

HOMÖOPATHISCHE UND ANTHROPOSOPHISCHE ARZNEIMITTEL: STIMMUNGSBILD





APRIL 2023

**Online-Befragung unter 302 Apotheker:innen und PTA
im Auftrag des Bundesverband der Arzneimittel-Hersteller e.V.**

KERNERGEBNISSE

Homöopathische und anthroposophische Arzneimittel gehören in die Apotheke

Insbesondere aufgrund des Beratungsbedarfs gehören homöopathische und anthroposophische Arzneimittel aus Sicht der Befragten in die Apotheke. Gegenmeinungen argumentieren vor allem mit fehlender klinischer Evidenz.

Empfehlung meist auf Kundenwunsch

Die meisten Befragten beraten in diesem Segment bis zu mehrmals im Monat. Die Empfehlung erfolgt in erster Linie auf Kundenwunsch und am häufigsten bei Nervosität/Unruhe, gefolgt von Erkältung und Schlafstörungen.

Großer Wunsch nach Informationen/Fortbildungen

Der Wunsch nach Informationen und Fortbildungen zu homöopathischen und anthroposophischen Arzneimitteln ist ausgeprägt: Nur rund die Hälfte der Befragten fühlt sich in der Beratung sicher, insbesondere Personen unter 40 Jahren haben hier Bedarf. Auch Studien in diesem Segment sind oft nicht bekannt.

Mediale Berichterstattung: Geringe Auswirkung auf Empfehlungsverhalten

Viele Befragte haben mediale Berichterstattung bzw. kritische Diskussionen über homöopathische und anthroposophische Arzneimittel seit Anfang des Jahres 2023 wahrgenommen. Auf die Empfehlungsbereitschaft hatte diese jedoch nur geringen Einfluss.

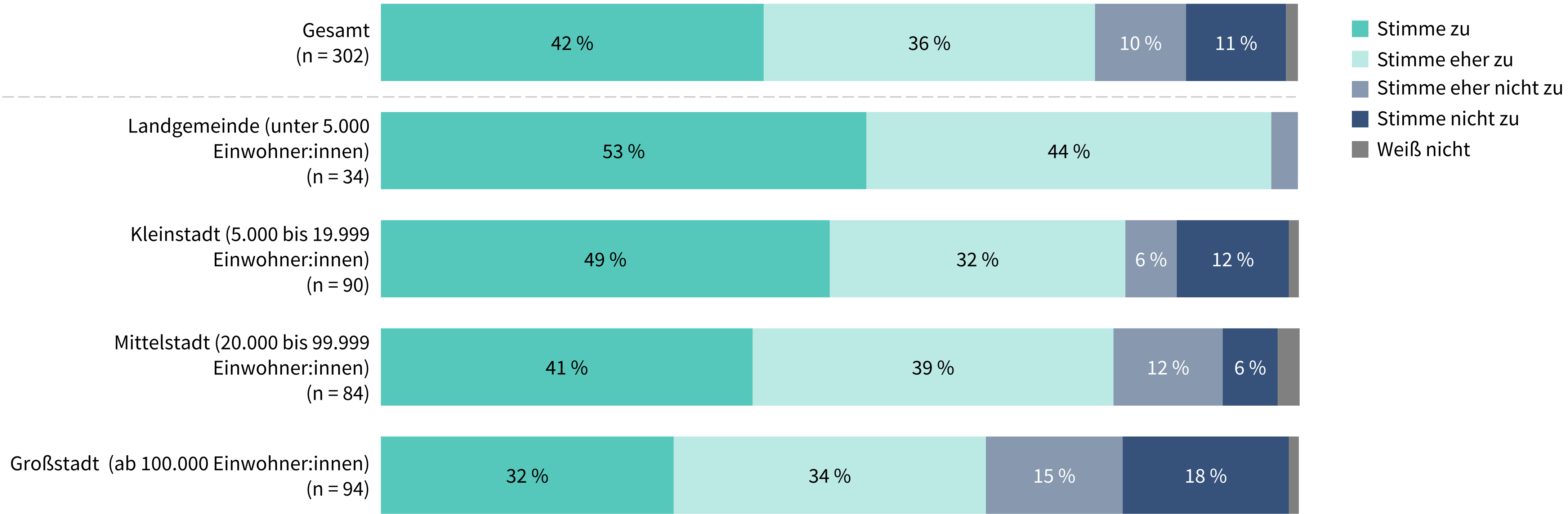
Aktuelle Entwicklungen (Inflation etc.): Geringer Einfluss auf Nachfrage

Auch, wenn Apothekenkundschaft insgesamt preissensibler geworden ist, hat dies bisher einen vergleichsweise geringen Einfluss auf die Nachfrage von homöopathischen und anthroposophischen Arzneimitteln.



DREI VIERTEL DER BEFRAGTEN MEINEN, HOMÖOPATHISCHE UND ANTHROPOSOPHISCHE ARZNEIMITTEL GEHÖREN IN DIE APOTHEKE – BEFRAGTE AUS APOTHEKEN KLEINERER GEMEINDEN STIMMEN NOCH HÄUFIGER ZU

Homöopathische und anthroposophische Arzneimittel gehören in die Apotheke.

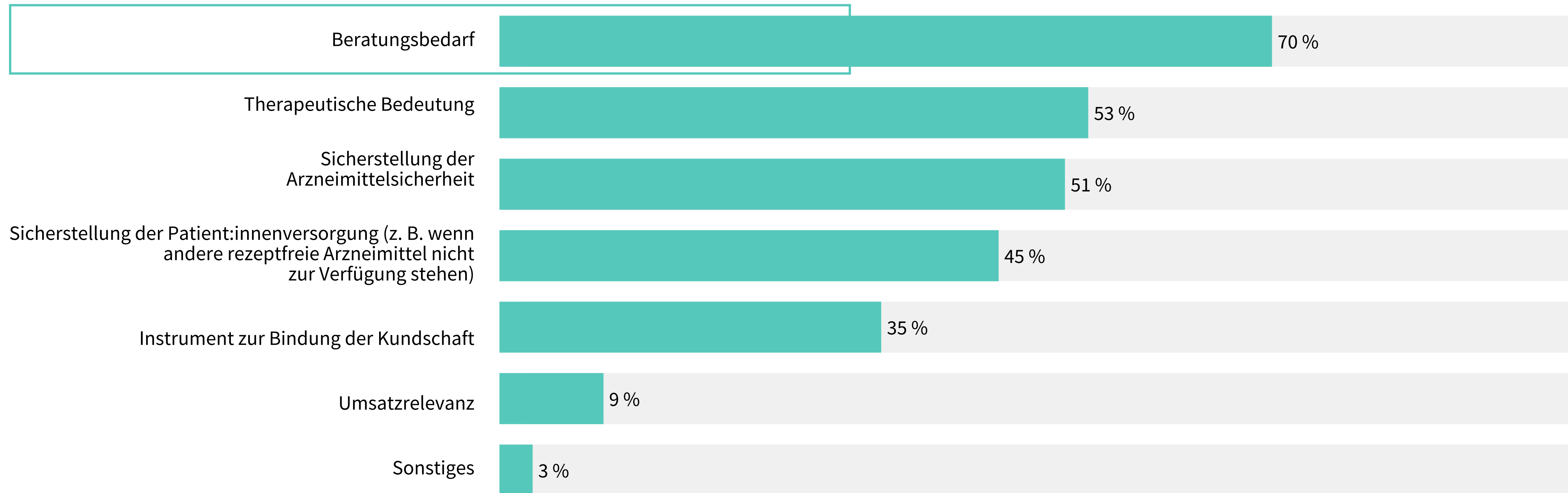


Einfachauswahl | Alle Befragten | Rundungsdifferenzen möglich | Darstellung von Werten ≥ 3 %
 Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu?



DEN HAUPTGRUND DAFÜR, DASS HOMÖOPATHISCHE/ANTHROPOSOPHISCHE ARZNEIMITTEL IN DIE APOTHEKE GEHÖREN, SEHEN DIE BEFRAGTEN IM BERATUNGSBEDARF

Warum homöopathische und anthroposophische Arzneimittel in die Apotheke gehören



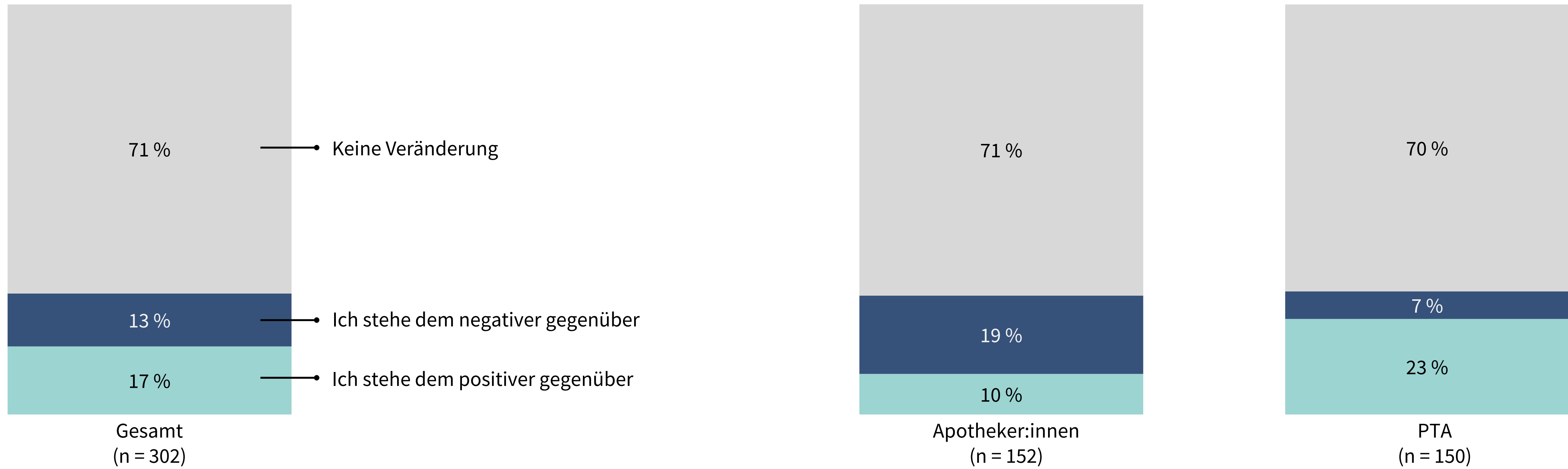
Rundungsdifferenzen möglich

Warum gehören homöopathische und anthroposophische Arzneimittel Ihrer Meinung nach (eher) nicht in die Apotheke? | Mehrfachauswahl | Befragte, die (eher) finden, dass homöopathische und anthroposophische Arzneimittel in die Apotheke gehören n = 235



IN DEN VERGANGENEN DREI JAHREN HAT SICH DIE EINSTELLUNG DER MEISTEN BEFRAGTEN ZU HOMÖOPATHISCHEN UND ANTHROPOSOPHISCHEN ARZNEIMITTELN NICHT VERÄNDERT

Einstellung zu homöopathischen und anthroposophischen Arzneimitteln in den vergangenen drei Jahren

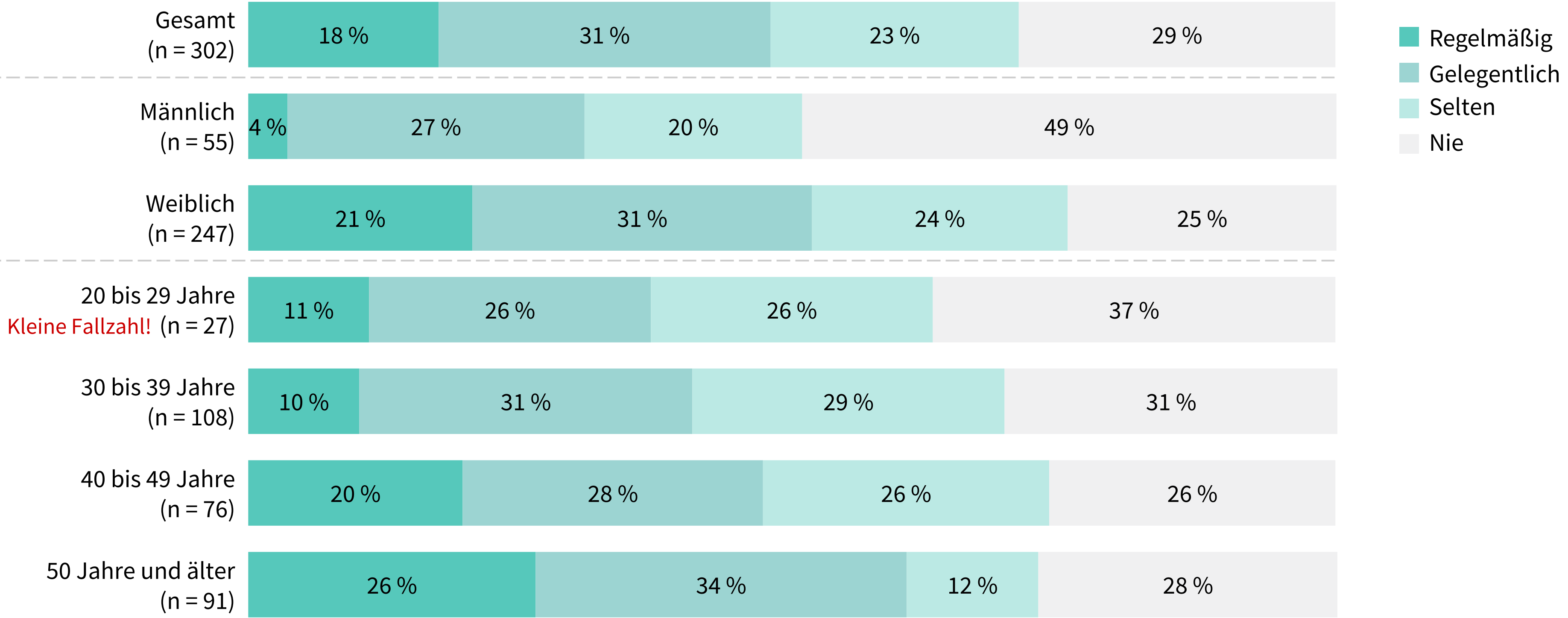


Ranking | Alle Befragten | Rundungsdifferenzen möglich
Hat sich Ihre persönliche Einstellung in Bezug auf homöopathische und anthroposophische Arzneimittel in den vergangenen drei Jahren verändert?



MIT DEM ALTER DER BEFRAGTEN STEIGT DIE HÄUFIGKEIT DER EIGENEN VERWENDUNG VON HOMÖOPATHISCHEN UND ANTHROPOSOPHISCHEN ARZNEIMITTELN. FRAUEN NUTZEN DIESE DEUTLICH HÄUFIGER ALS MÄNNER.

Häufigkeit der Verwendung von homöopathischen und anthroposophischen Arzneimitteln für sich selbst oder die Familie

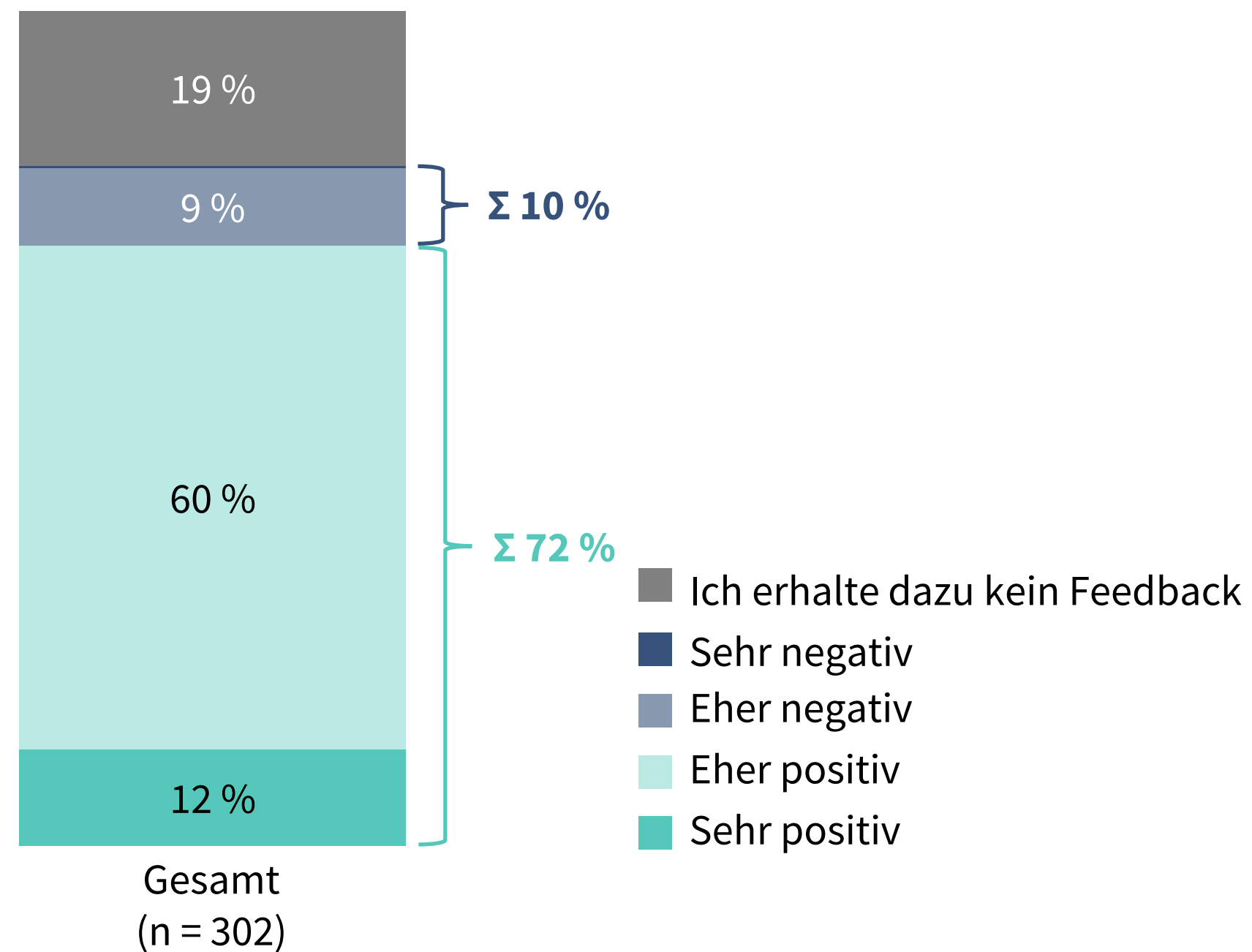


Einfachauswahl | Alle Befragten | Rundungsdifferenzen möglich
 Wie häufig verwenden Sie selbst homöopathische oder anthroposophische Arzneimittel für sich/Ihre Familie?

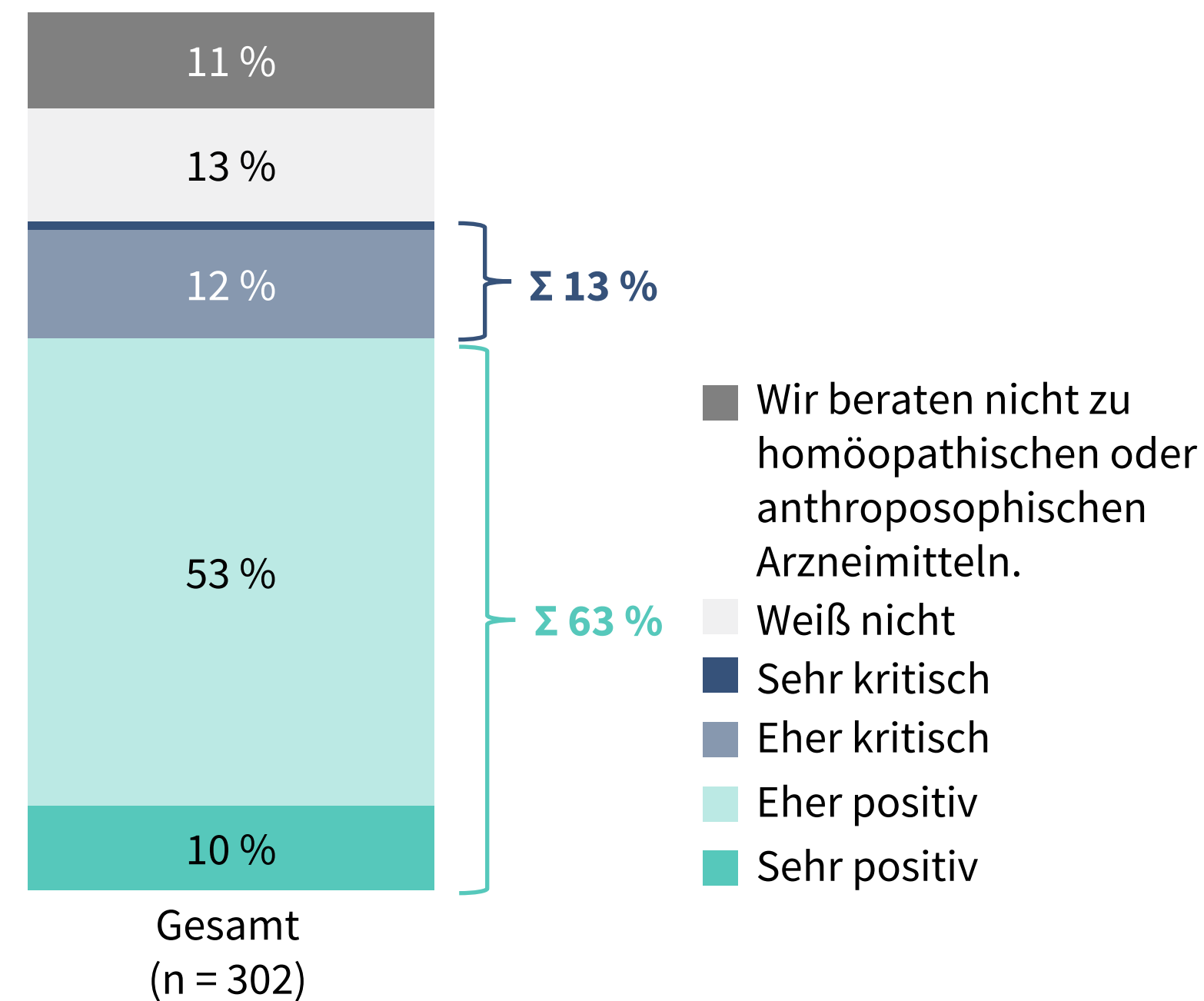


VON DER KUNDSCHAFT ERHALTEN DIE MEISTEN BEFRAGTEN (EHER) POSITIVE RÜCKMELDUNGEN ZUM BERATUNGSANGEBOT ZU HOMÖOPATHISCHEN UND ANTHROPOSOPHISCHEN ARZNEIMITTELN BZW. ZU DEREN WIRKSAMKEIT

Äußerungen der Kundschaft zur Wirksamkeit homöopathischer und anthroposophischer Arzneimittel



Reaktion der Kundschaft auf das Beratungsangebot der Apotheke zu homöopathischen und anthroposophischen Arzneimitteln



32 %

DER BEFRAGTEN WURDEN SCHON EINMAL **AKTIV NEGATIV VON IHRER KUNDSCHAFT** AUF DAS **ANGEBOT HOMÖOPATHISCHER UND ANTHROPOSOPHISCHER ARZNEIMITTEL** IN DER APOTHEKE **ANGESPROCHEN.**

Einfachauswahl | Alle Befragten n = 302 | Rundungsdifferenzen möglich | Darstellung von Werten ≥ 3 %

Wie äußert sich die Mehrheit Ihrer Kundschaft zur Wirksamkeit von homöopathischen oder anthroposophischen Arzneimitteln? | Wie reagiert die Mehrheit Ihrer Kundschaft auf Ihr Beratungsangebot zu homöopathischen und anthroposophischen Arzneimitteln?

Sind Sie schon einmal von Ihrer Kundschaft aktiv negativ angesprochen worden, weil Sie in der Apotheke homöopathische oder anthroposophische Arzneimittel verkaufen?

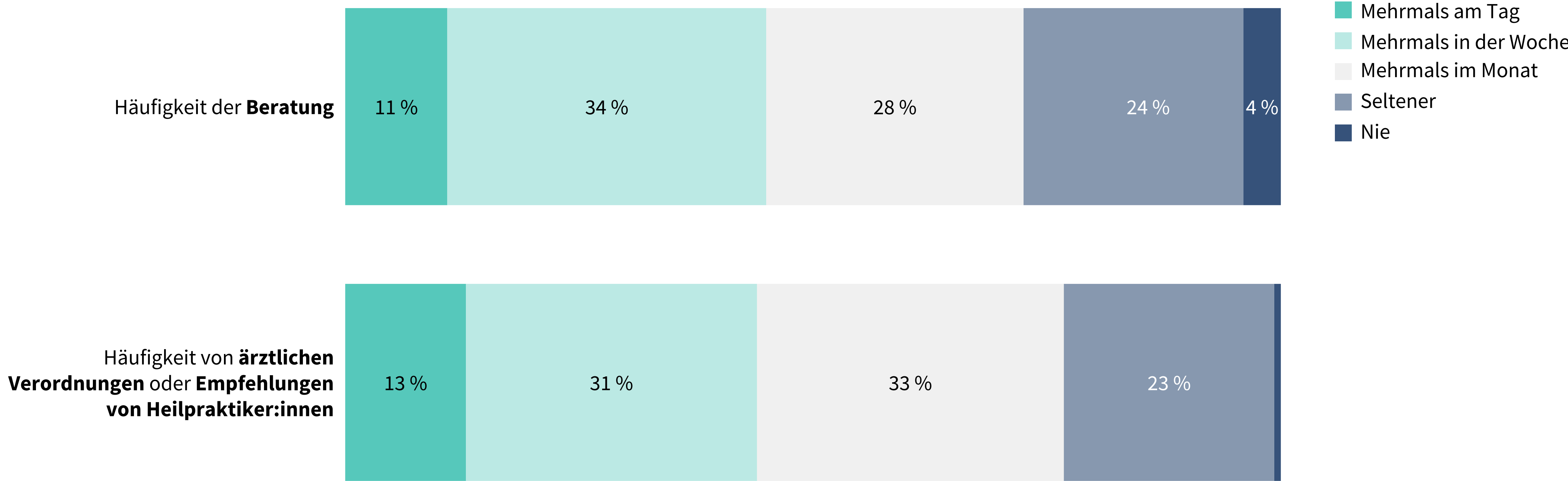


**BERATUNG ZU
HOMÖOPATHISCHEN UND
ANTHROPOSOPHISCHEN
ARZNEIMITTELN**



FAST DIE HÄLFTE DER BEFRAGTEN BERÄT MINDESTENS MEHRMALS WÖCHENTLICH ZU HOMÖOPATHISCHEN ODER ANTHROPOSOPHISCHEN ARZNEIMITTELN

Beratungshäufigkeit zu homöopathischen oder anthroposophischen Arzneimitteln



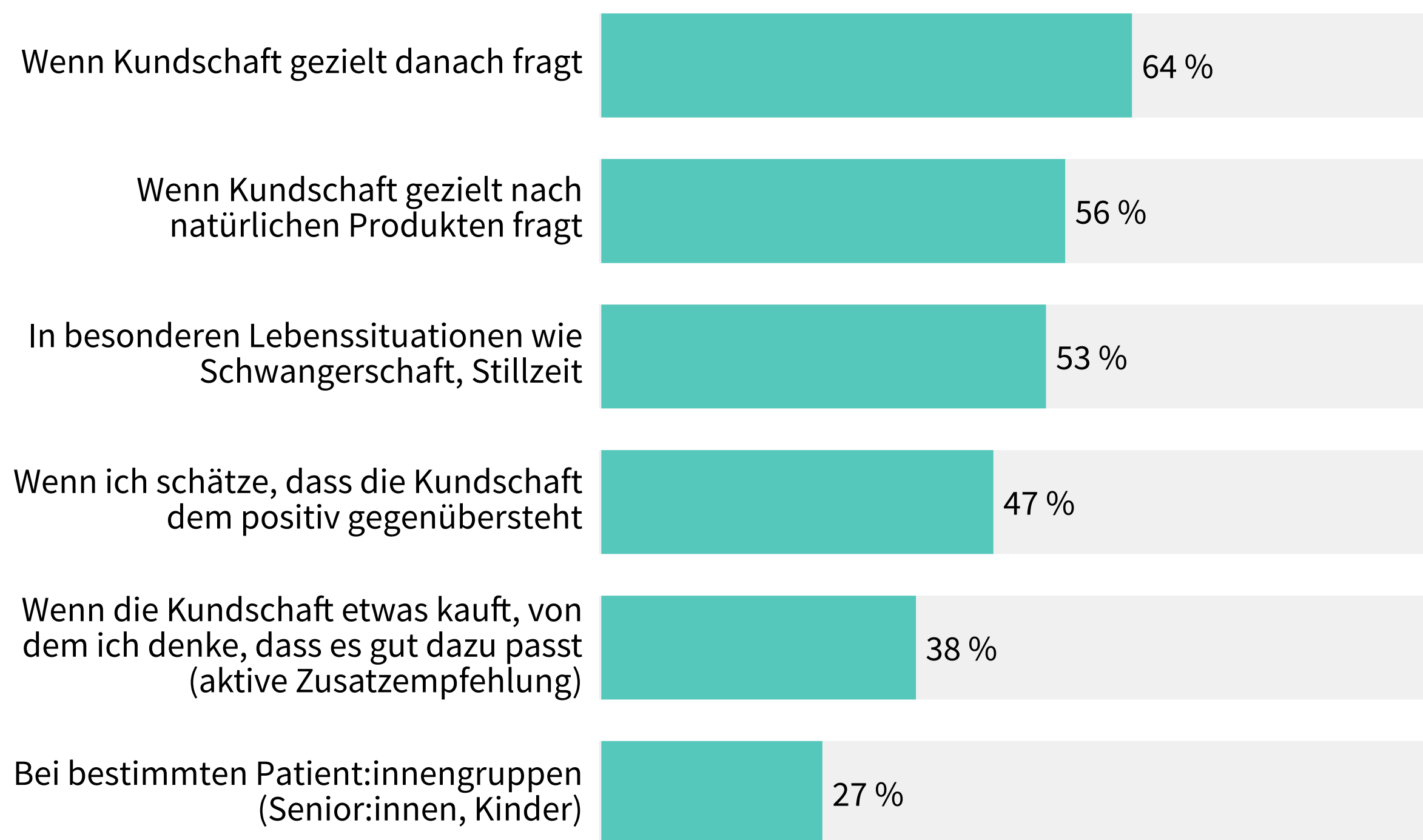
Einfachauswahl | Alle Befragten n = 302 | Rundungsdifferenzen möglich | Darstellung von Werten $\geq 3\%$
Wie häufig beraten Sie zu homöopathischen oder anthroposophischen Arzneimitteln?
Wie häufig werden ärztliche Verordnungen oder Empfehlungen von Heilpraktiker:innen für homöopathische oder anthroposophische Arzneimittel in Ihrer Apotheke eingereicht?



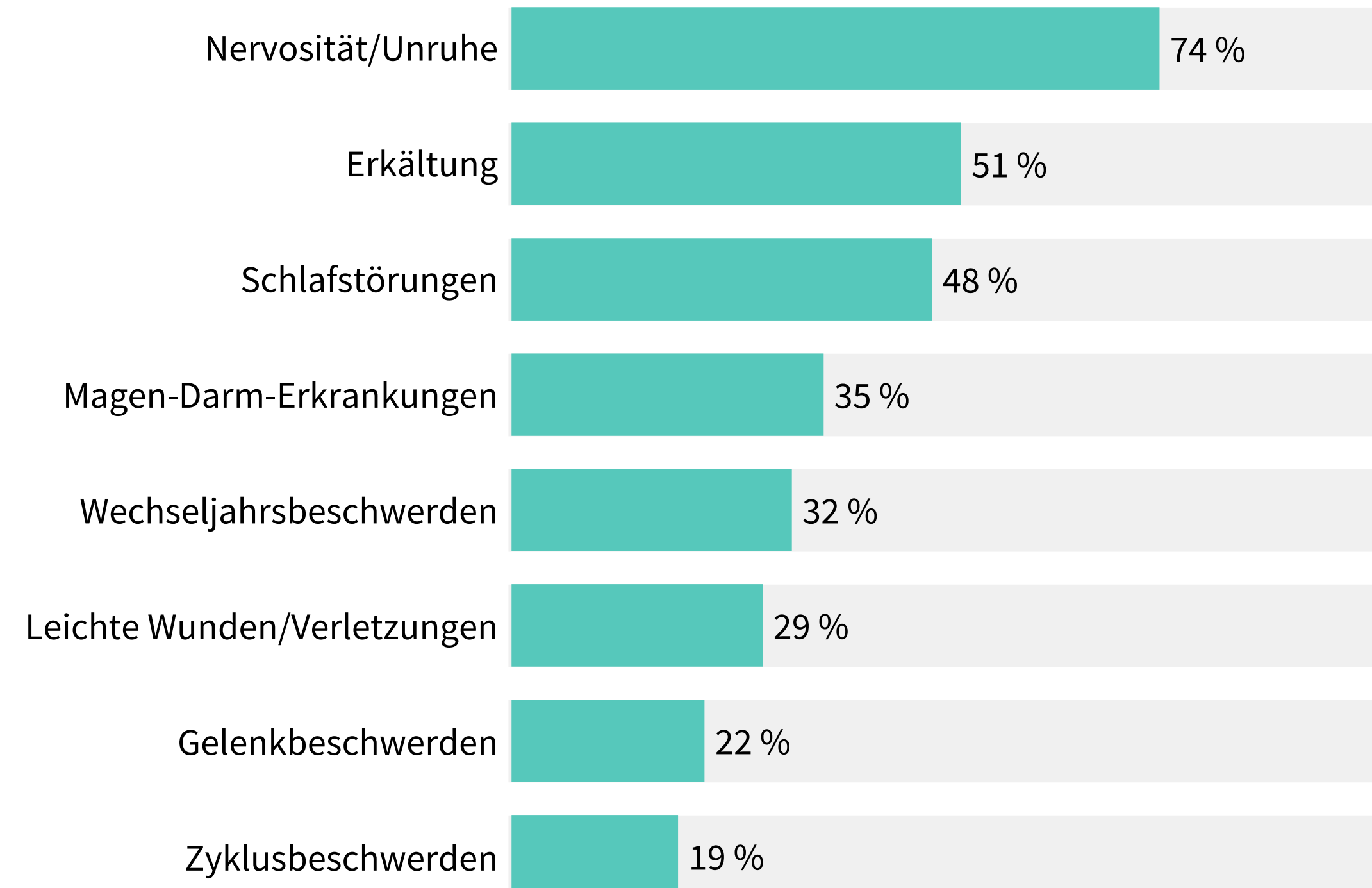
HOMÖOPATHISCHE UND ANTHROPOSOPHISCHE ARZNEIMITTEL WERDEN AM HÄUFIGSTEN EMPFOHLEN, WENN DIE KUNDSCHAFT DANACH FRAGT, IN BESONDEREN LEBENSITUATIONEN SOWIE BEI NERVOSITÄT/UNRUHE

Empfehlung homöopathischer/anthroposophischer Arzneimitteln (Top Nennungen)

Beratungssituationen



Beschwerden

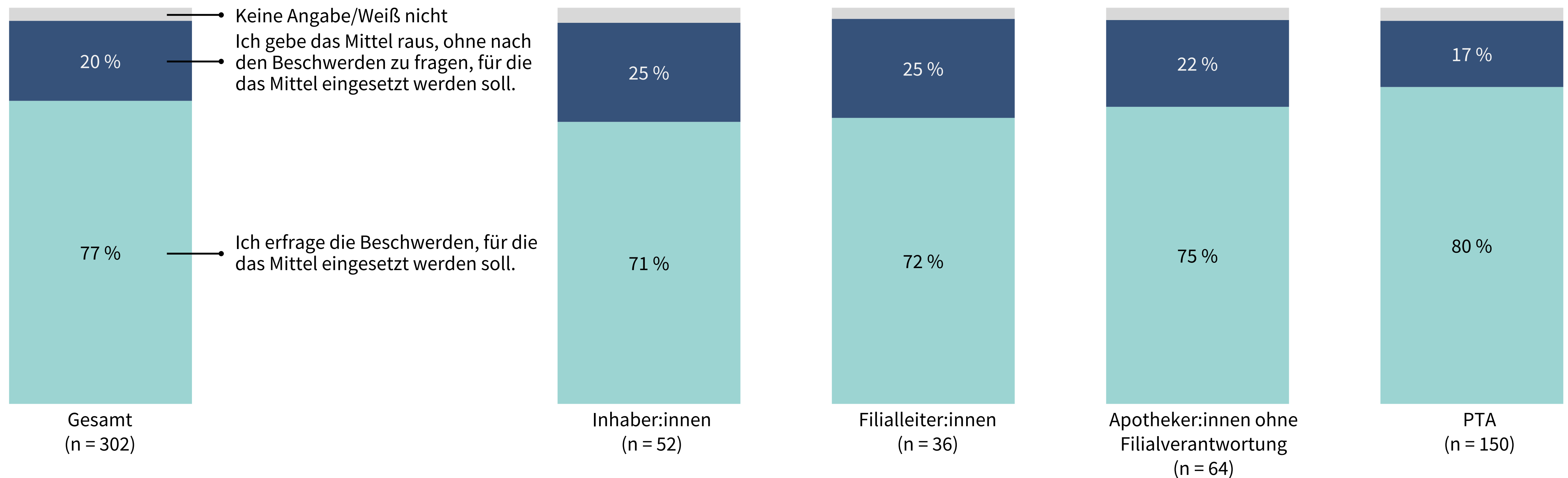


Mehrfachauswahl | Alle Befragten n = 302 | Rundungsdifferenzen möglich
 In welchen Beratungssituationen empfehlen Sie homöopathische und anthroposophische Arzneimittel?
 Bei welchen Beschwerden empfehlen Sie homöopathische und/oder anthroposophische Arzneimittel?



RUND DREI VIERTEL DER BEFRAGTEN ERFRAGEN DIE BESCHWERDEN WENN EIN KONKRETES HOMÖOPATHISCHES/ANTHROPOSOPHISCHES ARZNEIMITTEL GEWÜNSCHT IST – PTA FRAGEN HIER NOCH ETWAS HÄUFIGER NACH

Reaktion bei der Nachfrage nach einem konkreten homöopathischen oder anthroposophischen Arzneimittel ohne Indikation oder Rezept



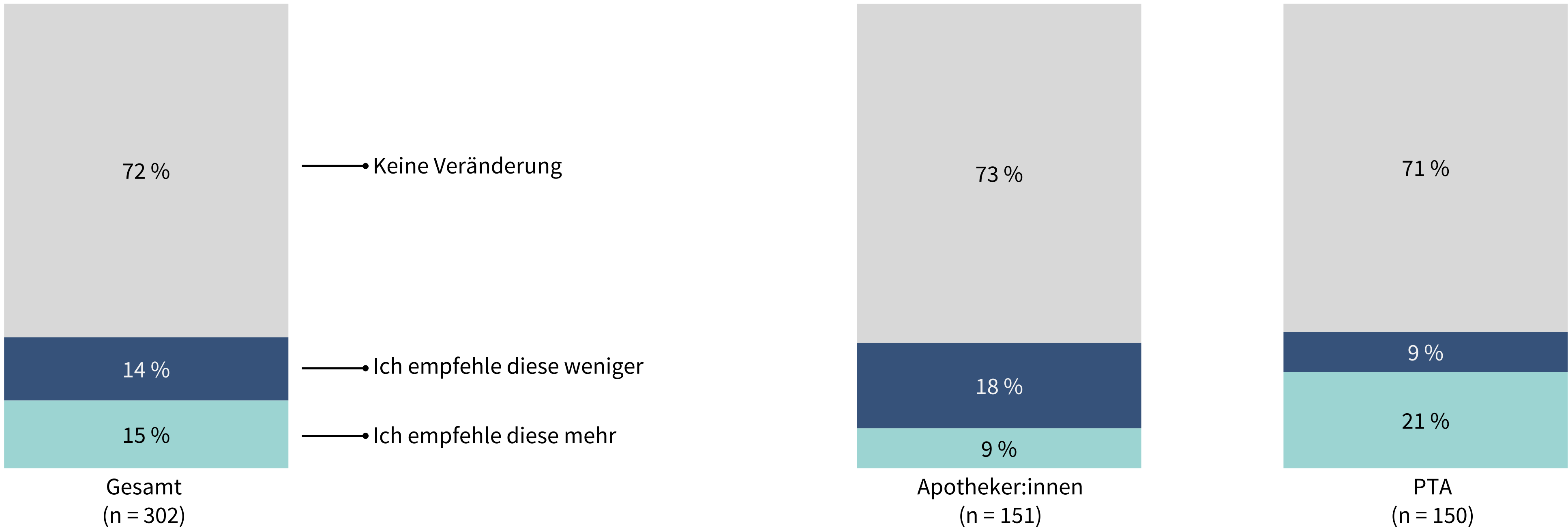
Einfachauswahl | Alle Befragten | Rundungsdifferenzen möglich | Darstellung von Werten $\geq 5\%$

Wie reagieren Sie in den mehrheitlichen Fällen, wenn Kundschaft ohne Rezept ein konkretes homöopathisches oder anthroposophisches Arzneimittel ohne Indikation wünscht?



IN DEN VERGANGENEN DREI JAHREN HAT SICH DAS EMPFEHLUNGS- VERHALTEN IN APOTHEKEN MEIST NICHT VERÄNDERT.

Empfehlungsverhalten bei homöopathischen und anthroposophischen Arzneimitteln
in den vergangenen drei Jahren

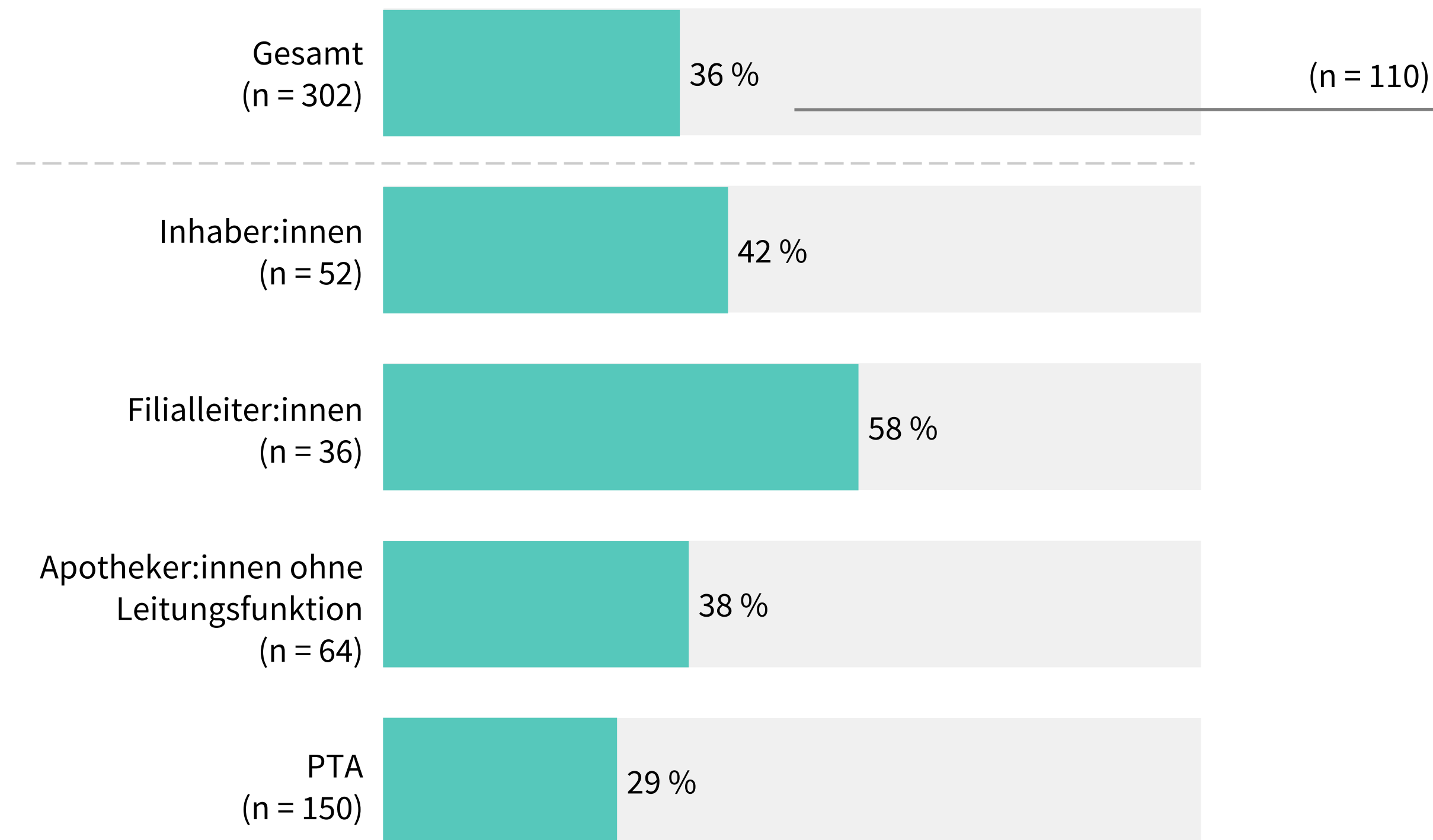


Alle Befragten | Rundungsdifferenzen möglich
Hat sich Ihr Empfehlungsverhalten in Bezug auf homöopathische und anthroposophische Arzneimittel in den vergangenen drei Jahren verändert? | Einfachauswahl

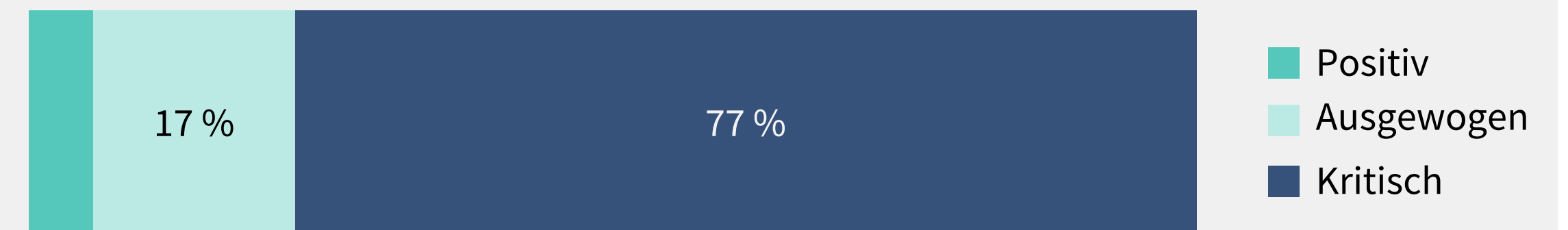


RUND EIN DRITTEL DER BEFRAGTEN HAT SEIT ANFANG 2023 (MEIST KRITISCHE) MEDIALE BERICHTERSTATTUNG WAHRGENOMMEN.

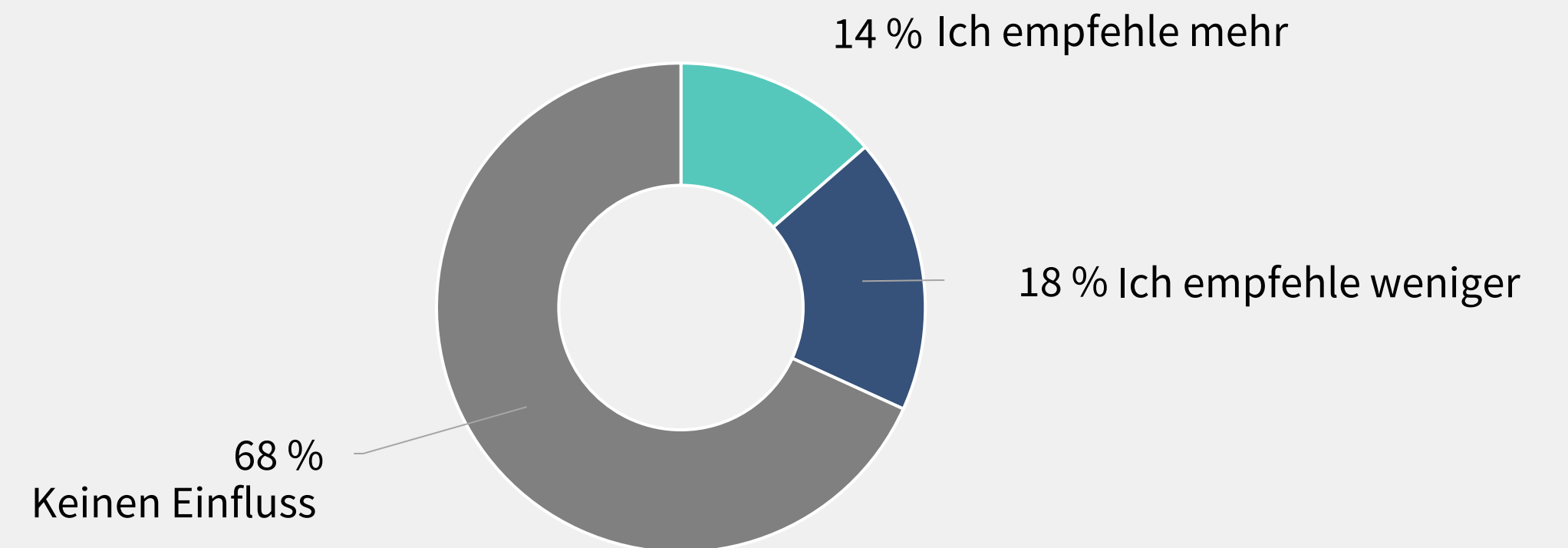
Wahrnehmung der medialen Berichterstattung zu homöopathischen oder anthroposophischen Arzneimitteln seit Anfang 2023



Wahrgenommener Grundtenor der medialen Berichterstattung



Einfluss der medialen Berichterstattung auf das Empfehlungsverhalten



Einfachauswahl | Rundungsdifferenzen möglich | Darstellung von Werten $\geq 6\%$

Haben Sie seit Anfang des Jahres 2023 mediale Berichterstattung zu homöopathischen oder anthroposophischen Arzneimitteln wahrgenommen? | Alle Befragten | Differenz zu 100 % „Nein“, „Weiß nicht“

Welchen Grundtenor hatte die Berichterstattung überwiegend? | Hatte die Berichterstattung Einfluss auf Ihr Empfehlungsverhalten bezüglich homöopathischer und anthroposophischer Arzneimittel? | Befragte, die die mediale Berichterstattung wahrgenommen haben

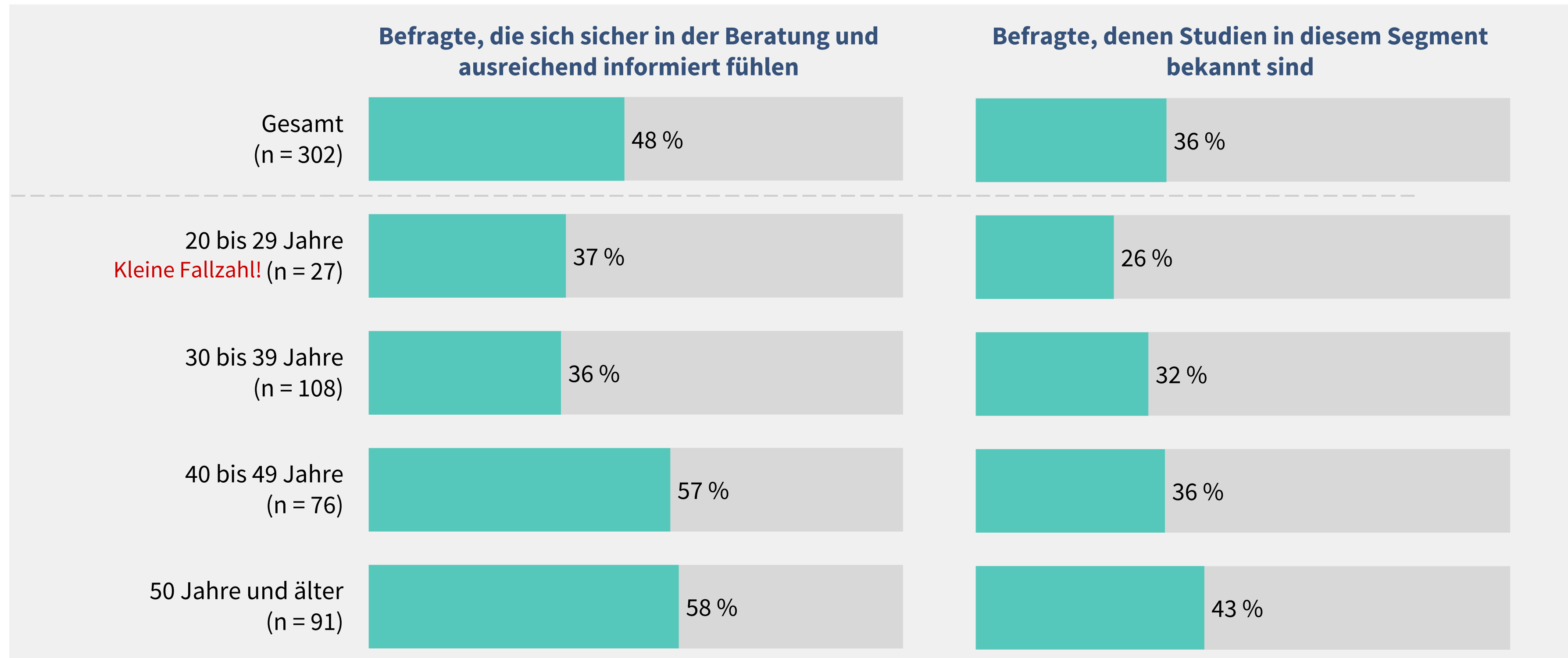


HOMÖOPATHISCHE UND ANTHROPOSOPHISCHE ARZNEIMITTEL: WISSENSSTAND



DIE SICHERHEIT IN DER BERATUNG ZU HOMÖOPATHISCHEN UND ANTHROPOSOPHISCHEN ARZNEIMITTELN IST AUSBAUFÄHIG – STUDIEN SIND OFT NICHT BEKANNT

Wissensstand rund um homöopathische und anthroposophische Arzneimittel



70 %

DER BEFRAGTEN FINDEN, DASS IN IHRER **AUSBILDUNG/IHREM STUDIUM KEINE AUSREICHENDEN KENNTNISSE ÜBER HOMÖOPATHISCHE UND ANTHROPOSOPHISCHE ARZNEIMITTEL VERMITTELT WERDEN.**

Einfachauswahl | Alle Befragten | Rundungsdifferenzen möglich

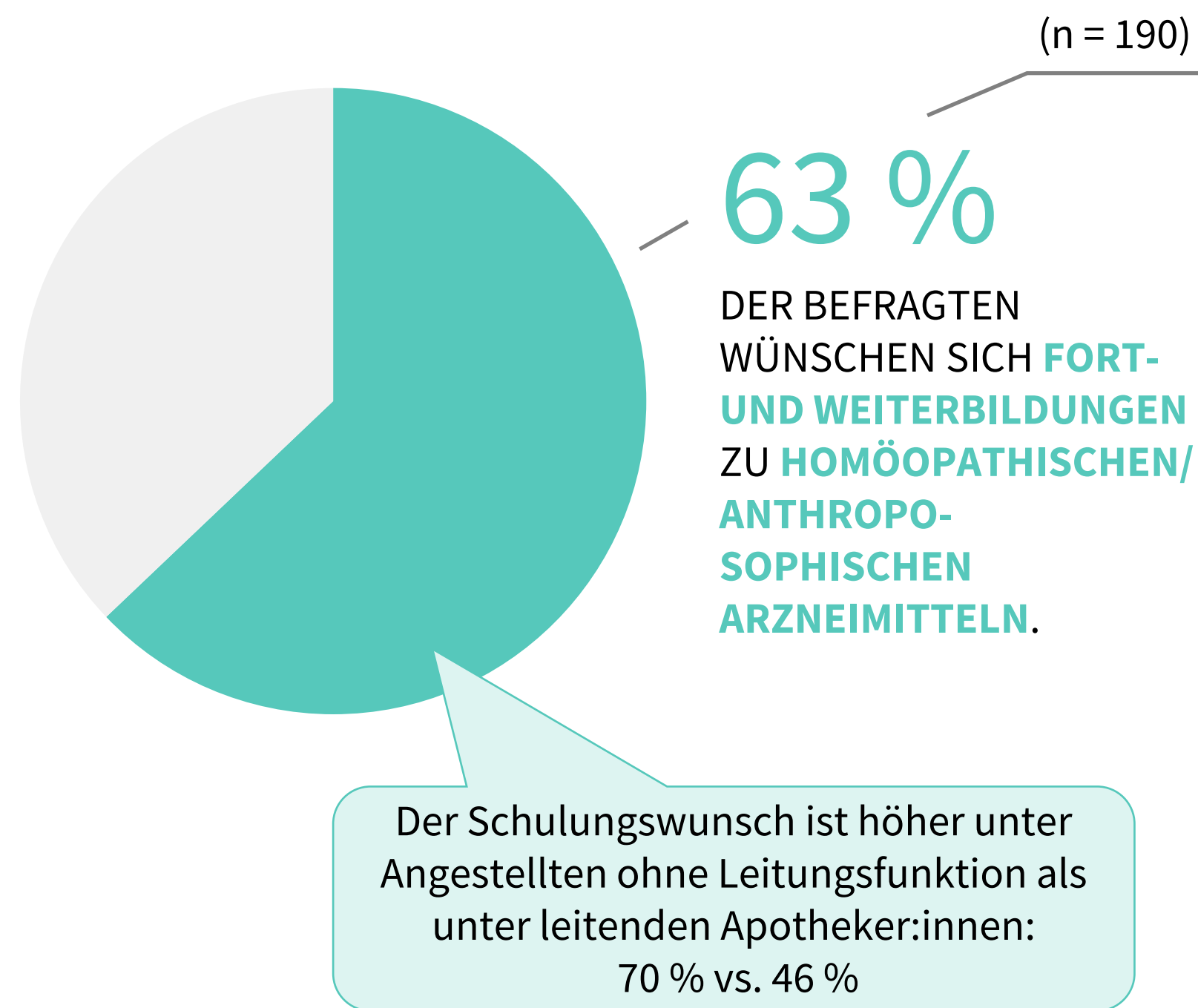
Fühlen Sie sich in der Beratung zu homöopathischen und anthroposophischen Arzneimitteln sicher und ausreichend gut informiert? | Sind Ihnen Studien zu homöopathischen und anthroposophischen Arzneimitteln bekannt? | Differenz zu 100 % „Nein“

Finden Sie, dass in Ihrer Ausbildung/Ihrem Studium Kenntnisse über homöopathische und anthroposophische Arzneimittel ausreichend vermittelt werden?



FAST ZWEI DRITTEL DER BEFRAGTEN WÜNSCHEN SICH FORTBILDUNGEN IM BEREICH HOMÖOPATHIE UND ANTHROPOSOPHIE. AM MEISTEN WERDEN ONLINE-KURSE GEWÜNSCHT.

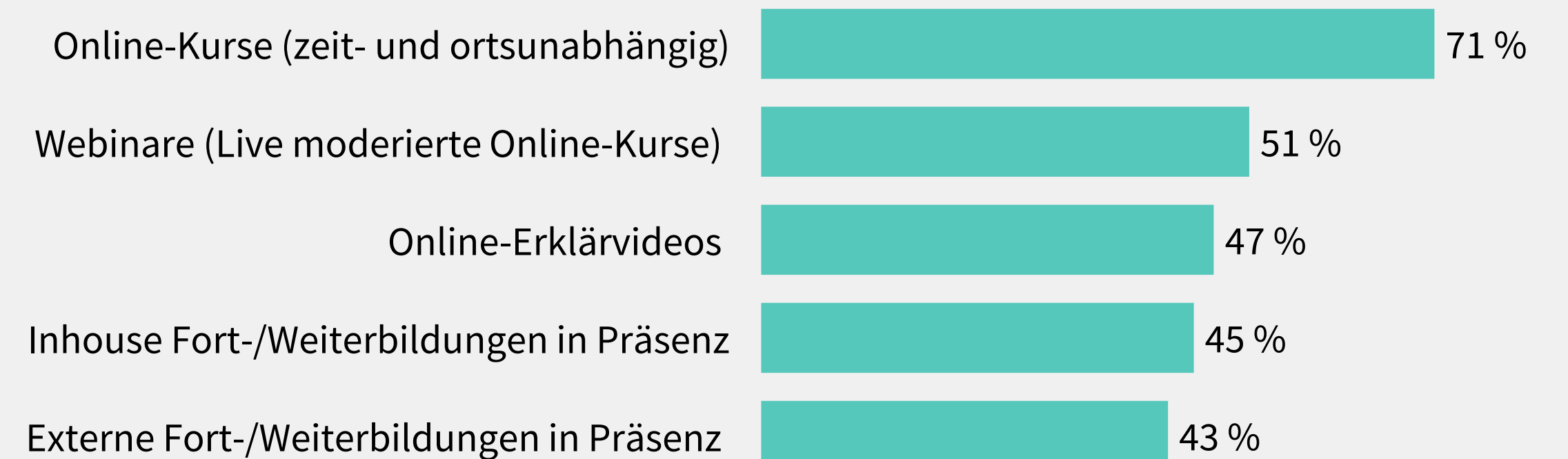
Wunsch nach Fort- und Weiterbildungen zu homöopathischen und anthroposophischen Arzneimitteln



Gewünschte Anbieter (Top Nennungen)



Gewünschte Formate (Top Nennungen)



Wünschen Sie sich Fort- und Weiterbildungen zu homöopathischen und anthroposophischen Arzneimitteln? | Einfachauswahl | Alle Befragten n = 302 | Leitende Apotheker:innen (Inhaber:innen, Filialleiter:innen) n = 88 | Angestellte ohne Leitungsfunktion (Apotheker:innen ohne Filialverantwortung, PTA) n = 214 | Rundungsdifferenzen möglich
 Von welchen Anbietern würden Sie Fort-/Weiterbildungsangebote in Bezug auf homöopathische oder anthroposophische Arzneimittel wahrnehmen? | Welche der folgenden Fort-/Weiterbildungsformate wünschen Sie sich rund um homöopathische oder anthroposophische Arzneimittel? | Mehrfachauswahl



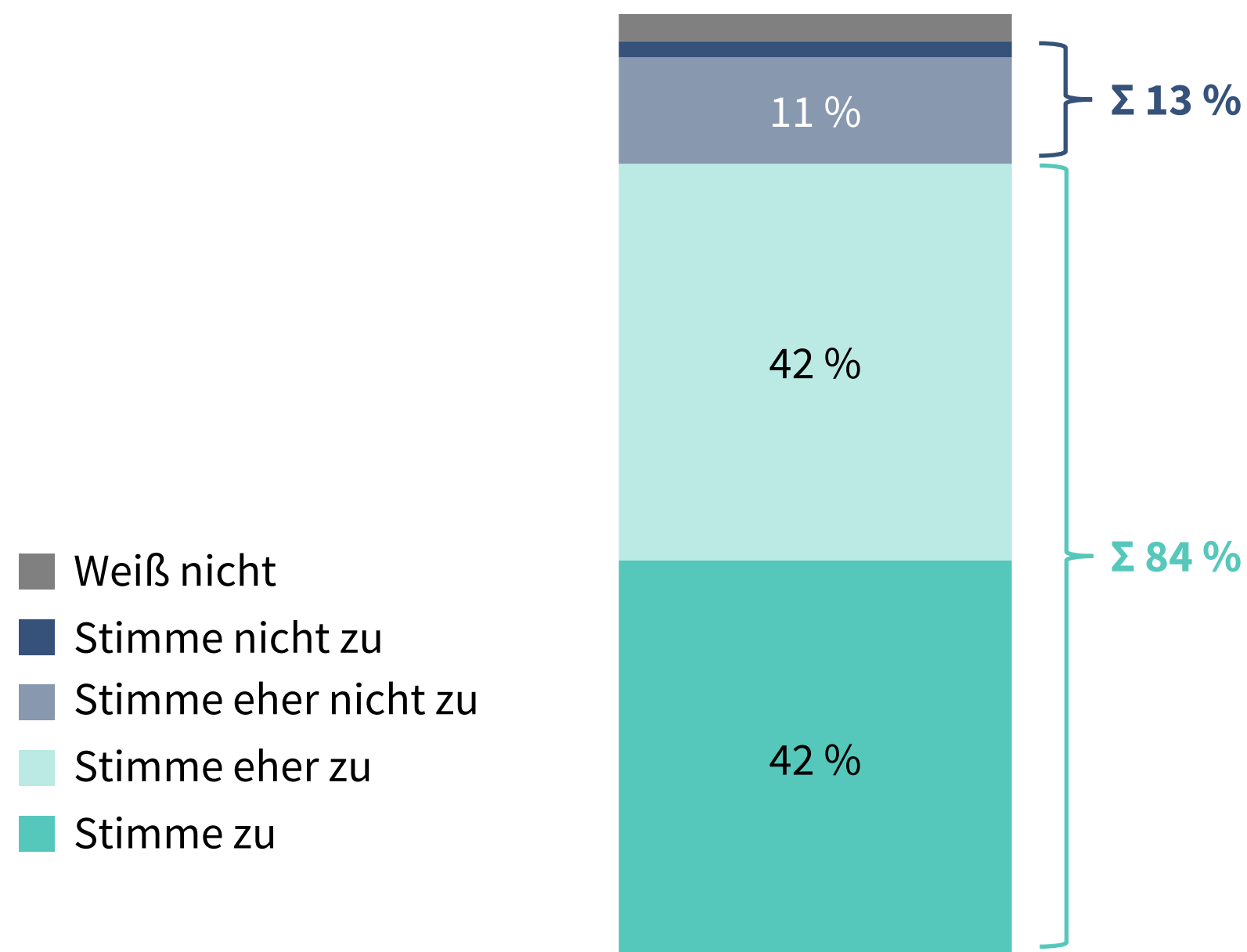
AKTUELLE ENTWICKLUNGEN



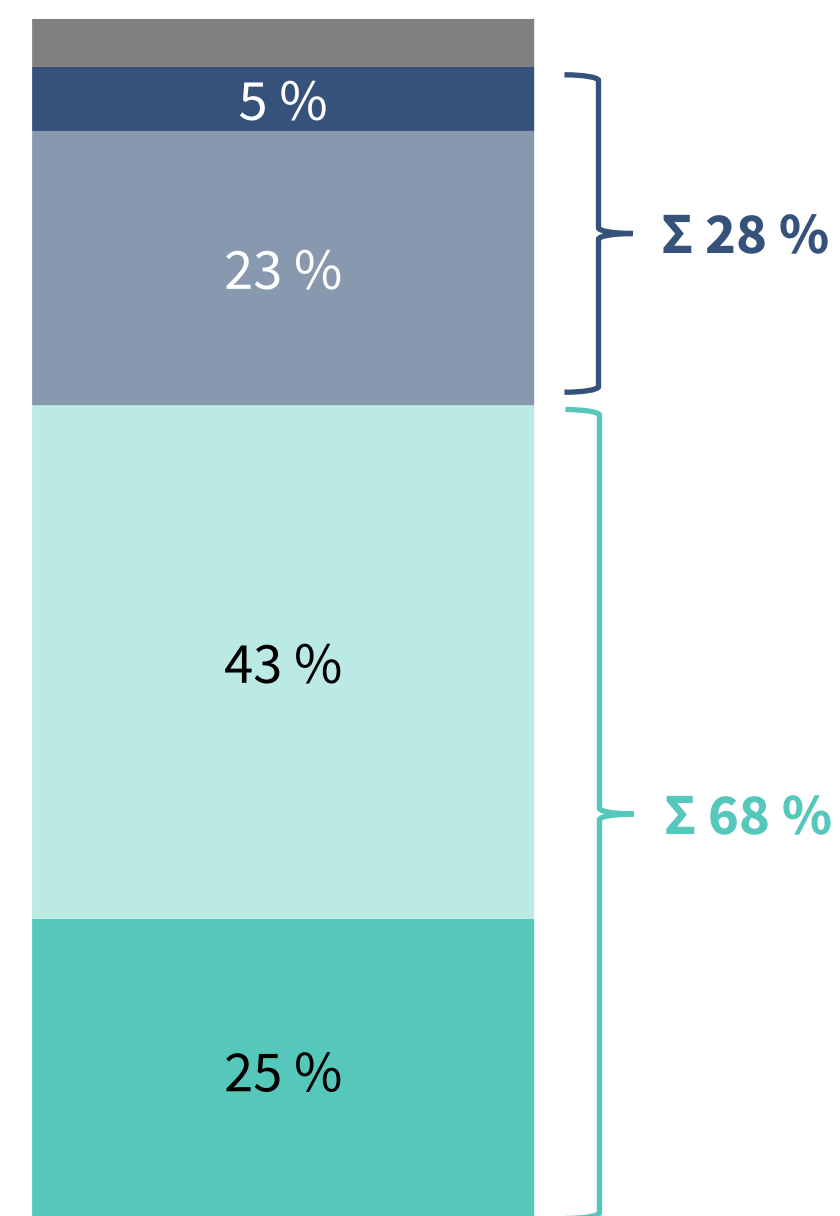
DIE KUNDSCHAFT IST INSGESAMT PREISSENSIBLER UND ZURÜCKHALTENDER BEIM KAUF GEWORDEN. DIE ZURÜCKHALTUNG BZGL. HOMÖOPATHISCHER UND ANTHROPOSOPHISCHER ARZNEIMITTEL IST NOCH ETWAS GERINGER.

Meine Kundschaft ist aufgrund der aktuellen Entwicklungen (Inflation, allgemeine Verunsicherung)...

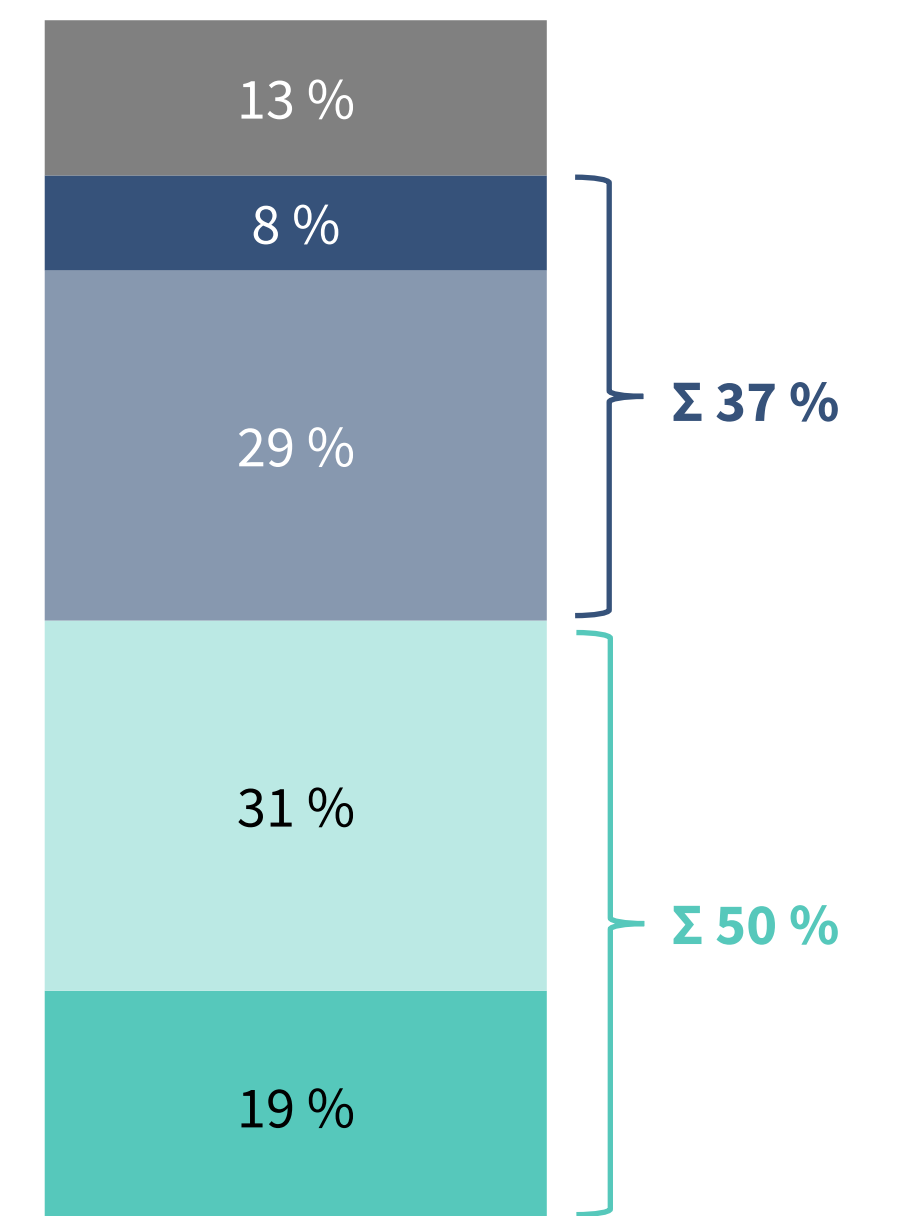
... insgesamt preissensibler geworden.



... zurückhaltender beim Kauf rezeptfreier Arzneimittel.



... zurückhaltender beim Kauf homöopathischer und anthroposophischer Arzneimittel.



Einfachauswahl | Alle Befragten n = 302 | Rundungsdifferenzen möglich | Darstellung von Werten ≥ 5 %
Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

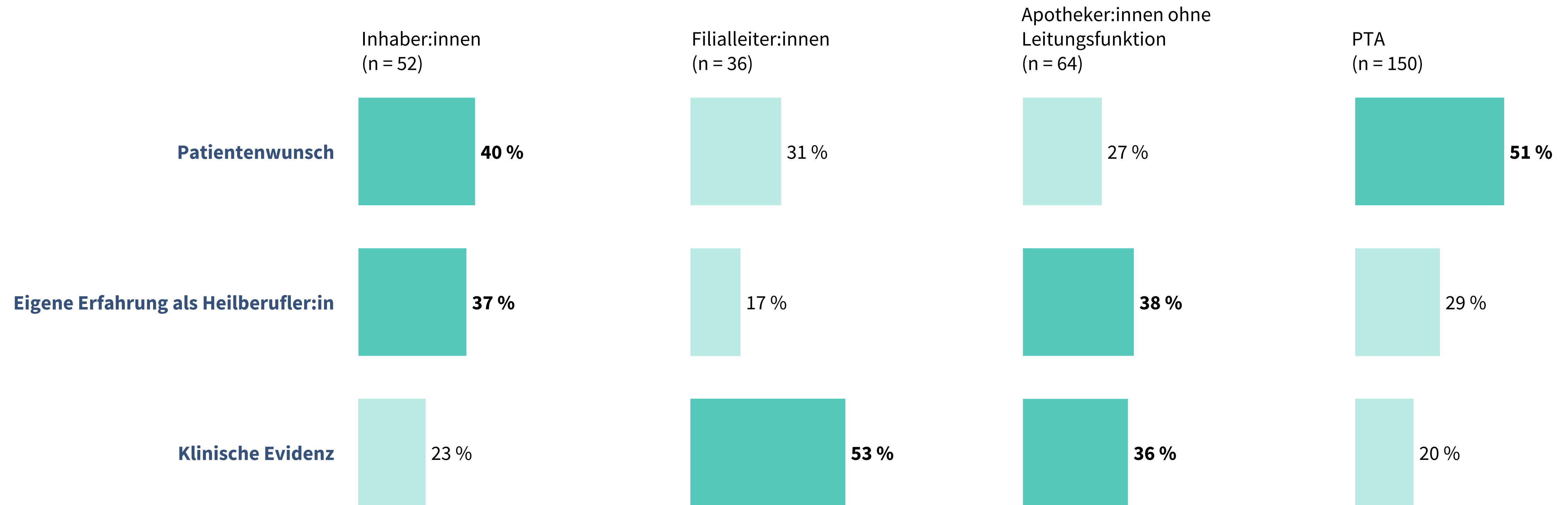


BERATUNGSALLTAG UND ZUSATZEMPFEHLUNGEN – ALLGEMEIN



JE NACH POSITION SIND UNTERSCHIEDLICHE FAKTOREN BEI DER BERATUNG WICHTIG. FILIALLEITER:INNEN SETZEN AUF KLINISCHE EVIDENZ, WÄHREND FÜR PTA DER PATIENTENWUNSCH DIE WICHTIGSTE ROLLE SPIELT.

Wichtigkeit verschiedener Einflussfaktoren für die tägliche Beratung



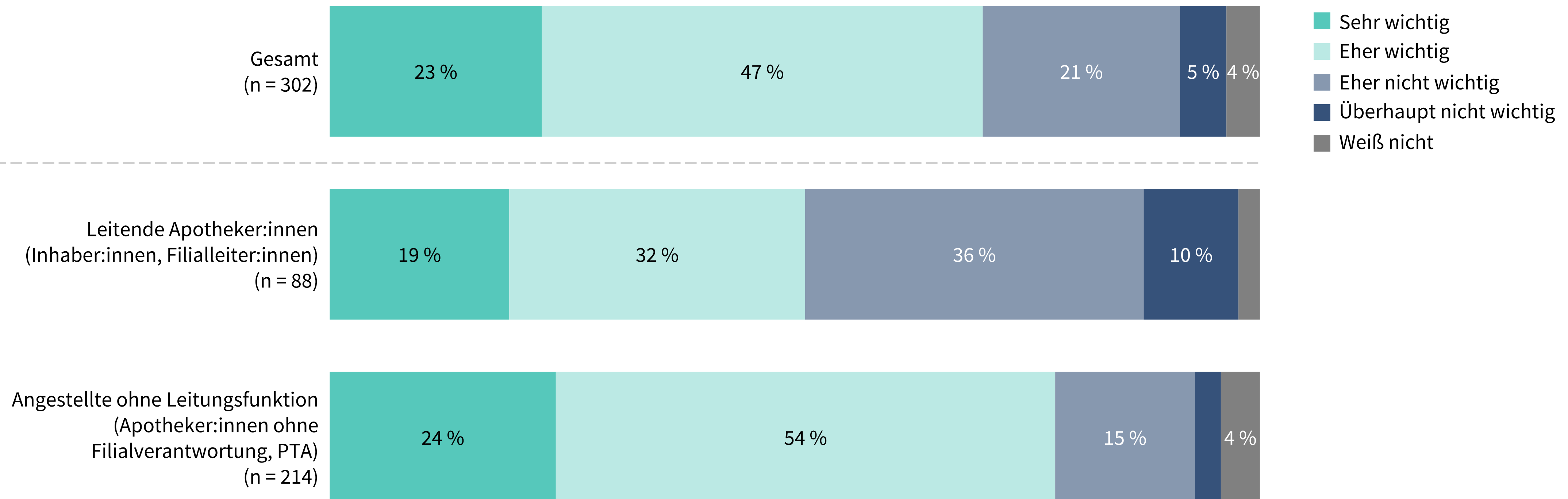
Ranking | Alle Befragten | Rundungsdifferenzen möglich | Darstellung des Anteils der Befragten, für den der jeweilige Faktor am wichtigsten ist (Rang 1)

Wir möchten nun wissen, wie wichtig die folgenden Elemente für Ihre tägliche Beratung sind. Bitte ordnen Sie dazu die folgenden Elemente mit abnehmender Wichtigkeit von oben (1 = am wichtigsten) nach unten (3 = am wenigsten wichtig).



INTEGRATIVE PHARMAZIE IST INSBESONDERE FÜR ANGESTELLTE OHNE LEITUNGSFUNKTION WICHTIG IM BERATUNGSSALLTAG

Wichtigkeit der integrativen Pharmazie im Beratungsalltag



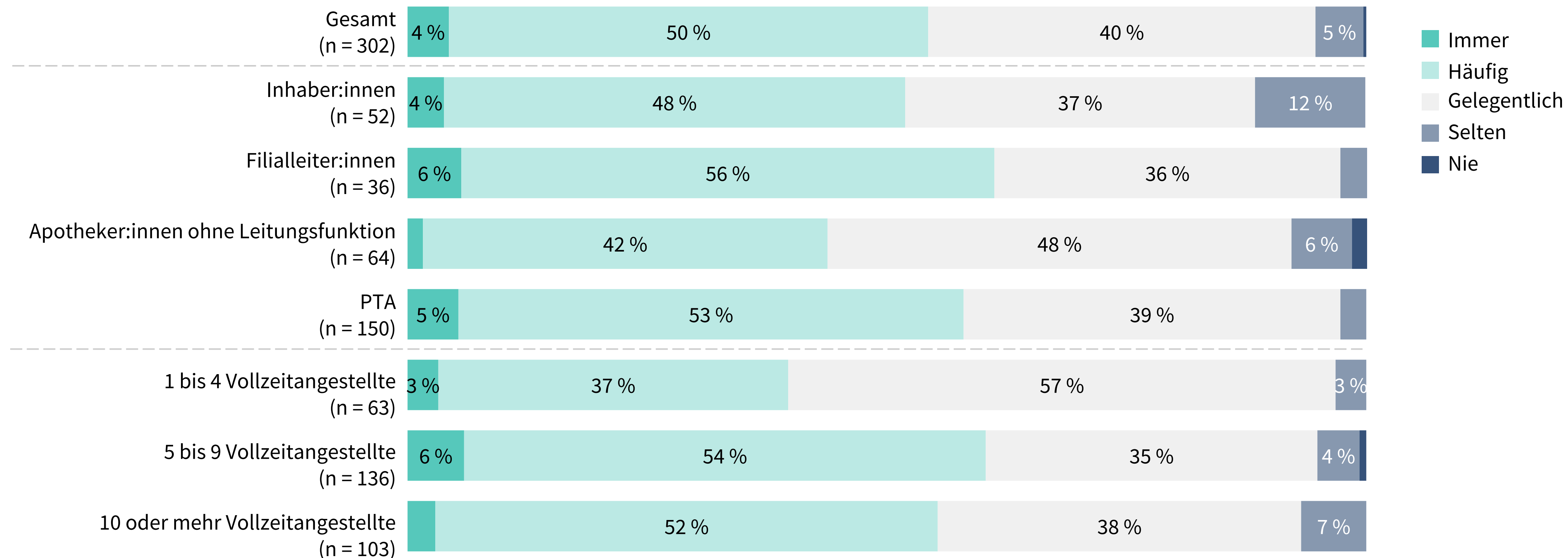
Einfachauswahl | Alle Befragten | Rundungsdifferenzen möglich | Darstellung von Werten $\geq 3\%$

Wie wichtig ist die integrative Pharmazie (das Miteinander von konventioneller Medizin und Komplementärmedizin) in Ihrem Beratungsalltag?



MEHR ALS DIE HÄLFTE DER BEFRAGTEN GIBT HÄUFIG/IMMER ZUSATZEMPFEHLUNGEN AB. ETWAS SELTENER TUN DIES BEFRAGTE AUS KLEINEN APOTHEKEN SOWIE APOTHEKER:INNEN OHNE LEITUNGSFUNKTION.

Häufigkeit der Abgabe einer Zusatzempfehlung

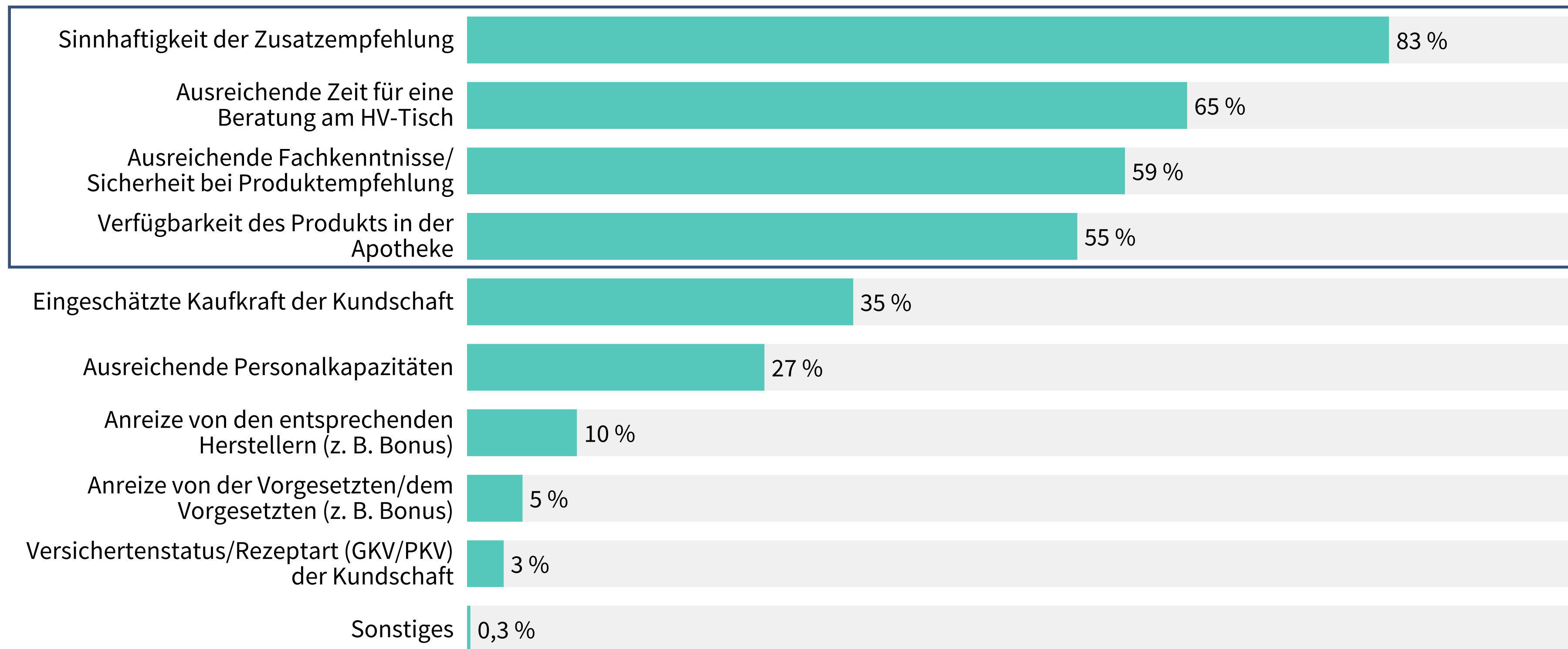


Einfachauswahl | Alle Befragten | Rundungsdifferenzen möglich | Darstellung von Werten $\geq 3\%$
 Wie häufig geben Sie in der Beratung Ihrer Kundschaft Zusatzempfehlungen ab?



ZUSATZEMPFEHLUNGEN WERDEN VOR ALLEM DURCH DIE SINNHAFTHAFTEIT DER EMPFEHLUNG SOWIE DURCH AUSREICHENDE BERATUNGSZEIT, FACHKENNTNISSE UND VORRÄTIGKEIT DES PRODUKTES GEFÖRDERT

Entscheidende Faktoren für die Aussprache einer Zusatzempfehlung



Mehrfachauswahl | Alle Befragten n = 302 | Apotheker:innen n = 152 | PTA n = 150 | Rundungsdifferenzen möglich
Welche Faktoren sind entscheidend dafür, ob Sie eine Zusatzempfehlung aussprechen?



STUDIENSTECKBRIEF



INFORMATIONEN ZUR BEFRAGUNG



Erhebungsmethode

Online-Befragung



Feldzeit

06. bis 11. April 2023



Befragungsdauer

6 Minuten (Median)



Datenquelle

Online-Access-Panel von aposcope mit mehr als 2.200 verifizierten Apotheker:innen, PKA und PTA



Stichprobe

n = 302 verifizierte Apotheker:innen und PTA, davon:

- 52 Inhaber:innen
- 36 Filialleiter:innen
- 64 Apotheker:innen ohne Leitungsfunktion
- 150 PTA



aposcope. Apotheke verstehen.

Mit aposcope haben Sie die Möglichkeit, individuelle Online-Befragungen (Full-Service) durchzuführen oder an den monatlichen Omnibus-Befragungen teilzunehmen. Des Weiteren führen wir regelmäßig eigene Marktanalysen zu aktuellen branchenrelevanten Themen durch, um für Unternehmen Trends am Markt zu identifizieren und relevante Insights zu generieren.

Wir erheben und analysieren Daten von Apotheker:innen, PKA und PTA. Ein eigenes Online-Panel aus mehr als 2.200 Apothekeneigentümer:innen und -mitarbeitenden ermöglicht Unternehmen und Organisationen, die am Apothekenmarkt interessiert sind, die Perspektive des pharmazeutischen Personals einzunehmen. aposcope vertieft das Verständnis für den Zielmarkt und hilft, effiziente Entscheidungen zu treffen.

aposcope ist ein Marktforschungsangebot der EL PATO Medien GmbH, die in Berlin mit mehr als 60 Mitarbeitenden Medien und andere Formate für den deutschsprachigen Gesundheitsmarkt betreibt.

Individuelle Online-Befragungen

Ob Anzahl der Teilnehmenden, Quotierungen oder besondere Auswertungen: Bei unseren individuellen Befragungen entscheiden Sie allein! Wir beraten Sie gerne und entwerfen gemeinsam mit Ihnen eine Studie, die genau auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten ist – auch beim Preis.



Omnibus-Befragungen

Schnelle Insights direkt aus der Zielgruppe: Bis zu fünf individuelle Fragen, Antworten von mehr als 300 verifizierten Apotheker:innen und PTA, übersichtliche Ergebnisse in einem Tabellenband, auf Wunsch auch grafisch aufbereitet – unser monatlicher Omnibus ist schnell und kosteneffizient.



Sie erreichen uns unter:

E-Mail: kundenberatung@aposcope.de | Telefon: 030 802080 531 | Web: marktforschung.aposcope.de



aposcope

marktforschung.aposcope.de

