

Sanofi Gesundheitstrend: Beim Kauf von rezeptfreien Arzneimitteln spielen Beratung und Empfehlung eine Schlüsselrolle

Frankfurt am Main, 23. November 2020. Quälender Husten, Verstopfung oder ein schmerzhaft verspannter Nacken – wer darunter leidet, ist froh, dass es wirksame Hilfe aus der Apotheke gibt. Für mehr als die Hälfte der Menschen in Deutschland (57 Prozent) ist beim Kauf von Arzneimitteln ohne Rezept die Beratung durch den Apotheker ein besonders wichtiger Aspekt. Das zeigt der Sanofi Gesundheitstrend, für den das Meinungsforschungsinstitut Nielsen repräsentativ 1.000 Männer und Frauen befragt hat. (1)

Mehrheit zufrieden mit dem Angebot von frei erhältlichen Arzneimitteln

Während für die Behandlung schwerwiegender Erkrankungen und komplexer Symptome meist rezeptpflichtige Arzneimittel zum Einsatz kommen, werden Alltagsbeschwerden wie Kopfschmerzen, Erkältung oder Magen-Darm-Probleme oft in Eigenregie mit rezeptfreien, sogenannten OTC-(Over-the-Counter-)Präparaten behandelt. Diese Selbstmedikation ist ein wichtiger Bestandteil des Gesundheitssystems in Deutschland, welche die ärztliche Versorgung ergänzt und in bestimmten Bereichen sogar ersetzen kann. 65 Prozent der Menschen in Deutschland sind mit dem Angebot an in der Apotheke frei erhältlichen Arzneimitteln sehr zufrieden oder zufrieden – Frauen (70 Prozent) noch etwas mehr als Männer (61 Prozent).

Was beeinflusst die Produktwahl?

2019 wurden rund 867 Millionen Packungen rezeptfreier Arzneimittel von Apothekenkunden nachgefragt. (2) Die Auswahl ist groß. Für jedes Beschwerdebild stehen zahlreiche Medikamente zur Verfügung, die teilweise unterschiedliche Wirkstoffe enthalten, oft aber auch ähnliche oder gleiche Substanzen. Welche Kriterien beeinflussen die Wahl? Bei der Entscheidung für oder gegen ein bestimmtes Produkt spielen unterschiedliche Aspekte eine Rolle. Ein günstiger Preis ist beispielsweise 34 Prozent der Befragten sehr oder äußerst wichtig, während knapp ein Drittel verstärkt auf eine positive Berichterstattung in Zeitschriften oder digitalen Medien achtet. Die Verfügbarkeit von Informationen über das Arzneimittel in digitalen Medien hat für 43 Prozent einen besonders hohen Stellenwert – und das unabhängig vom Alter. Auch bei den 60- bis 69-Jährigen möchten sich 41 Prozent auf diesem Weg informieren können. Das zeigt, wie weit die Digitalisierung bereits fortgeschritten ist.

Apotheker, Arzt, Bekannte – die Empfehlung zählt

Eine herausgehobene Bedeutung bei der Kaufentscheidung kommt der – oft persönlichen – Empfehlung zu. Das kann der Tipp des Freundes oder der Rat der Eltern sein. Besonders viele vertrauen jedoch auf die fachliche Kompetenz von Ärzten und noch mehr der ihres Apothekers. Seine Beratung zum jeweiligen Medikament ist beim Kauf von frei erhältlichen Arzneimitteln in der Apotheke das wichtigste Argument überhaupt: 57 Prozent der Befragten ist dieser Aspekt sehr oder äußerst wichtig, während nur 6 Prozent ihn als besonders unwichtig für ihre Kaufentscheidung bewerten. Bei den 18- bis 29-Jährigen geben sogar 64 Prozent an, dass dies für sie ein ganz wesentlicher Punkt bei der Entscheidung für ein bestimmtes Mittel sei.

Auf wessen Rat vertrauen Sie beim Kauf rezeptfreier Medikamente in der Apotheke?



Ebenfalls abgefragt wurde, wie wichtig es beim Kauf ist, dass das Arzneimittel im Rahmen aktueller Therapieleitlinien von Fachgesellschaften und von Ärzten empfohlen wird. Hier antworteten 44 Prozent mit „besonders wichtig“, lediglich 9 Prozent sagten „besonders unwichtig“, wobei der ärztliche Rat für Jüngere (18 bis 29 Jahre: 47 Prozent) und für über 70-Jährige (49 Prozent) noch entscheidender ist als für die mittleren Altersgruppen. Welchen Stellenwert Medikamentenempfehlungen aus dem privaten Umfeld haben, hängt ebenfalls vom Alter der Befragten ab. Für 32 Prozent sind sie ein wesentliches Kaufargument, wobei die 18- bis 39-Jährigen für den Rat von Bekannten besonders offen sind: 44 Prozent von ihnen ist er besonders wichtig. In der Gruppe der über 40-Jährigen sagen das nur ein Viertel. Dem gegenüber werden Kundenbewertungen auf den Websites von Versandapotheken weniger für die Entscheidungsfindung herangezogen. 27 Prozent, denen dieser Punkt besonders wichtig ist, stehen 24 Prozent, denen er besonders unwichtig ist, gegenüber. Wobei die Bedeutung auch mit dem Alter abnimmt. Für Personen ab 50 spielt er seltener eine große Rolle (18 Prozent) als für die Jüngeren (35 Prozent).

Insgesamt zeigt der Gesundheitstrend: Ein Großteil der Befragten wünscht sich beim Kauf von OTC-Arzneimitteln Informationen und Empfehlungen zum Produkt, wobei Jüngere bei der Medikamentenwahl noch beratungsaffiner sind als der Durchschnitt.

Mit digitalem Extra punkten?

Die Menschen werden immer digitaler. Dennoch ist die Resonanz auf digitale Zusatz-Services zu rezeptfreien Arzneimitteln (z. B. kostenlose Apps oder Online-Unterstützung wie Ernährungstagebücher) in der Gruppe der Befragten – noch? – verhalten. Zwar sehen 28 Prozent in einem entsprechenden Angebot ein wichtiges Kaufargument für ein Medikament, andererseits halten 24 Prozent diesen Service für besonders unwichtig. Die Werte zwischen den verschiedenen Altersgruppen unterscheiden sich jedoch stark. Von den 18- bis 39-Jährigen ist ein Drittel (36 bis 37 Prozent) an entsprechenden Web- und App-Angeboten besonders interessiert, 41 Prozent sagen: „Das passt perfekt, ich nutze sowieso überwiegend digitale Medien.“ Allerdings geben 41 Prozent aller Männer und Frauen an, dass sie Informationen von neutralen Websites bevorzugen.



Menschen ab 50 mit ihrem gesundheitlichen Wohlbefinden unzufriedener

Neben dem aktuellen Fokus auf den Kauf von in Apotheken frei erhältlichen Arzneimitteln ermittelt der repräsentative Sanofi Gesundheitstrend in jedem Quartal das gesundheitliche Wohlbefinden der Befragten. 45 Prozent der Menschen hierzulande fühlen sich im Oktober 2020 wohl. Junge Menschen hierzulande (18-29 Jahre) sind zufriedener als über 30-Jährige: 66 Prozent vs. 40 Prozent. Damit ist der Unterschied noch deutlicher als in den Vorquartalen. Vor allem die über 50-Jährigen verlieren 7 Prozentpunkte an Zufriedenheit.

Die einzelnen Gesundheitsaspekte sind gleich verteilt wie im vorigen Quartal: An der Spitze stehen erneut die persönliche geistige Leistungsfähigkeit (62 Prozent) und die persönliche medizinische Versorgung (62 Prozent). Wiederum überdurchschnittlich schlecht schneidet der Einfluss der Umwelt auf die persönliche Gesundheit ab (35 Prozent). Auch mit der eigenen körperlichen Leistungsfähigkeit (39 Prozent) und dem Einsatz neuer Technologien für die eigene Gesundheitsversorgung (42 Prozent) zeigen sich die Befragten weniger zufrieden.

Der Sanofi Gesundheitstrend

Gesundheit beschäftigt uns ein Leben lang, mit allen Höhen und Tiefen und allen Herausforderungen. Sie können groß oder klein sein, lebenslang oder akut – für jeden, jederzeit und überall. Sanofi ist ein lebenslanger Begleiter in Gesundheitsfragen. Mit Leidenschaft arbeiten über 100.000 Beschäftigte weltweit und etwa 9.000 Mitarbeiter in Deutschland jeden Tag daran, die Gesundheitsprobleme der Menschen weltweit zu verstehen und Lösungen zu finden. Dabei ist eine Frage wichtig, die im Sanofi Gesundheitstrend regelmäßig abgefragt wird: „Wie geht es Ihnen?“. Sanofi möchte mit seinen Gesundheitslösungen dabei helfen, positiv darauf zu antworten. Wir nennen das Empowering Life! In den regelmäßigen Befragungswellen werden darüber hinaus Schwerpunktthemen beleuchtet. Im Oktober 2020 lag der Fokus auf Aspekten, die den Kauf von in Apotheken frei erhältlichen Arzneimitteln (ohne Rezept) beeinflussen.

Referenzen

- (1) Nielsen Sanofi Gesundheitstrend Q4/2020, Oktober 2020, Online-Befragung, n=1.000
- (2) Stationäre Apotheke und Versandhandel, Quelle: IQVIA Marktbericht, Entwicklung des deutschen Pharmamarktes im Jahr 2019

Über Sanofi

Sanofi ist ein weltweites Unternehmen, das Menschen bei ihren gesundheitlichen Herausforderungen unterstützt. Mit unseren Impfstoffen beugen wir Erkrankungen vor. Mit innovativen Arzneimitteln lindern wir ihre Schmerzen und Leiden. Wir kümmern uns gleichermaßen um Menschen mit seltenen Erkrankungen wie um Millionen von Menschen mit einer chronischen Erkrankung.

Mit mehr als 100.000 Mitarbeitern in 100 Ländern weltweit und etwa 9.000 Mitarbeitern in Deutschland übersetzen wir wissenschaftliche Innovation in medizinischen Fortschritt.

Sanofi, Empowering Life.

Kontakt:

Kommunikation Consumer Healthcare

Inga Zadora

Tel.: +49 (0) 69 305-15919

presse@sanofi.com

Unternehmenskommunikation

Stefan Dietrich

Tel.: +49 (69) 305 – 30165

presse@sanofi.com

Miriam Henn, Vice President Communications Germany, Switzerland, Austria

Tel.: +49 (0) 69 305 5085. Fax: +49 (0) 69 305 84418

Sanofi-Aventis Deutschland GmbH – Industriepark Höchst

Gebäude K 703 – D-65926 Frankfurt am Main

www.sanofi.de

Sanofi-Aventis Deutschland GmbH - Sitz der Gesellschaft: Frankfurt am Main - Handelsregister: Frankfurt am Main, Abt. B Nr. 40661

Vorsitzender des Aufsichtsrates: Philippe Luscan - Geschäftsführer: Dr. Fabrizio Guidi (Vorsitzender), Dr. Matthias Braun,

Oliver Coenenberg, Evelyne Freitag, Dr. Malte Greune, Prof. Dr. Jochen Maas

Wenn Sie keine weiteren Pressemitteilungen zu diesem Thema empfangen möchten, antworten Sie bitte auf diese Mail und ergänzen Sie im Betreff "Abmeldung".