

Frankfurt, 28. Februar 2019

Pressemitteilung

Kopf- und Rückenschmerzen auch bei den Onlinern Volkskrankheiten Nr. 1

Die Sonderauswertung agof facts & figures „Pharma“ beleuchtet Verhalten und Einstellungen der Onliner in Deutschland rund um das Thema Gesundheit

Während des Karnevals-Endspurts ab heute kommen sie sicher noch einmal mehr als sonst zum Einsatz: Die Kopfschmerztabletten, eines der am häufigsten genutzten Arzneimittel der Deutschen – zumindest der Onliner in Deutschland. Zu diesem Fazit kommt die neueste Sonderauswertung der agof mit dem Themenfokus Gesundheit. Weit über drei Viertel der User (84,3%) greifen demnach regelmäßig zu Tabletten gegen Kopfschmerzen, acht Prozent sogar mindestens einmal die Woche. Und das ist in allen Altersgruppen nahezu identisch. Lediglich die 30-49-jährigen benötigen anscheinend noch etwas öfters Hilfe gegen einen schmerzenden Kopf. Kopfschmerzen sind damit eines der häufigsten Leiden, gegen die die Onliner ein Medikament einnehmen. Gleich danach folgen Mittel gegen Rückenschmerzen, die 40,7 Prozent mindestens selten und 4,7 Prozent sogar mindestens wöchentlich verwenden. Was die Onliner sonst in regelmäßigen Abständen „plagt“? Augenscheinlich Zahnschmerzen (38,6%), Magen- oder Verdauungsprobleme (34,9%) sowie Prellungen, Verstauchungen oder Zerrungen (34,6%), wie die Ergebnisse der agof facts & figures „Pharma“ zeigen.

Nahezu unvermeidbar ist – gerade auch im feucht-kalten Karneval – der kratzende Hals oder die laufende Nase. Entsprechend groß ist die Nutzung von Mitteln gegen Erkältungsbeschwerden. Gerade dabei schöpfen die digitalen User gerne alle Möglichkeiten aus. Egal ob Hustenmittel – welche 71,4 Prozent der User regelmäßig nutzen – Lutschtabletten bzw. Halspastillen (64,5%), Schnupfenspray (64,4%) oder Tabletten gegen Erkältung (60,6%), beim Kampf gegen die Erkältung sind im wahrsten Sinne des Wortes alle Mittel recht. Sogar 41,3 Prozent der männlichen Onliner, meist keine Freunde des Badens, setzen in diesem Fall auf die wohltuende Wirkung von Erkältungsbädern.

Bei diesem breiten Einsatz von Arzneimitteln verwundert es nicht, dass das Thema Gesundheit für die Onliner einen wichtigen Stellenwert einnimmt: 42,8 Prozent, das sind 25,29 Millionen der Onliner in Deutschland über 16 Jahren, ist an Gesundheitsthemen (sehr) interessiert und 36,8 Prozent (21,76 Millionen) an Gesundheitsdienstleistungen. Doch auch weitere Themen rund um Gesundheit und Wohlbefinden stehen im Interessensfokus der User, so z.B. rezeptfreie Medikamente (34,5 Prozent, 20,38 Millionen), Brillen (32,9 Prozent, 19,46 Millionen) oder auch Beautybehandlungen (25,1 Prozent, 14,87 Millionen). So verbreitet das Interesse in nahezu allen Zielgruppen ist – zwei Gruppen fallen auf, da sie fast durchgängig überdurchschnittlich interessiert sind: Die über 50-jährigen, wahrscheinlich aufgrund des eventuell bereits höheren Bedarfs an Gesundheitsprodukten und Medikamenten, und einmal Frauen, die in vielen Fällen für die gesundheitliche Versorgung in der Familie zuständig sind.

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. Europa-Allee 22, 60327 Frankfurt
Tel: 069-264 888-310, Fax: 069-264 888-320, E-Mail: presse@agof.de

Steuer-Nr.: 045_227_3093_1 VR Darmstadt 3395, Geschäftsführerin: Claudia Dubrau
Vorstände: Björn Kaspring, Clarissa Moughrabi, Dirk Maurer

BURDAFORWARD ADVERTISING | EBAY CLASSIFIEDS GROUP | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES
IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MEDIA IMPACT | SEVENONE MEDIA
SPIEGEL-VERLAG RUDOLF AUGSTEIN | STRÖER DIGITAL GROUP | UNITED INTERNET MEDIA

Die agof facts & figures analysieren die Potenziale und Perspektiven einzelner Branchen im Internet auf Basis der agof daily digital facts. Die vorliegende Ausgabe rund um das Thema Gesundheit beruht darüber hinaus auf den integrierten Merkmalen aus der VuMA Touchpoints der Verbrauchs- und Medienanalyse (VuMA) und beleuchtet das Interesse an Gesundheitsthemen und -dienstleistungen, Häufigkeit der persönliche Verwendung von Medikamenten, Erkältungsmitteln und sonstigen Mitteln sowie im Haushalt vorhandene Krankenversicherungen, abgerundet durch die Mediaspendings der Branche.

Der ausführliche Berichtsband zur neuesten Ausgabe der agof facts & figures, inklusive Tabellen und Grafiken, steht kostenfrei unter <https://www.agof.de/studien/branchenberichte-facts-figures/> zur Verfügung.

Über die agof

Als Joint Industry Committee (JIC) aus den führenden deutschen Internet-Vermarktern, Agenturen und Werbungtreibenden setzt die agof Standards und Maßstäbe für digitales Marketing. Sie sichert damit die Professionalität, die Qualität und das Wachstum des Werbemediums Internet. Im Zentrum ihrer Arbeit steht die Ermittlung digitaler Reichweiten und Nutzungsdaten zur Vermarktung von digitalen Angeboten. Anforderungen des sich dynamisch verändernden Marktes integriert sie aktiv in ihr Leistungsangebot und richtet ihre Weiterentwicklung nachhaltig daran aus. Dabei agiert sie stets unabhängig von Individualinteressen. Darüber hinaus engagiert sie sich für das digitale Medium in wichtigen Branchenorganisationen, vor allem für einen vertretbaren Datenschutz für Online-Marketing, und setzt sich auch auf europäischer Ebene für länderübergreifende Forschungsstandards ein.

Bei Rückfragen:

Katharina Metzger
agof Pressesprecherin
Tel.: 069/264 888-318
Fax: 069/264 888-320
Mobil: 0151/126 713 88
Mail: katharina.metzger@agof.de