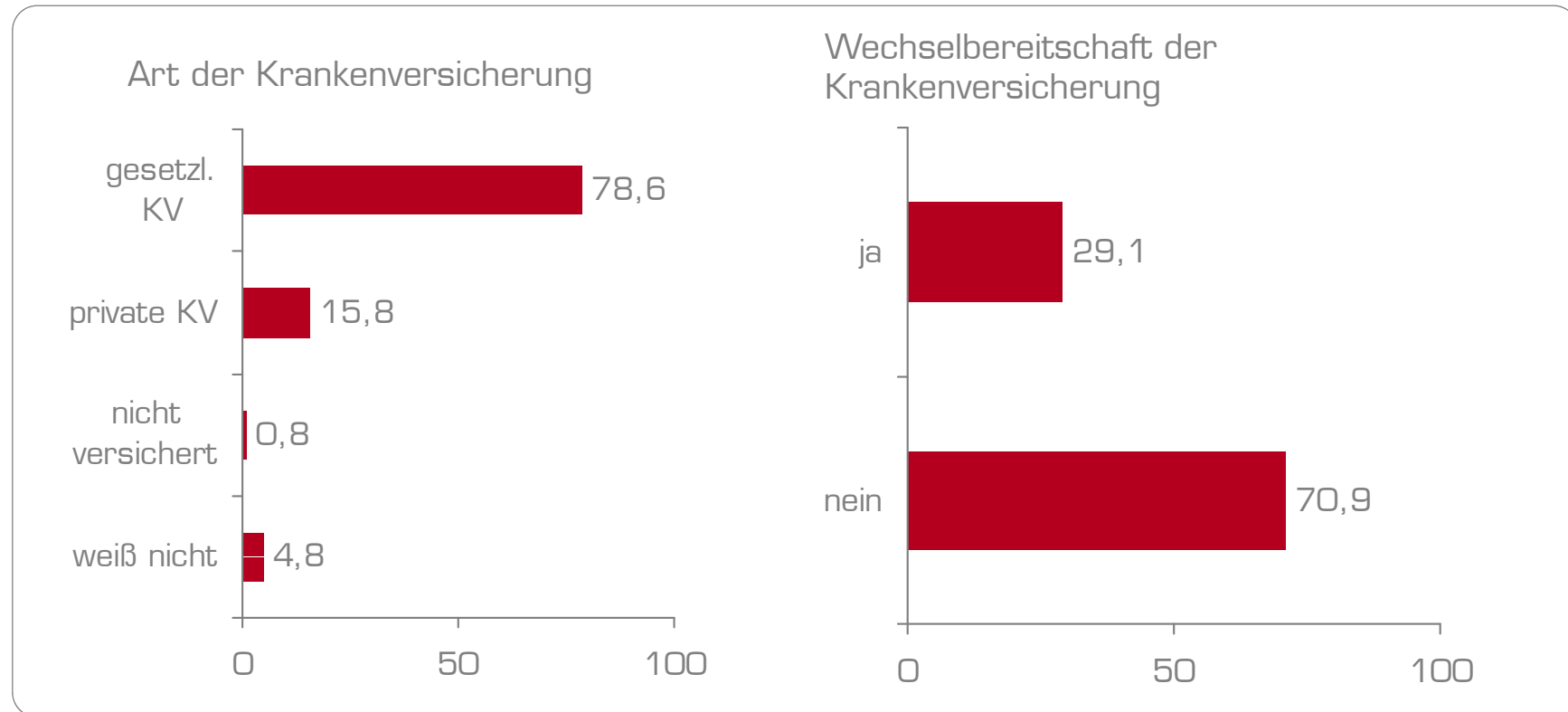


Basis: alle Befragten n=2.452; Angaben in % Skala 1 „sehr interessant“ bis 6“gar nicht interessant“
 Frage: Wie interessant sind für Sie Informationen zu alternativen Heilmethoden?

30% der Befragten könnten sich einen Wechsel der Krankenkasse vorstellen

79% der Befragten sind gesetzlich versichert, 16% privat. Fast jeder dritte Befragte könnte sich vorstellen, seine Krankenkasse oder Krankenversicherung zu wechseln.

Krankenversicherung



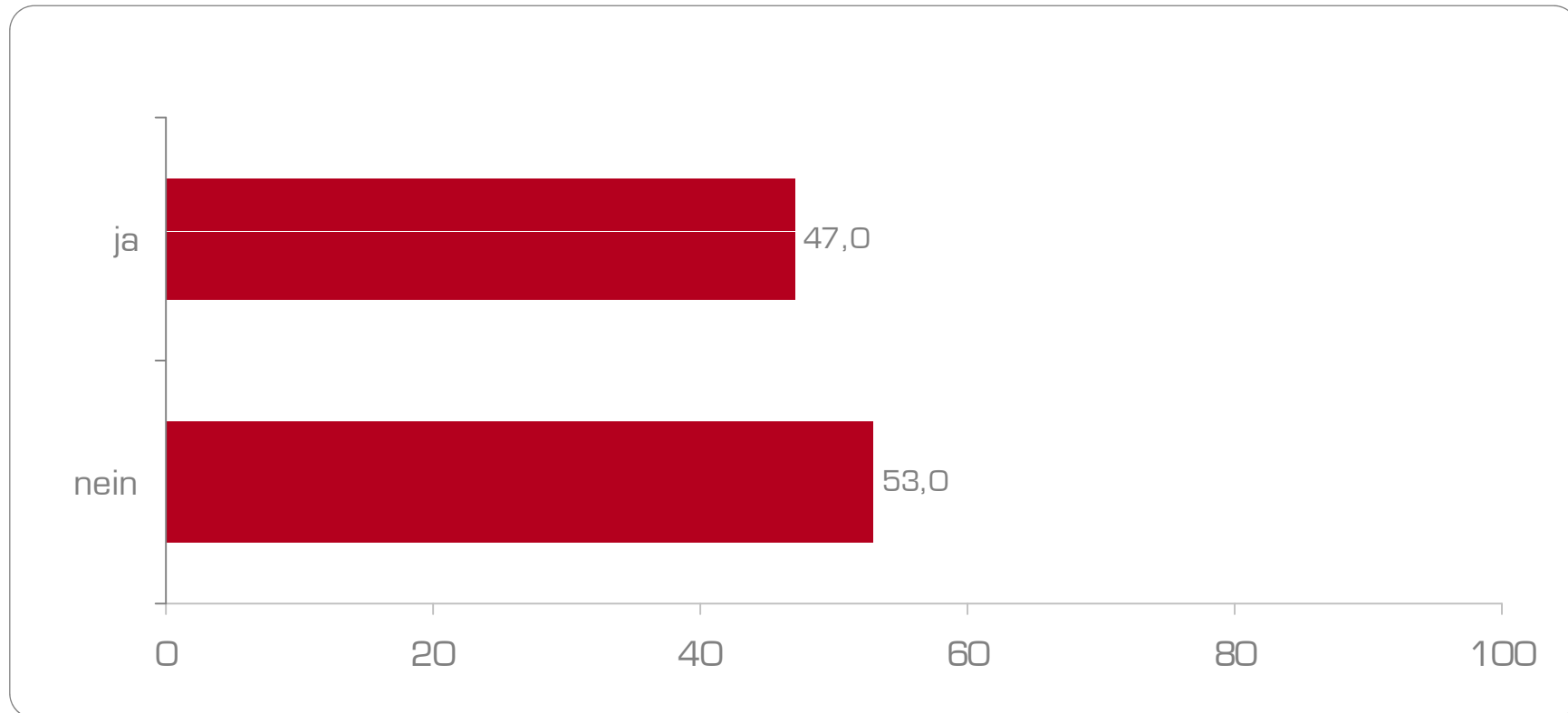
Basis: alle Befragten n=2.452; Angaben in %

Frage: Wo sind Sie hauptsächlich krankenversichert? / Könnten Sie sich vorstellen Ihre Krankenkasse bzw. Krankenversicherung zu wechseln?

Wechselbereitschaft zur privaten Krankenversicherung fällt noch höher aus

47% der Befragten, welche gesetzlich versichert sind, könnten sich grundsätzlich vorstellen zu einer privaten Krankenkasse zu wechseln.

Wechsel zu privater Krankenversicherung

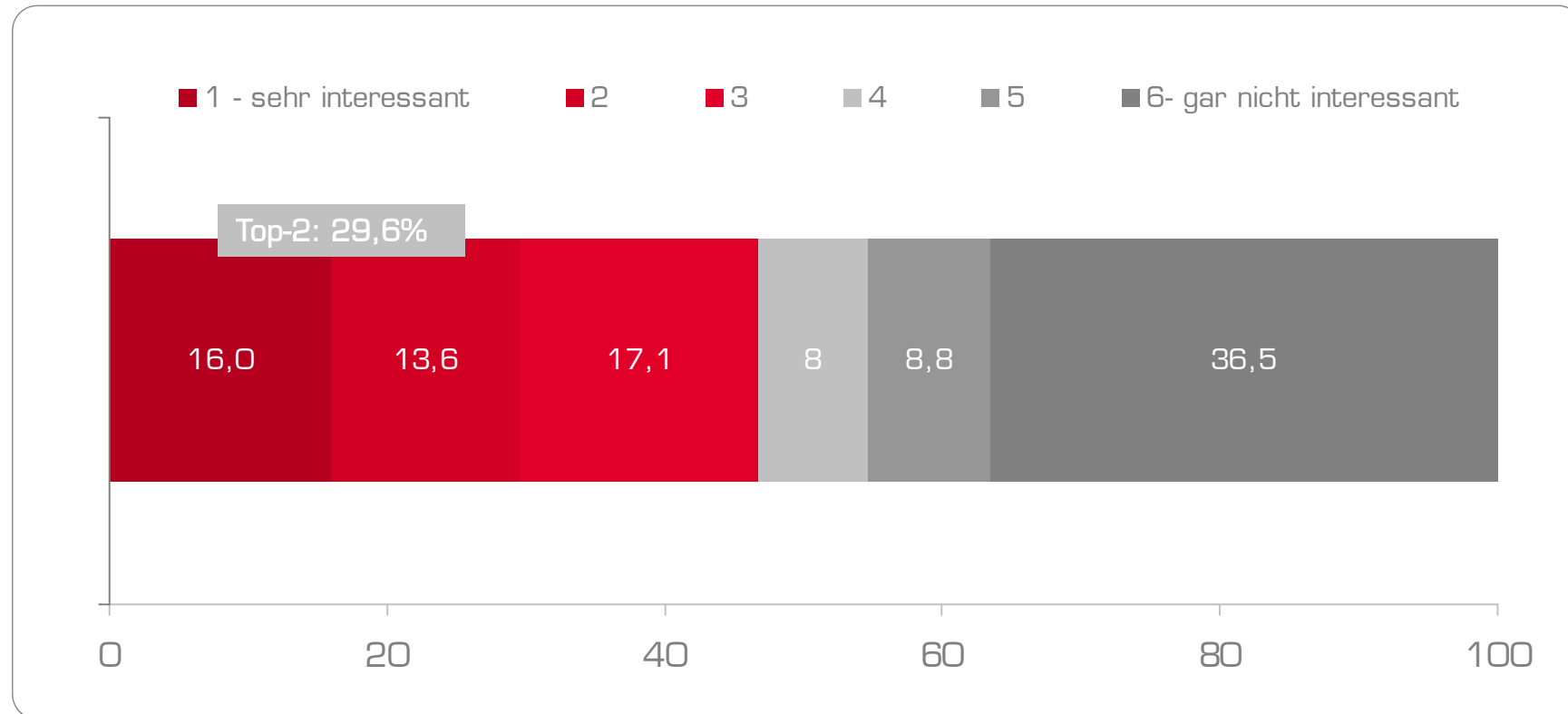


Basis: Befragte mit gesetzl. Krankenversicherung & Wechselbereitschaft n=587; Angaben in %
Frage: Könnten Sie sich vorstellen zu einer privaten Krankenversicherung zu wechseln?

30% an Zusatzversicherungen interessiert

Knapp 30% der Befragten sind an Zusatzversicherungen interessiert.

Interesse an Zusatzversicherungen



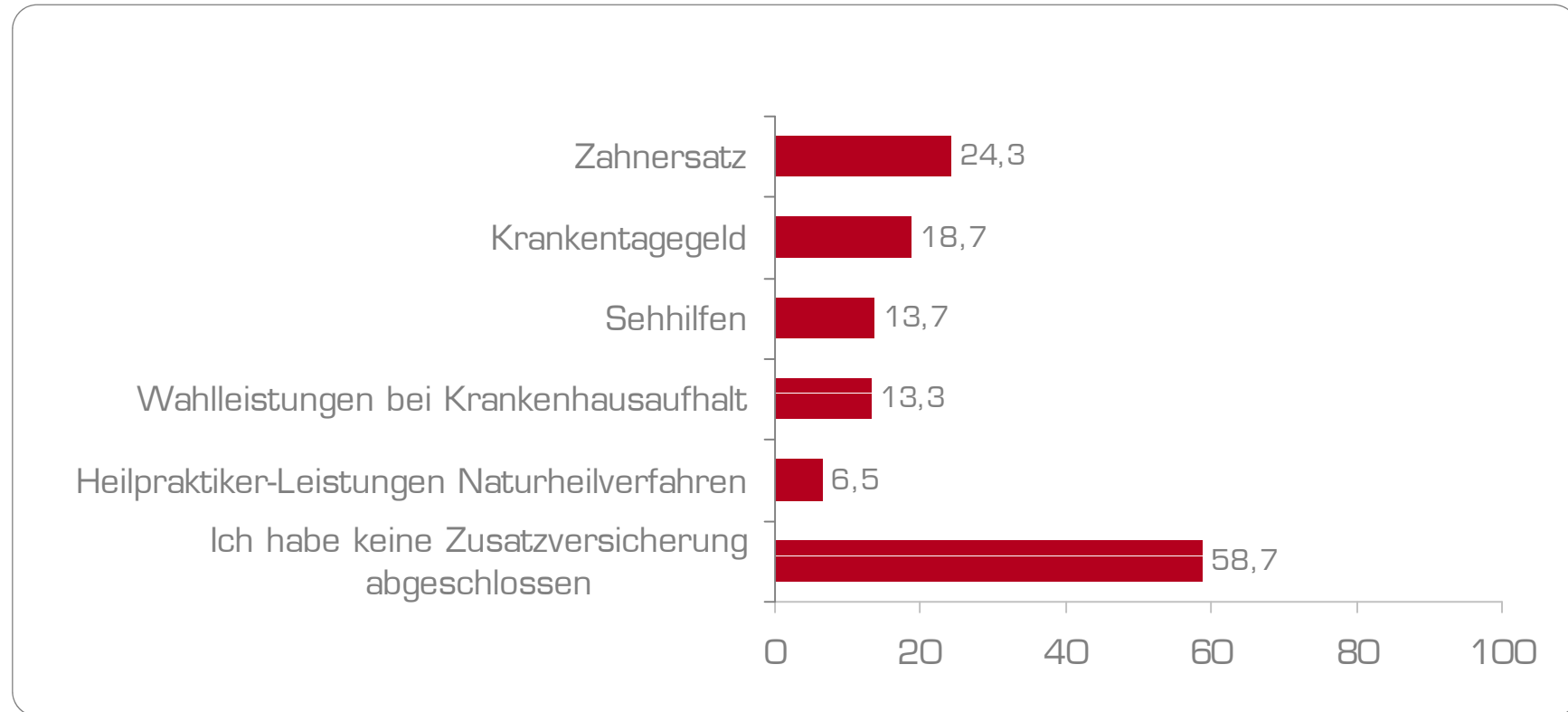
Basis: alle Befragten n=2.452; Angaben in %

Frage: Wie interessant sind für Sie Zusatzversicherungen wie z.B. eine Zahnzusatzversicherung?

41% der Befragten haben bereits eine Zusatzversicherung

Hierbei sind die Versicherungen für Zahnersatz und Krankentagegeld, die am häufigsten abgeschlossenen Zusatzversicherungen.

Abgeschlossene Zusatzversicherungen



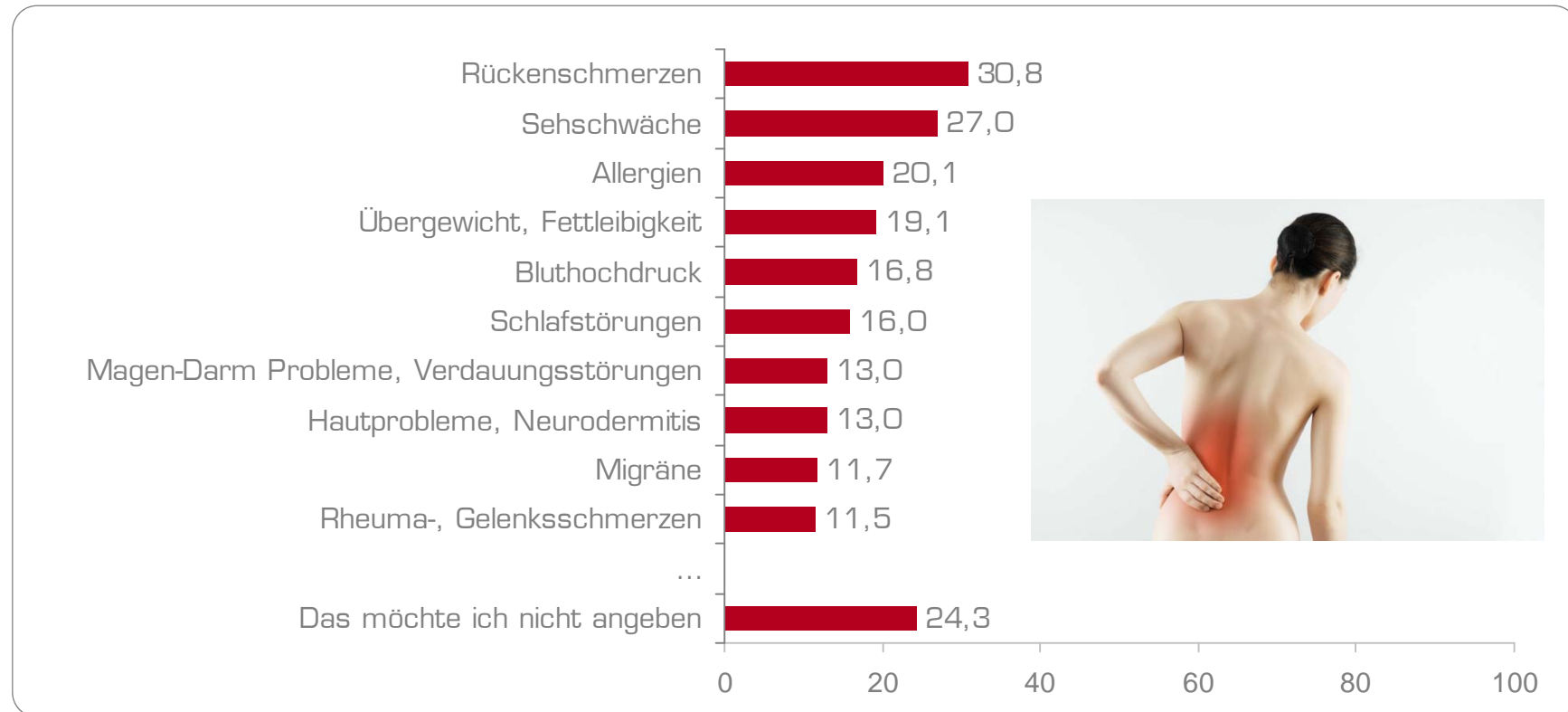
Basis: alle Befragten n=2.452; Angaben in %

Frage: Haben Sie eine Zusatzversicherung abgeschlossen? Bitte geben Sie dabei auch an, welche der folgenden Zusatzversicherungen Sie abgeschlossen haben.

Befragte leiden vor allem an Rückenschmerzen, Sehschwäche und Allergien

Jeder vierte Befragte möchte hierzu keine Angaben machen.

Persönliche Betroffenheit



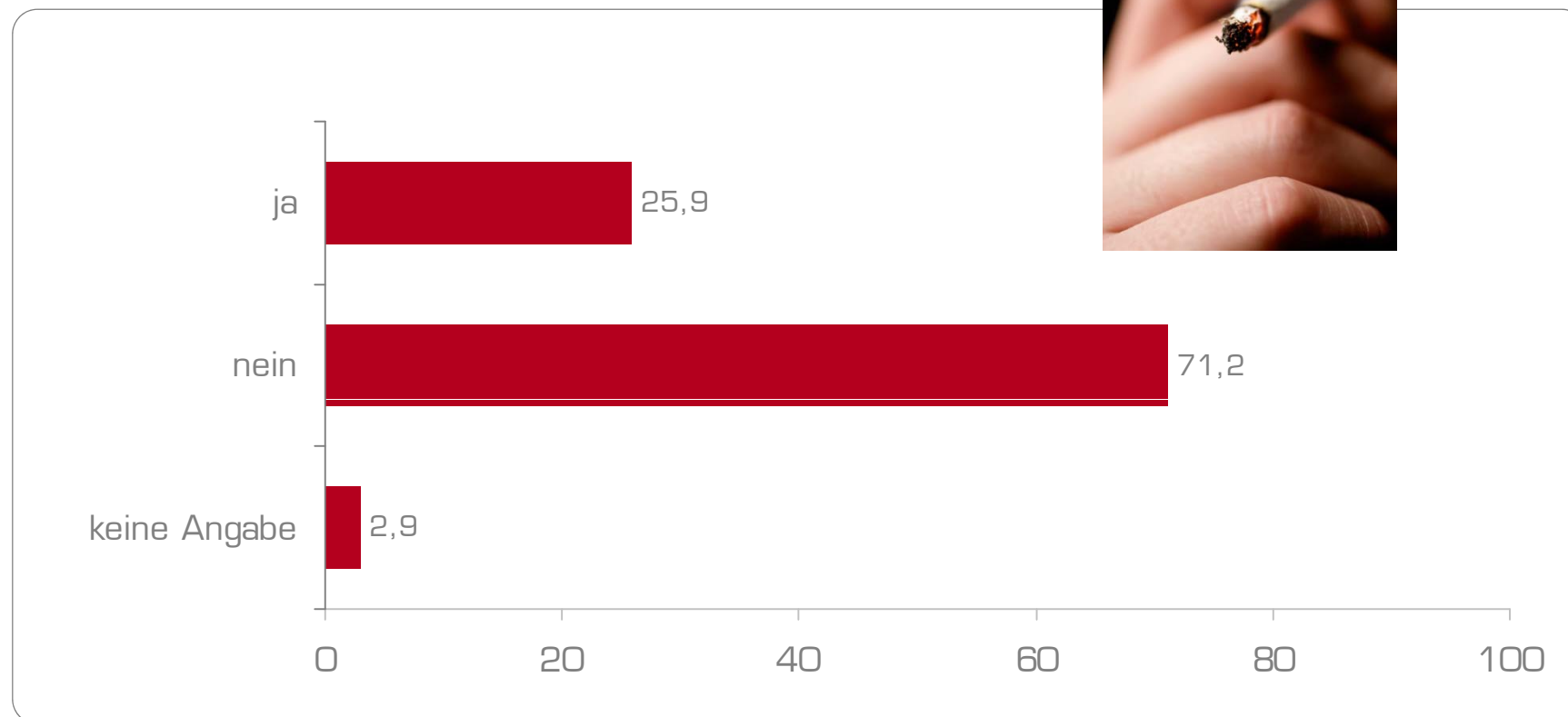
Basis: Befragte, die Werbung gesehen haben n=1.556; Angaben in %

Frage: Nun eine persönliche Frage: Von welchen Gesundheitsproblemen sind Sie persönlich betroffen? Wenn Sie keine Angaben zu diesem Thema machen möchten, kreuzen Sie "Das möchte ich nicht angeben" an.

Jeder vierte Befragte Raucher

71% der Befragten sind keine regelmäßigen Raucher.

Rauchen



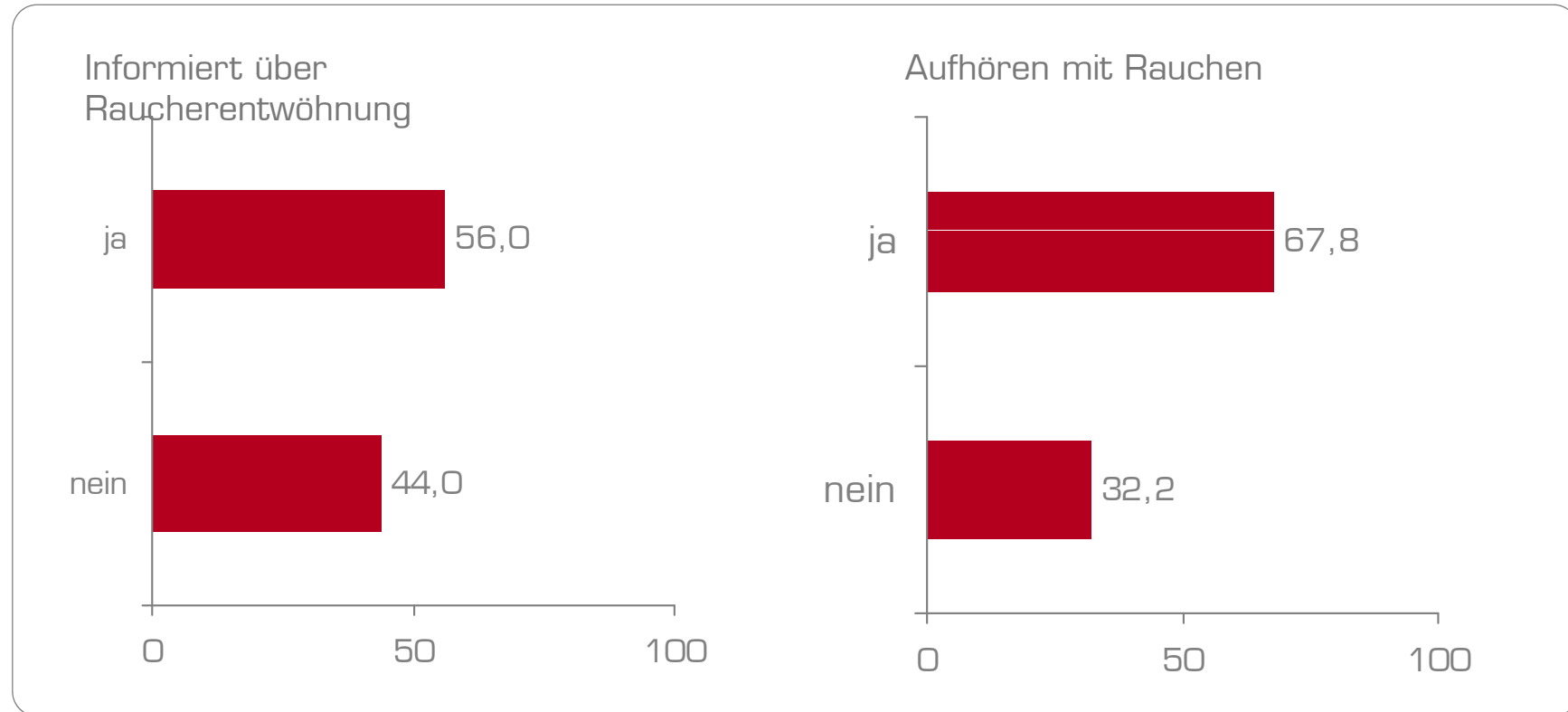
Basis: alle Befragten n=2.452; Angaben in %

Frage: Rauchen Sie regelmäßig?

Hälfte der Raucher hat sich bereits über Raucherentwöhnung informiert

56% der Raucher haben sich bereits über Raucherentwöhnung informiert.

Raucherentwöhnung

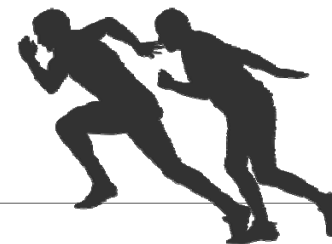


Basis: Raucher n=637; Angaben in %

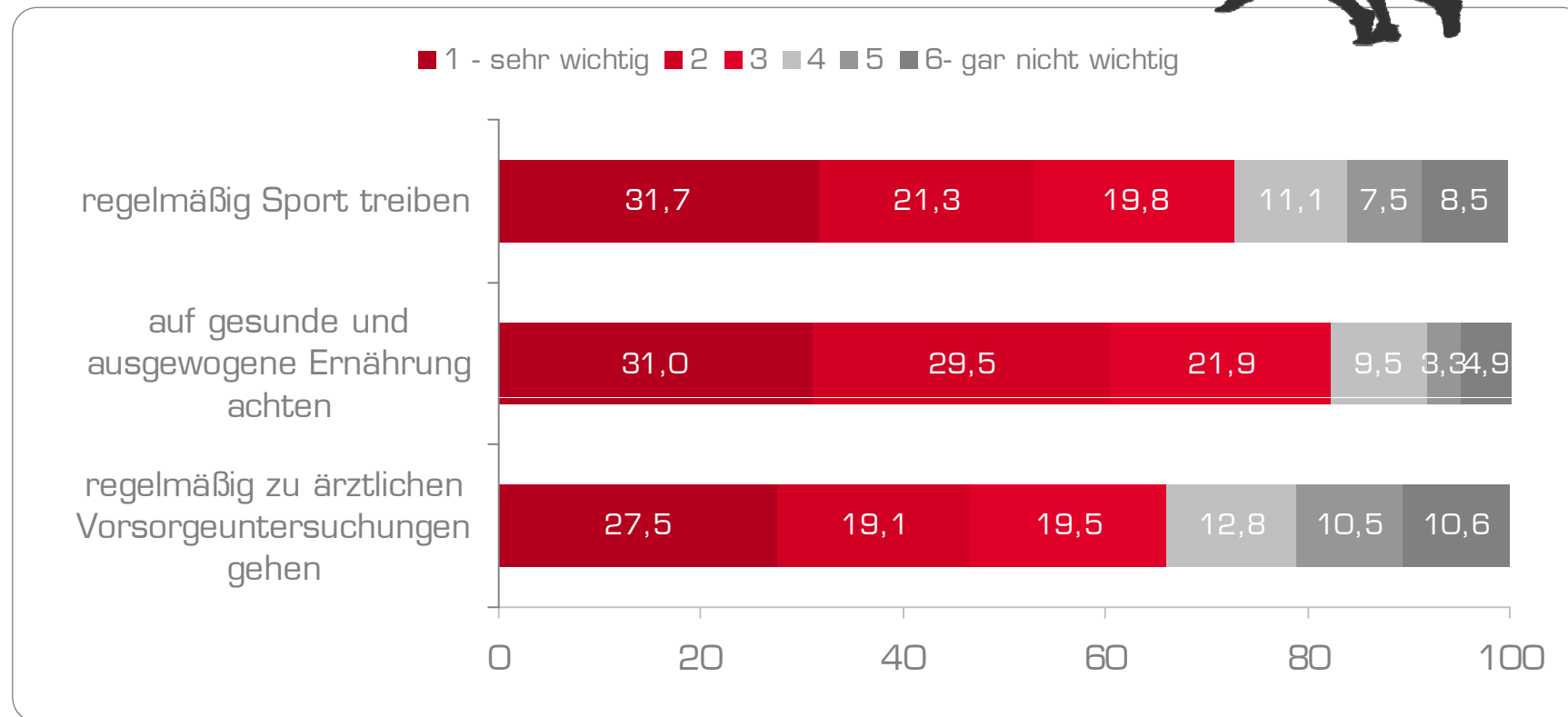
Frage: Haben Sie sich schon einmal über das Thema Raucherentwöhnung informiert? / Haben Sie schon einmal versucht mit dem Rauchen aufzuhören?

60% achten auf gesunde Ernährung

Jeder zweite treibt regelmäßig Sport um sich fit zu halten.



Fit & Gesund

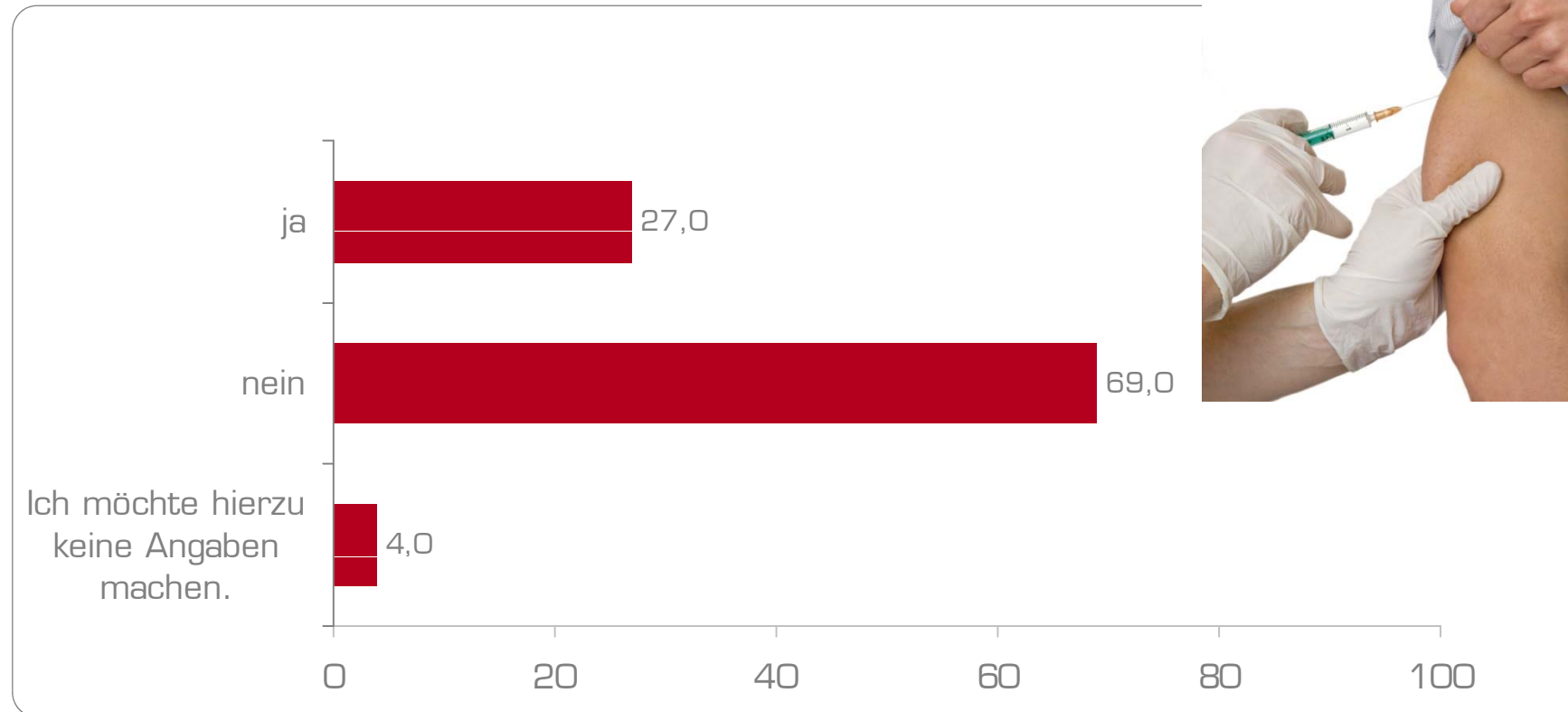


Basis: alle Befragten n=2.452; Angaben in % Skala von 1 „sehr wichtig“ bis 6 „gar nicht wichtig“
 Frage: Wie wichtig sind Ihnen persönlich folgende Maßnahmen, um fit und gesund zu bleiben?

27% haben Grippeimpfung durchführen lassen

Der Großteil der Befragten hat keine Schutzimpfung gegen Grippe durchführen lassen.

Gripeschutz



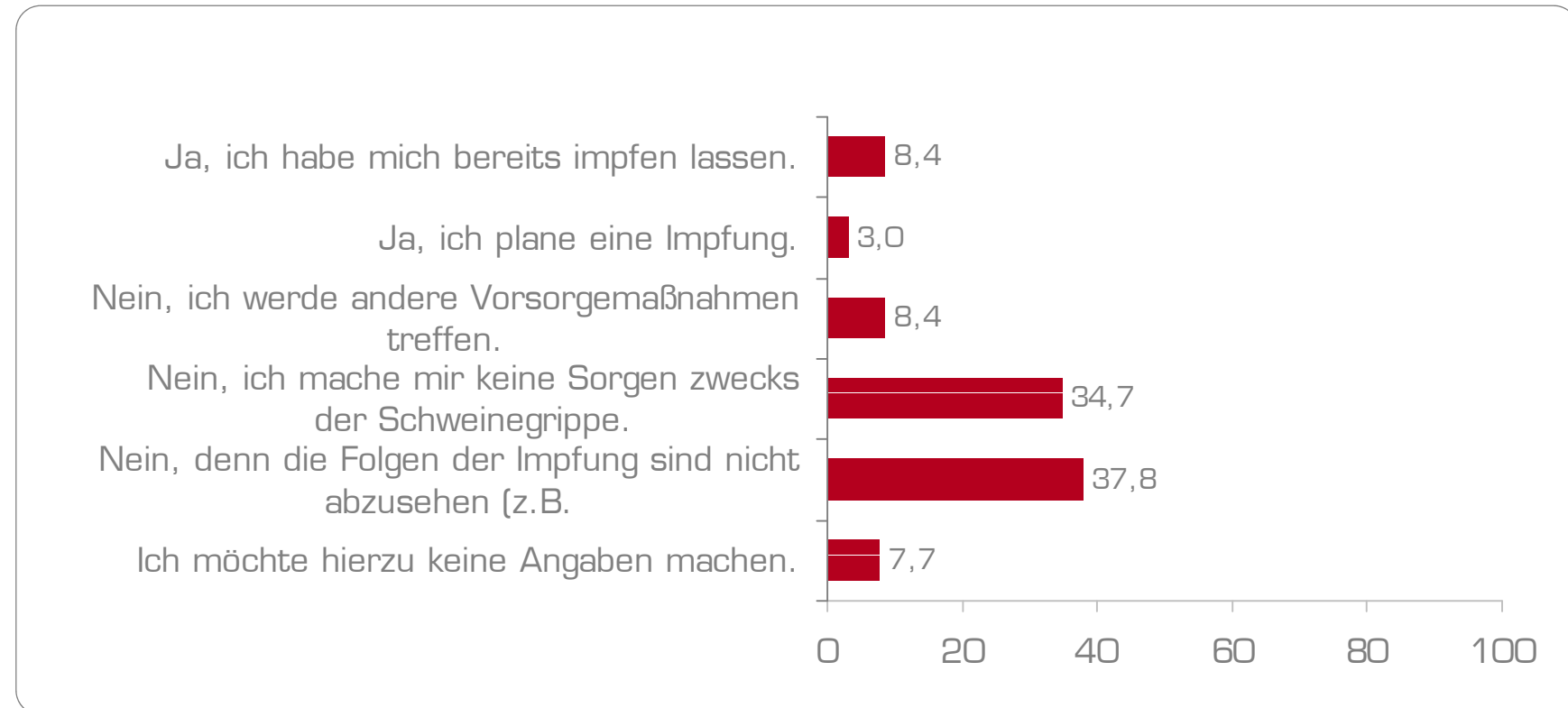
Basis: alle Befragten n=2.452; Angaben in %

Frage: Haben Sie in den letzten 12 Monaten eine Gripeschutzimpfung durchführen lassen?

11% haben Schutzimpfung gegen Schweinegrippe bzw. planen diese

38% führen keine Schutzimpfung auf Grund der ungewissen Nebenwirkungen durch, 35% machen sich keine Sorgen zwecks der Schweinegrippe.

Schweinegrippe



Basis: alle Befragten n=2.452; Angaben in %

Frage: Haben Sie sich bereits gegen die Schweinegrippe impfen lassen bzw. planen Sie solch eine Schutzimpfung?

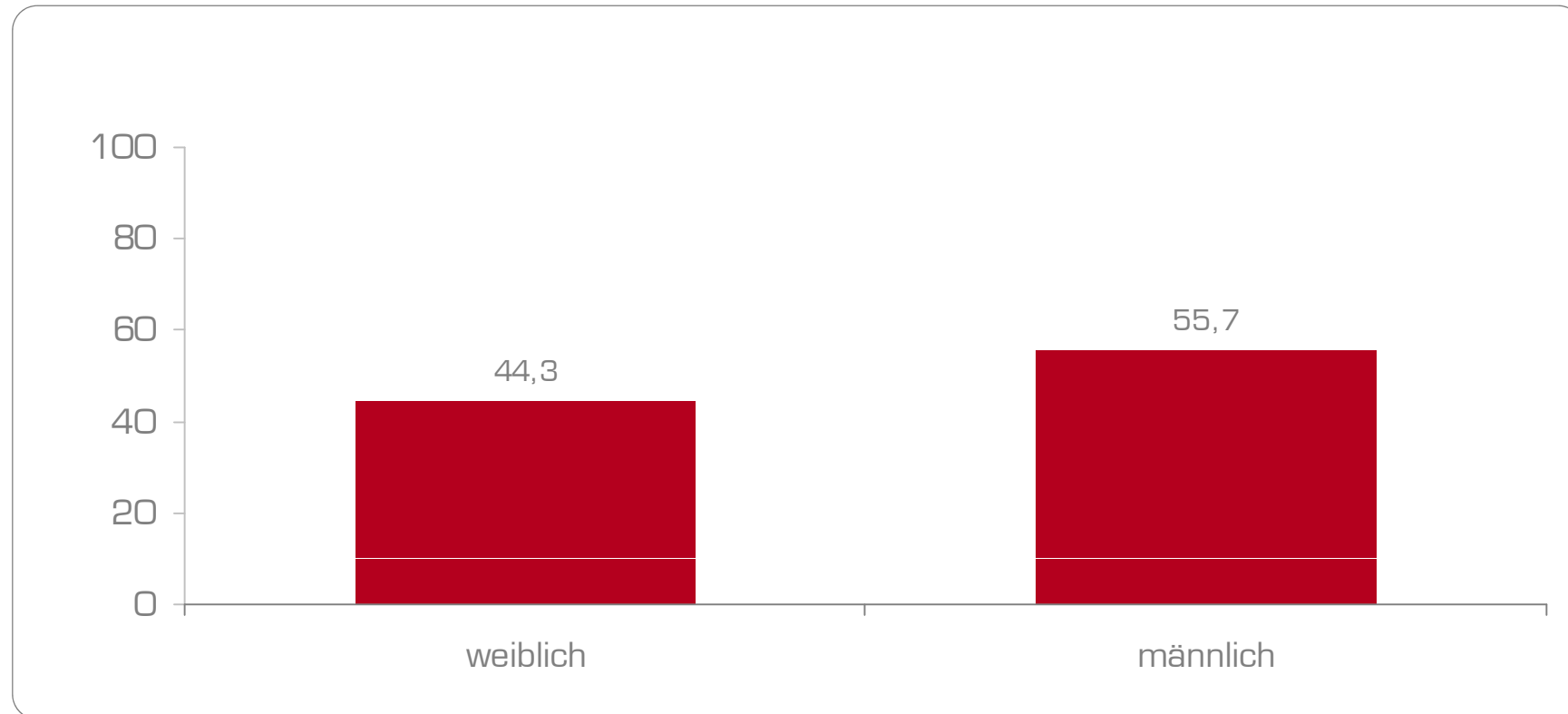
Anhang: Soziodemografie



Geschlecht

Das Verhältnis von Frauen zu Männern in der Stichprobe ist recht ausgeglichen.

Geschlecht

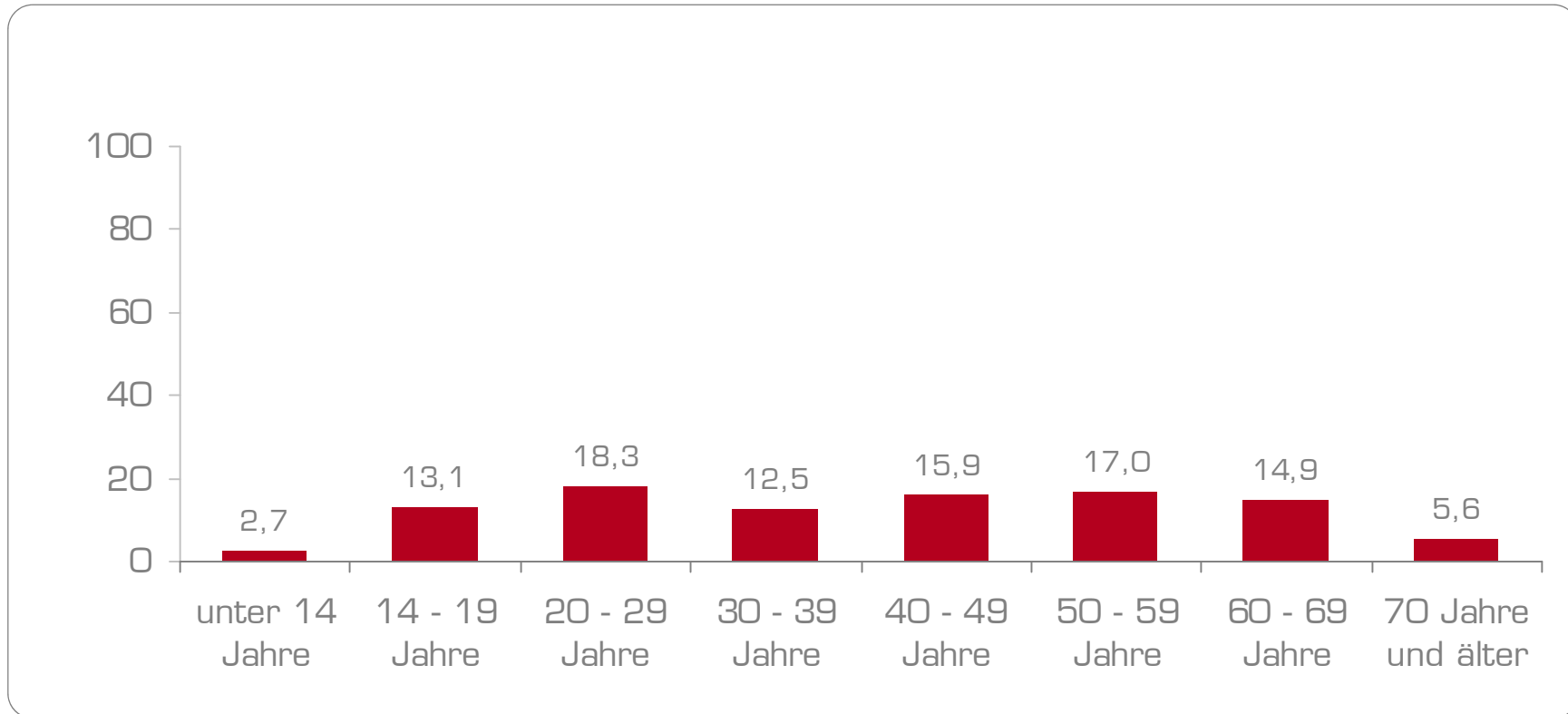


Basis: alle Befragten n=2.452; Angaben in %
Frage: Sind Sie ...?

Alter

31% der Befragten sind zwischen 14 bis 29 Jahre alt, 28% zwischen 30 und 49 Jahren.

Alter

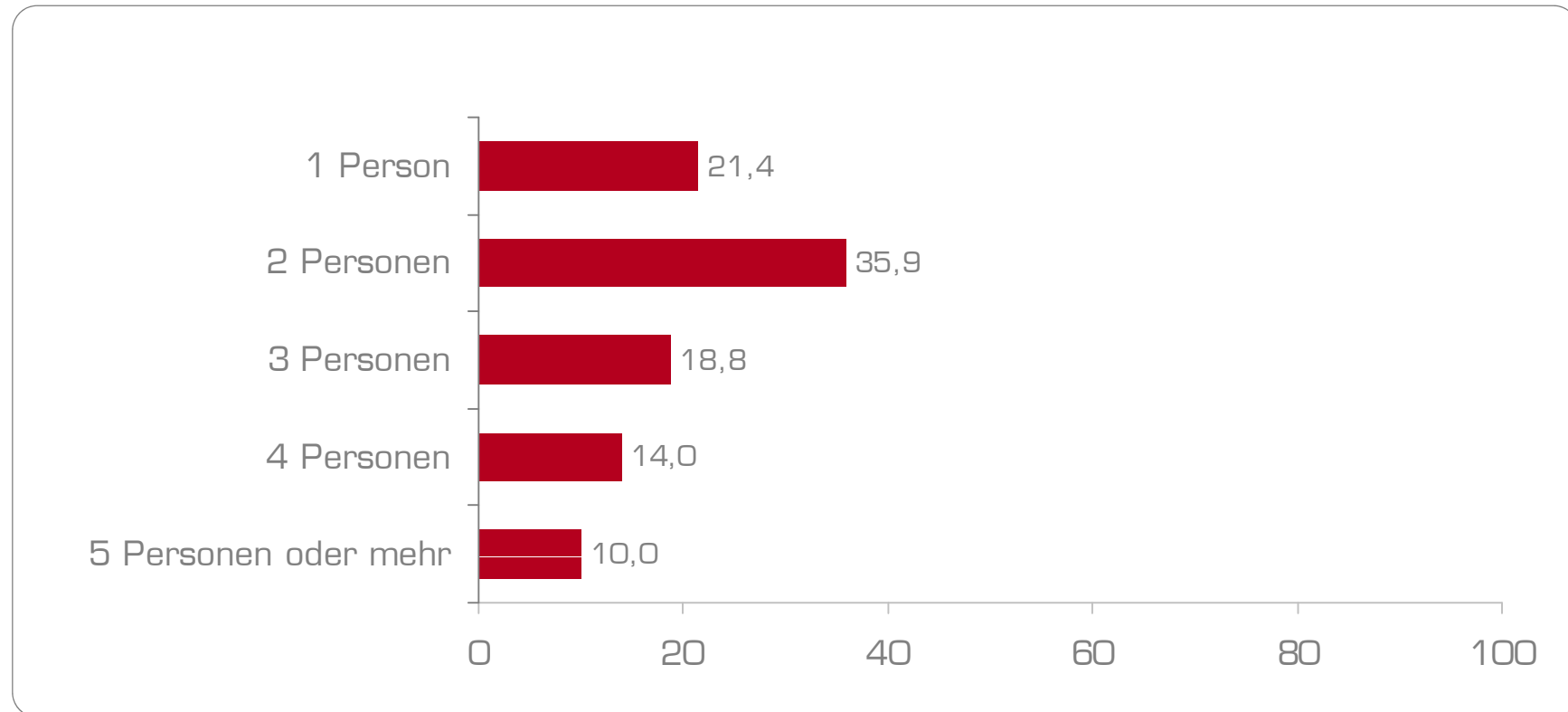


Basis: alle Befragten n=2.452; Angaben in %
Frage: Wie alt sind Sie ...?

Haushaltsgröße

Ein Drittel der Befragten lebt in einem 2-Personen-Haushalt.

Haushaltsgröße

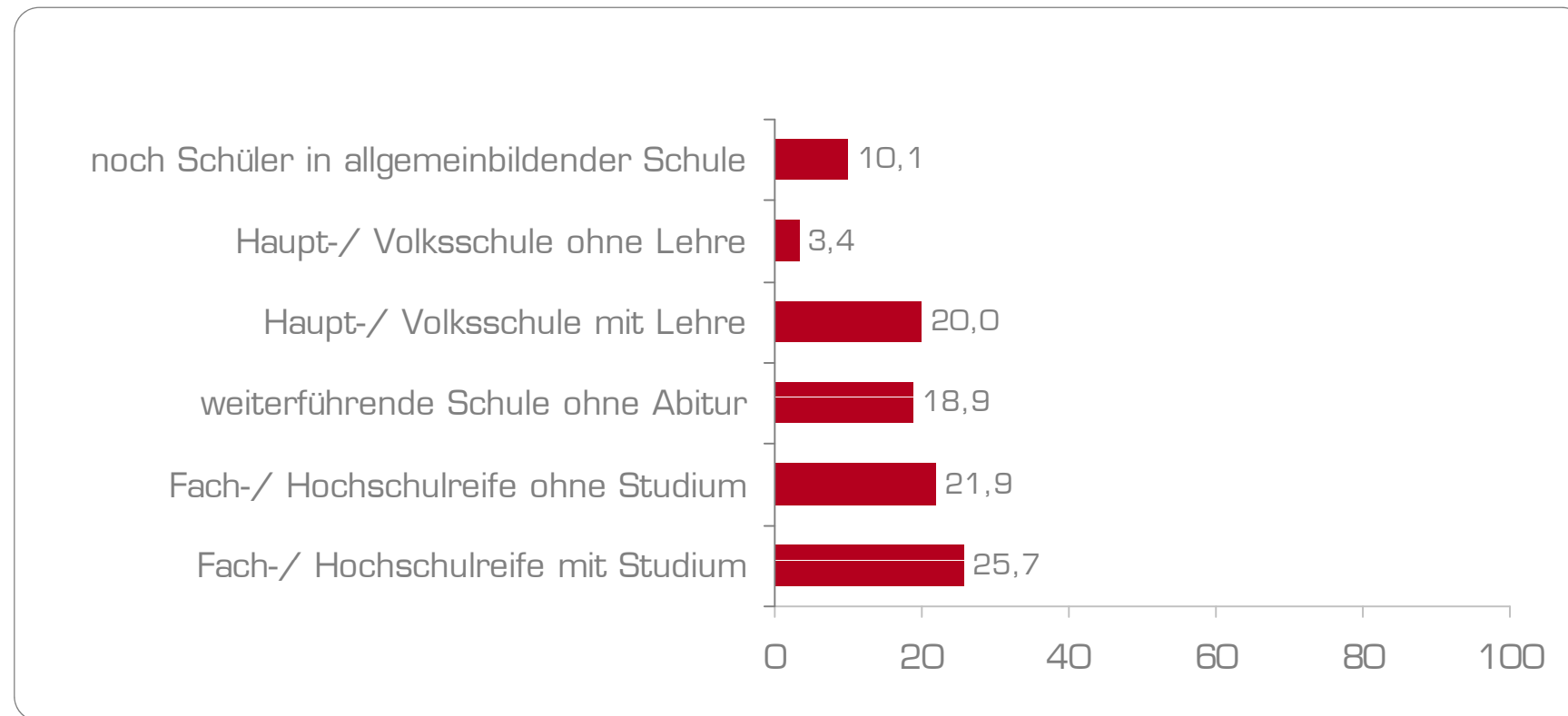


Basis: alle Befragten n=2.452; Angaben in %
Frage: Wie viele Personen leben ständig in Ihrem Haushalt?

Bildungsabschluss

48% der Befragten verfügen über das Abitur, knapp 26% zusätzlich über ein abgeschlossenes Studium.

Bildungsabschluss

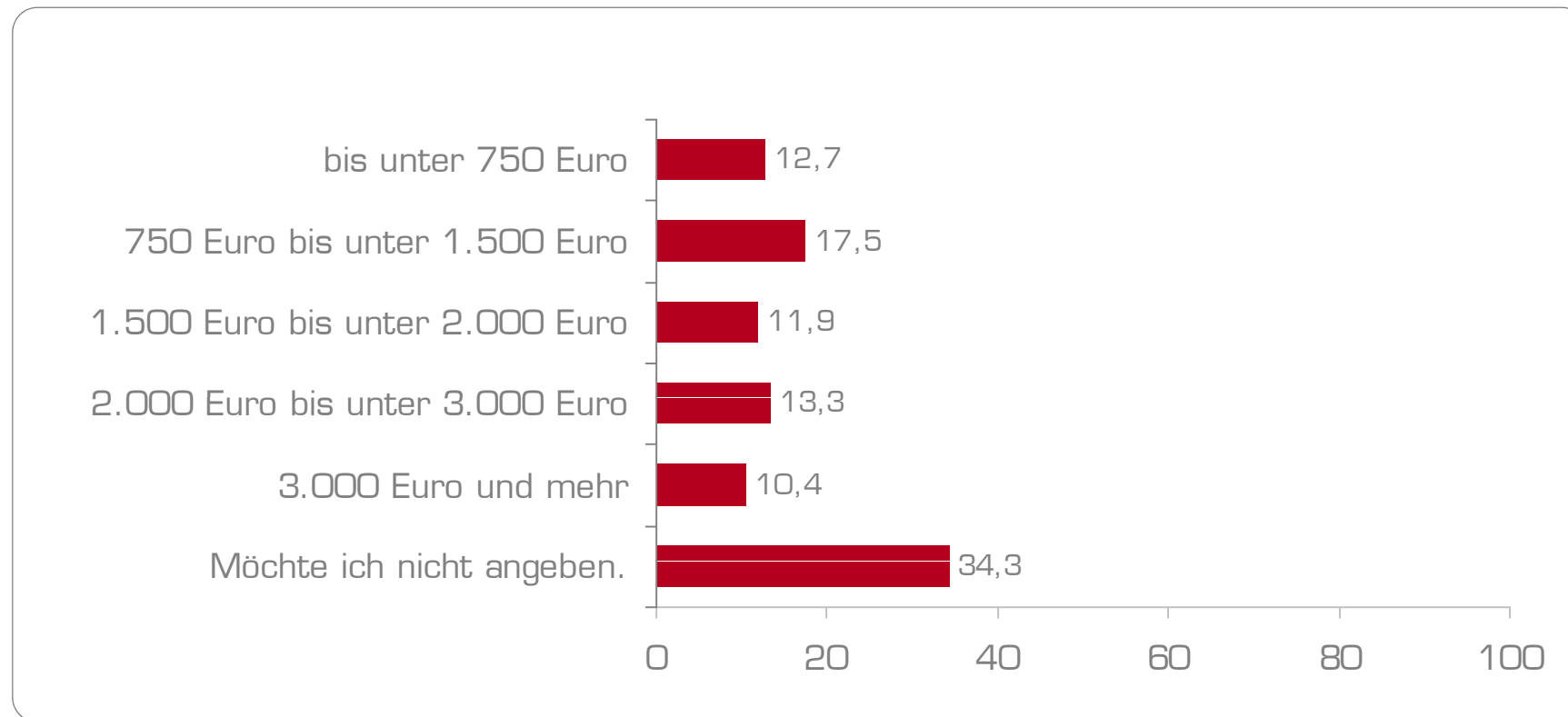


Basis: alle Befragten n=2.452; Angaben in %
Frage: Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie?

Haushalt Nettoeinkommen

Knapp jeder Vierte verfügt über ein Haushaltsnettoeinkommen von 2.000 € und mehr.

Haushaltsnettoeinkommen



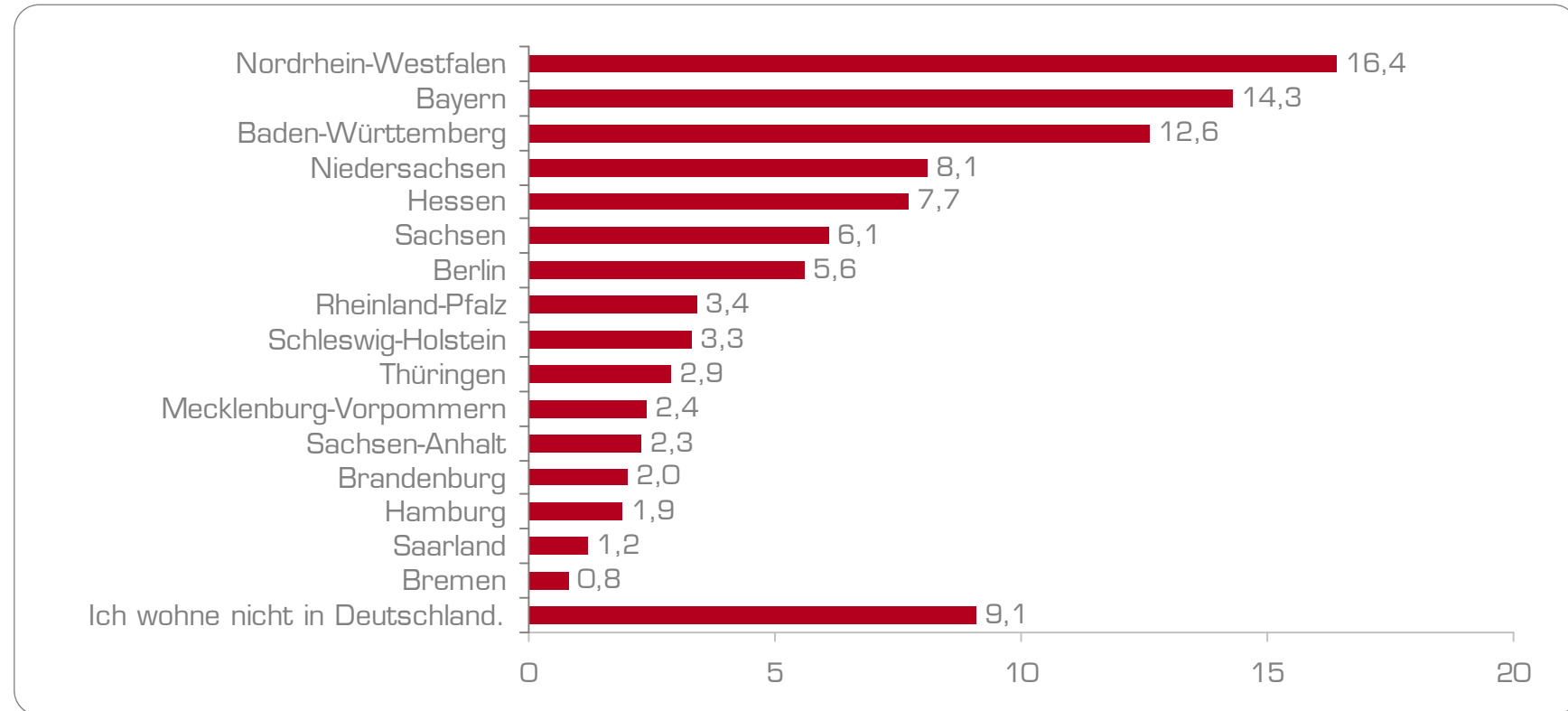
Basis: alle Befragten n=2.452; Angaben in %

Frage: Wie hoch ist Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen, also nach Abzug von Steuer, Sozialversicherung usw.?

Bundesland

Der Großteil der Befragten lebt in den Bundesländern Nordrhein-Westfalen, Bayern und Baden-Württemberg.

Bundesland



Basis: alle Befragten n=2.452; Angaben in %
Frage: In welchem Bundesland wohnen sie?

Haben Sie Fragen?

Diese beantwortet Ihnen gerne das Team der United Internet Media Marktforschung.



The fine Arts of digital Media ■



GMX



TOP.DE



AD Europe



Melanie Kaller

E-Mail: melanie.kaller@united-internet-media.de

Telefon: +49 721 91374 - 1764

United Internet Media AG

Ernst-Frey-Str. 10

76135 Karlsruhe

www.unitedinternetmedia.de