

Frankfurt, 03. Dezember 2020

Pressemitteilung

Bei Husten, Schnupfen oder Heiserkeit: Frag Dr. Internet

Die agof facts & figures Pharma nehmen das Gesundheitsbewusstsein und die Verwendung von Pharma-Produkten in verschiedenen digitalen Zielgruppen unter die Lupe

Durch die Corona-Pandemie ist das Thema Gesundheit derzeit in aller Munde und auch im digitalen Nachrichtenkosmos sehr gefragt. Allein in den letzten drei Monaten besuchten durchschnittlich 3,37 Millionen Deutsche über 16 Jahre pro Tag digitale Angebote zum Thema Gesundheit. Spätestens mit den anstehenden Wintermonaten treiben die digitalen Nutzer aber auch (wieder) andere Gesundheitsfragen um – und ins Netz. Wichtiger Partner dabei an ihrer Seite: Dr. Internet, der Fragen rund um passende Medikamente, Heilmittel oder eventuelle Nebenwirkungen beantwortet. Und das Interesse der deutschen Onliner an Gesundheitsthemen ist, auch abseits von Covid-19, groß: Über 40 Prozent der digitalen Nutzer ab 16 Jahre (42,1%) sind an Informationen rund um Gesundheit interessiert oder sogar sehr interessiert, an Gesundheitsdienstleistungen mehr als ein Drittel (35,3%). Fast genauso groß ist das Interesse an Brillen (31,9%) und rezeptfreien Medikamenten (31,6%). Zu diesen Ergebnissen kommt die neueste Sonderanalyse der agof in der Reihe agof facts & figures, die zu Ende des Jahres Verhalten und Einstellung der digitalen Nutzer rund um das Thema Gesundheit und Medikamente beleuchtet.

Mit Beginn der kalten Jahreszeit sind dabei vor allem Erkältungskrankheiten ein Thema. Die begleitenden Symptome wie Kratzen im Hals, Halsschmerzen, zugeschwollene Nase und hartnäckiger Husten sind ausgesprochen lästig. Entsprechend kommt hier gerne die ganze Bandbreite aus dem Medizinschrank zum Einsatz.



agof facts & figures „Pharma“ #4/2020 // Basis: n=279.427 Fälle (Nutzer stationäre und/oder mobile Angebote letzte 3 Monate ab 16 Jahren) / Erkältungsmittel – persönliche Verwendung: mindestens selten; mindestens einmal pro Woche / Angaben in Prozent / mit VuMA-Merkmalen // Quelle: agof e. V. / daily digital facts / Auswertungstag 22.10.2020 / Auswertungszeitraum: September 2020

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

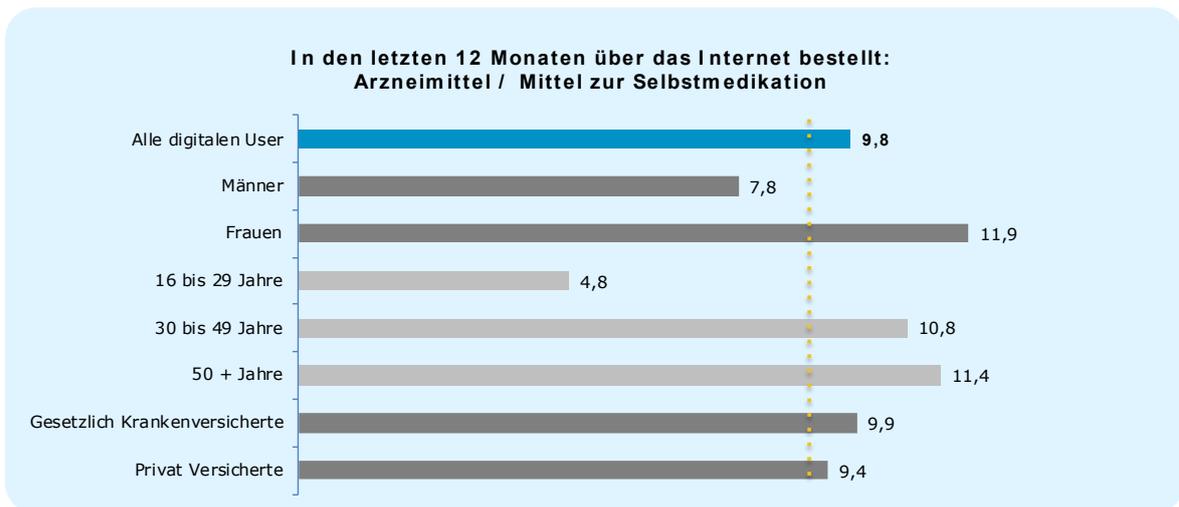
Steuer-Nr.: 045_227_3093_1 VR Darmstadt 3395, Geschäftsführerin: Claudia Dubrau
Vorstände: Björn Kaspring, Steffen Bax, Dirk Maurer

BURDAFORWARD ADVERTISING | EBAY CLASSIFIEDS GROUP | G+J EMS | IP DEUTSCHLAND
IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MEDIA IMPACT | SCORE MEDIA GROUP | SEVEN.ONE MEDIA
SPIEGEL-VERLAG RUDOLF AUGSTEIN | STRÖER DIGITAL GROUP | UNITED INTERNET MEDIA

Die beliebtesten Helfer gegen die Erkältung sind dabei Hustenmittel, die 43,09 Millionen Onliner mindestens selten einnehmen, Lutschtabletten (39,00 Mio.) und Schnupfenspray (38,55 Mio.). Ein Drittel bis ein Viertel der User setzt diese Mittel auch mindestens einmal die Woche ein – im akuten Fall herrscht entsprechender Bedarf. Beim Kampf gegen die Schnupfennase haben die unterschiedlichen Zielgruppen jedoch so ihre Favoriten: So setzen Frauen bei der mindestens wöchentlichen Anwendung überdurchschnittlich auf Erkältungsbäder (Index 113), über 50-Jährige auf Mittel zum Gurgeln (Index 112). Diese erfreuen sich auch bei den Privatversicherten großer Beliebtheit (Index 125), genau wie Erkältungsbäder (Index 117) oder andere Erkältungs- oder Schnupfenmittel (Index 111).

Damit es möglichst erst gar nicht so weit kommt, setzen die Onliner außerdem gerne auf vorbeugende Gesundheitsprodukten, z.B. Vitaminpräparate, die 19,22 Millionen Onliner mindestens selten einnehmen, oder Mineralstoffe (16,77 Mio.). Das wohl beliebteste sonstige Mittel sind Wund- und Heilsalben – bei über der Hälfte aller User kommt sie regelmäßig zum Einsatz (31,26 Mio.).

Das Netz fungiert aber nicht nur als wichtiger Ratgeber und Informationsplattform rund um Gesundheitsthemen. Auch als Bestellkanal wird es zunehmend zu einer Ergänzung zur Apotheke vor Ort. Insgesamt haben knapp 10 Prozent der digitalen User (9,8%) in den letzten zwölf Monaten Arzneimittel oder Mittel zur Selbstmedikation online gekauft. Zu den Online-Shoppern zählen vor allem Frauen und über 50-Jährige. Gleichzeitig belegen diese noch eher moderaten Prozentsätze, dass die meisten Menschen für den Kauf von Medikamenten nach wie vor in die Apotheke gehen, entweder da diese aufgrund der Verschreibungspflicht nicht frei verkäuflich sind oder im akuten Fall sofort verfügbar sein müssen.



agof facts & figures „Pharma“ #4/2020 // Basis: n=279.427 Fälle (Nutzer stationäre und/oder mobile Angebote letzte 3 Monate ab 16 Jahren) / Zielgruppen: Frauen (n=140.049), Männer (n=139.378); 16- bis 29-Jährige (n=61.167 Fälle), 30- bis 49-Jährige (n=99.359 Fälle), 50plus (n=118.901 Fälle); Gesetzliche Krankenversicherung (n=247.410), Private Krankenversicherung (n=29.207) / Online-Einkauf: Arzneimittel / Mittel zu Selbstmedikation (in den letzten 12 Monaten über das Internet bestellt) / Angaben in Prozent / mit VuMA-Merkmalen // Quelle: agof e. V. / daily digital facts / Auswertungstag 22.10.2020 / Auswertungszeitraum: September 2020

Basis der agof facts & figures ist die Markt-Media-Studie daily digital facts, in der die agof das Nutzungsverhalten digitaler User untersucht und die Reichweiten- und Strukturdaten digitaler Medien über das Auswertungs- und Planungstool TOP modular tagesaktuell veröffentlicht. 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 „Pharma“, inklusive Tabellen und Grafiken, steht kostenfrei unter <https://www.agof.de/studien/branchenberichte-facts-figures/2020-pharma/> 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