

# Ergebnisbericht Welle 1

Mai 2023

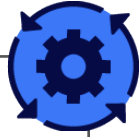
Tanja Fink

# NIQ



# Studiendesign & Struktur der Stichprobe

# Studiendesign



## Methodik

CAWI Befragung in Deutschland  
(Feldzeit: 06.04. bis 16.04.2023)



## Zielgruppe

Personen in Deutschland ab 18 Jahren,  
repräsentativ für die deutsche  
Gesamtbevölkerung



## Stichprobengröße

n=1.011



# Struktur der Stichprobe

|                        | n            | %           |
|------------------------|--------------|-------------|
| <b>TOTAL</b>           | <b>1.011</b> | <b>100%</b> |
| <b>GESCHLECHT</b>      |              |             |
| Frauen                 | n=527        | 52%         |
| Männlich               | n=484        | 48%         |
| <b>ALTER</b>           |              |             |
| 18-29                  | n=147        | 15%         |
| 30-39                  | n=148        | 15%         |
| 40-49                  | n=164        | 16%         |
| 50-59                  | n=206        | 20%         |
| 60-99                  | n=346        | 34%         |
| <b>HAUSHALTSGRÖSSE</b> |              |             |
| 1-2 Personen           | n=699        | 69%         |
| 3-4 Personen           | n=279        | 28%         |
| 5 und mehr Personen    | n=33         | 3%          |

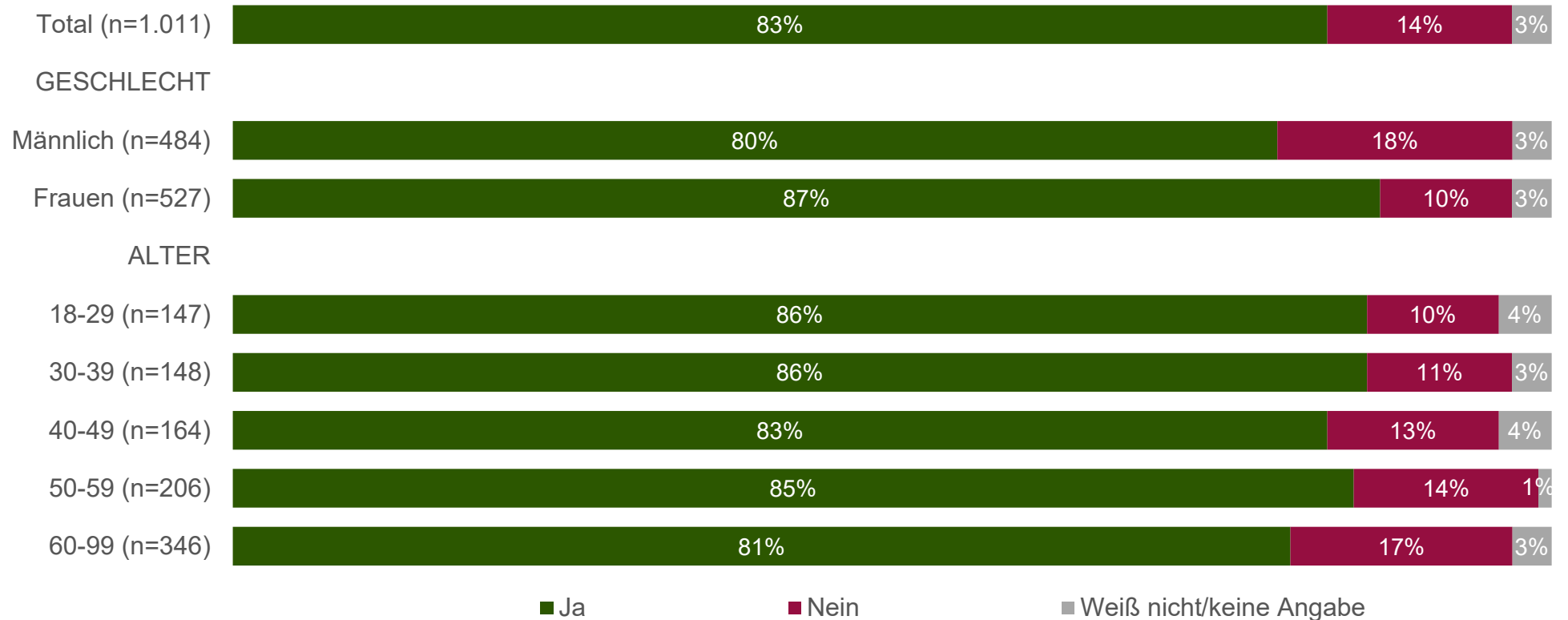
|                        | n            | %           |
|------------------------|--------------|-------------|
| <b>Total</b>           | <b>1.011</b> | <b>100%</b> |
| <b>Region</b>          |              |             |
| Baden-Württemberg      | n=115        | 11%         |
| Bayern                 | n=158        | 16%         |
| Berlin                 | n=44         | 4%          |
| Brandenburg            | n=31         | 3%          |
| Bremen                 | n=9          | 1%          |
| Hamburg                | n=23         | 2%          |
| Hessen                 | n=83         | 8%          |
| Mecklenburg-Vorpommern | n=20         | 2%          |
| Niedersachsen          | n=99         | 10%         |
| Nordrhein-Westfalen    | n=223        | 22%         |
| Rheinland-Pfalz        | n=51         | 5%          |
| Saarland               | n=13         | 1%          |
| Sachsen                | n=51         | 5%          |
| Sachsen-Anhalt         | n=27         | 3%          |
| Schleswig-Holstein     | n=37         | 4%          |
| Thüringen              | n=27         | 3%          |

S2. Bitte geben Sie ihr Geschlecht an., S1a: Age, S4. Wie viele Personen, Sie eingeschlossen, leben in Ihrem Haushalt? S3. In welchem Bundesland wohnen Sie

**Detailergebnisse  
Themenfeld  
Notfallkontrazeption**

# Bekanntheit der „Pille danach“

83% der Deutschen haben bereits von Notfall-Verhütungsmitteln, der sogenannten “Pille danach” gehört. Bei Frauen ist die Bekanntheit etwas größer als bei Männern (87% vs. 80%).

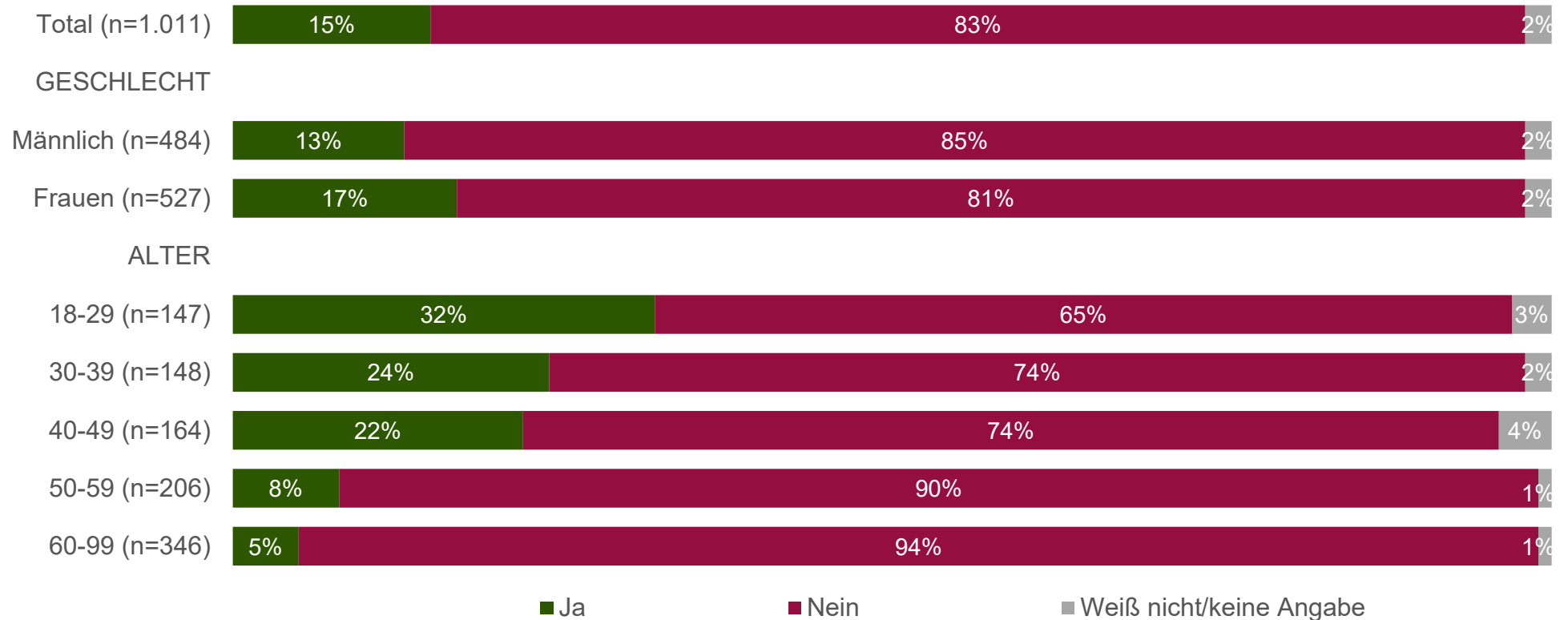


Basis: Alle Befragte (n=1.011)

Q19. Haben Sie bereits von Notfall-Verhütungsmitteln, also der sogenannten „Pille danach“ gehört? Dabei handelt es sich um ein Verhütungsmittel zur Verhütung einer Schwangerschaft nach ungeschütztem Geschlechtsverkehr oder einem Versagen der Verhütungsmethode.

## „Pille danach“ bereits verwendet

15% der Deutschen geben an, die “Pille danach” bereits verwendet zu haben, wobei der Anteil bei den Jüngsten am größten ist (32%).

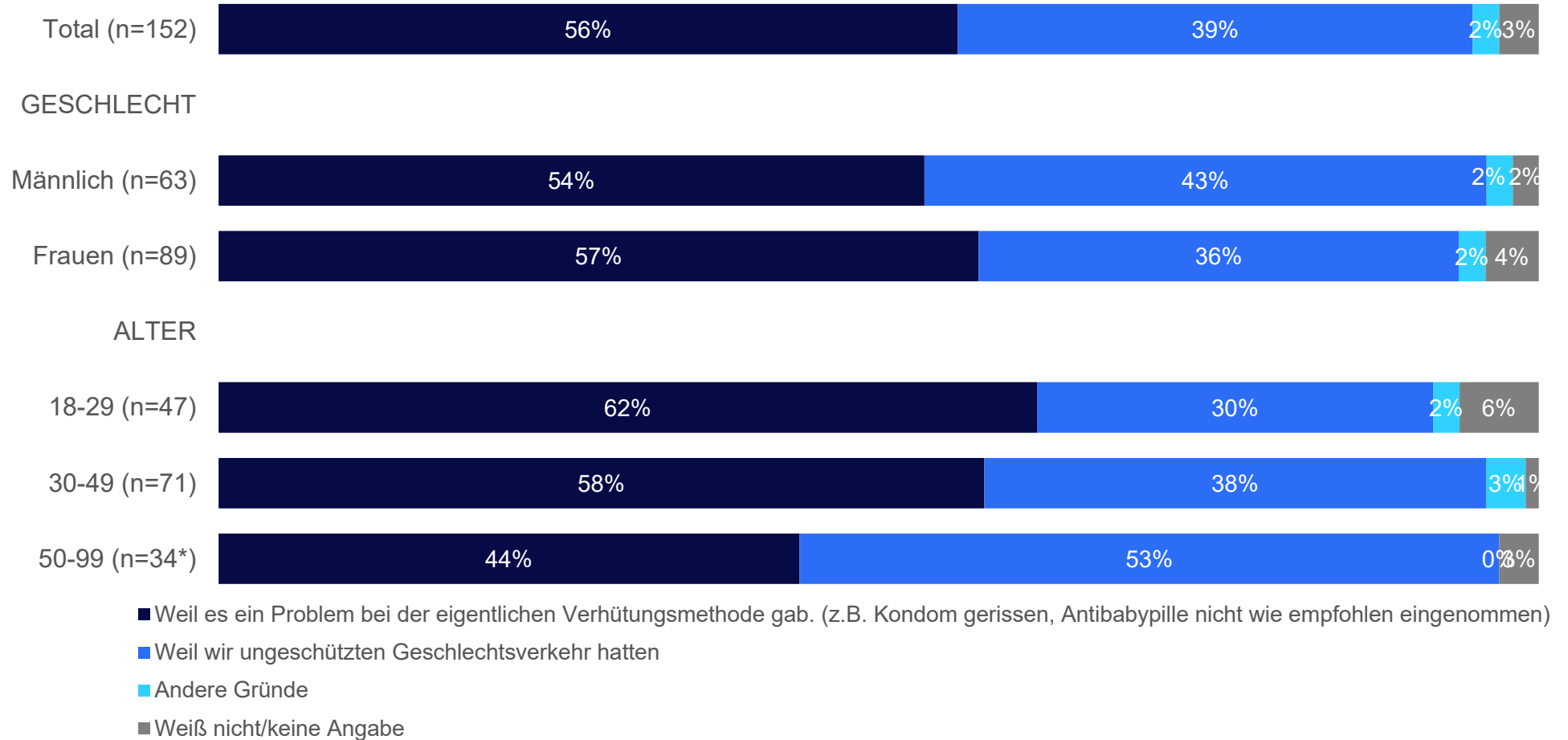


Basis: Alle Befragte (n=1.011)

Q20. Haben Sie bereits selbst oder Ihre (Sexual)-Partnerin ein solches Notfall-Verhütungsmittel eingenommen ?

# Grund für Einnahme der „Pille danach“

Die Mehrheit gibt an, ein Problem bei der eigentlichen Verhütungsmethode gehabt zu haben.



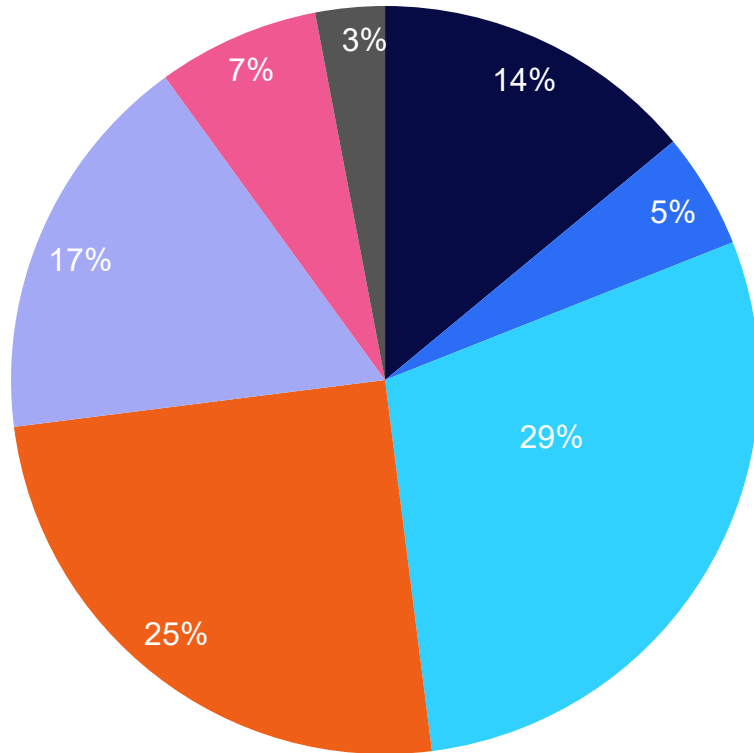
Basis: Bereits einmal „Pille danach“ verwendet (n=152)

Q21. Aus welchem Grund mussten Sie oder Ihre (Sexual-)Partnerin auf ein Notfall-Verhütungsmittel zurückgreifen?



# Warum ungeschützten Geschlechtsverkehr?

“Einfach nicht dran gedacht” und “Es war keine andere Verhütungsmethode greifbar” sind die meist genannten Gründe, weshalb ungeschützter Geschlechtsverkehr stattgefunden hat.

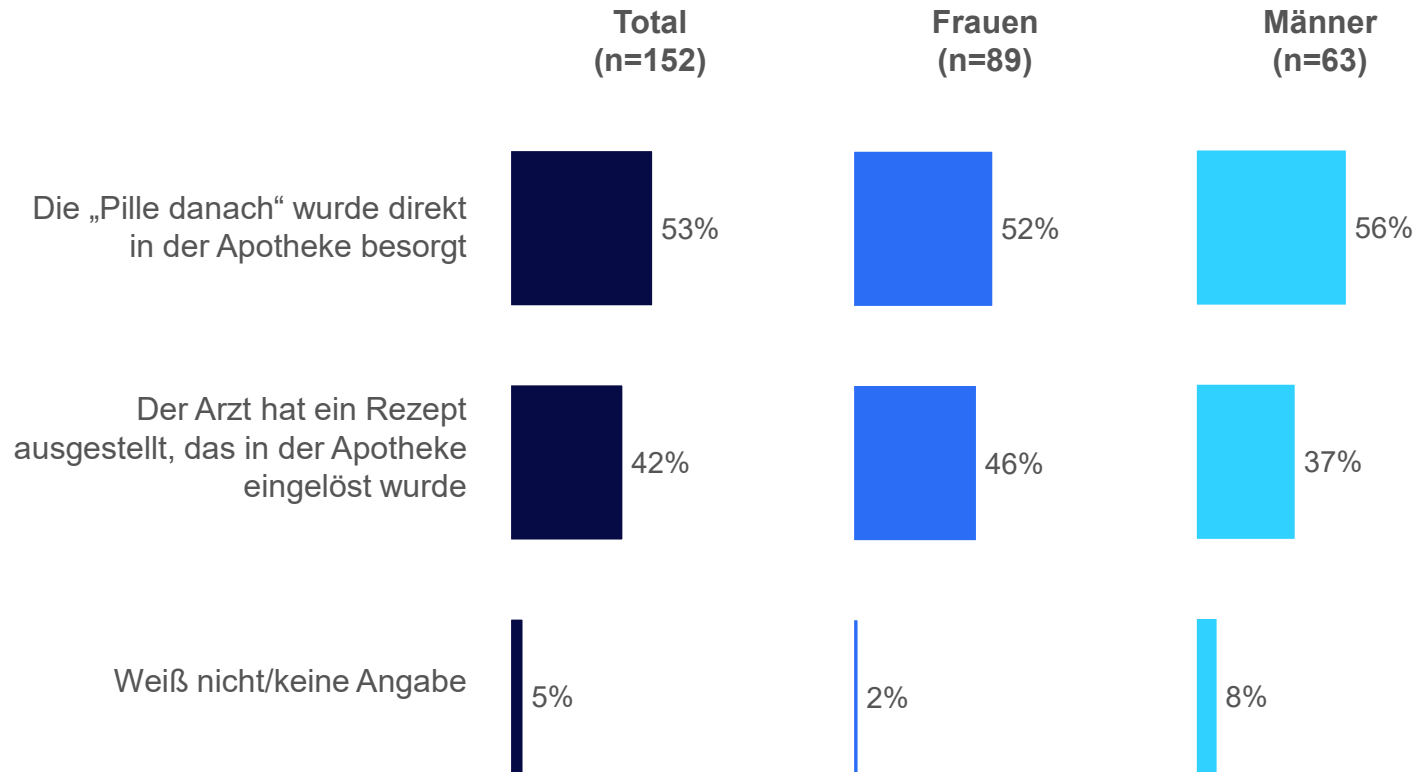


- Eine Verschreibung für eine Antibaby-Pille war zwar vorhanden. Die Einnahme wurde aber vergessen bzw. die Pillen nicht in der Apotheke abgeholt
- Es ist zu kompliziert, an eine Antibaby-Pille zu kommen
- Es war keine andere Verhütungsmethode greifbar
- Einfach nicht dran gedacht
- Davon ausgegangen, „dass nichts passiert“
- Anderes, nämlich
- Weiß nicht/keine Angabe

Basis: ungeschützten Geschlechtsverkehr gehabt (n=59)  
Q22. Warum hatten Sie ungeschützten Geschlechtsverkehr?

# Wie "Pille danach" erhalten?

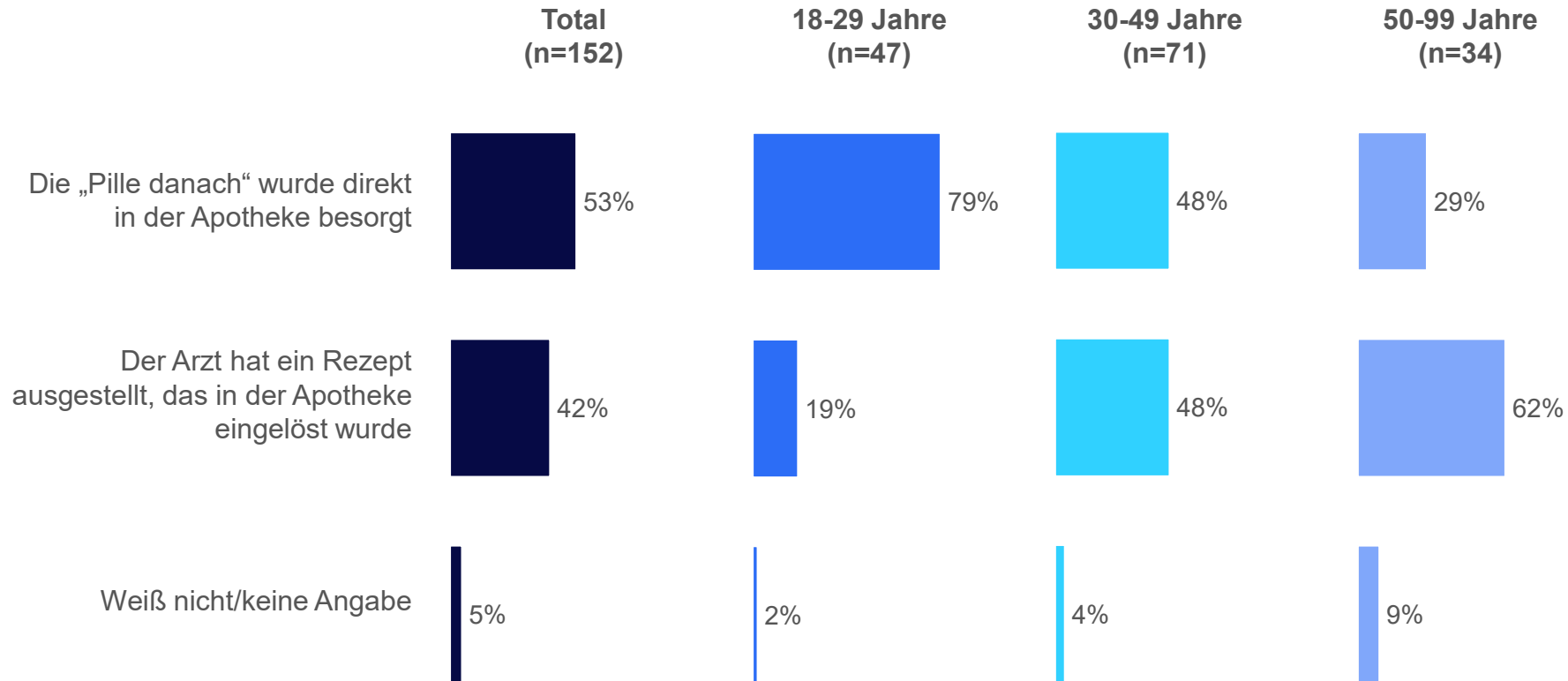
Etwas mehr als die Hälfte derjenigen, die bereits einmal die "Pille danach" verwendet haben, haben diese direkt in der Apotheke besorgt. 42% waren zuerst beim Arzt, um ein Rezept ausstellen zu lassen.



Basis: Bereits einmal „Pille danach“ verwendet (n=152)  
Q23. Über welchen Weg haben Sie oder Ihre (Sexual)-Partnerin die „Pille danach“ erhalten?

# Wie "Pille danach" erhalten?

In der Altersgruppe 18-29 Jahre gibt die Mehrheit an, die "Pille danach" direkt in der Apotheke besorgt zu haben. Dagegen haben sich die meisten der Generation 50+ zuerst ein Rezept beim Arzt besorgt.

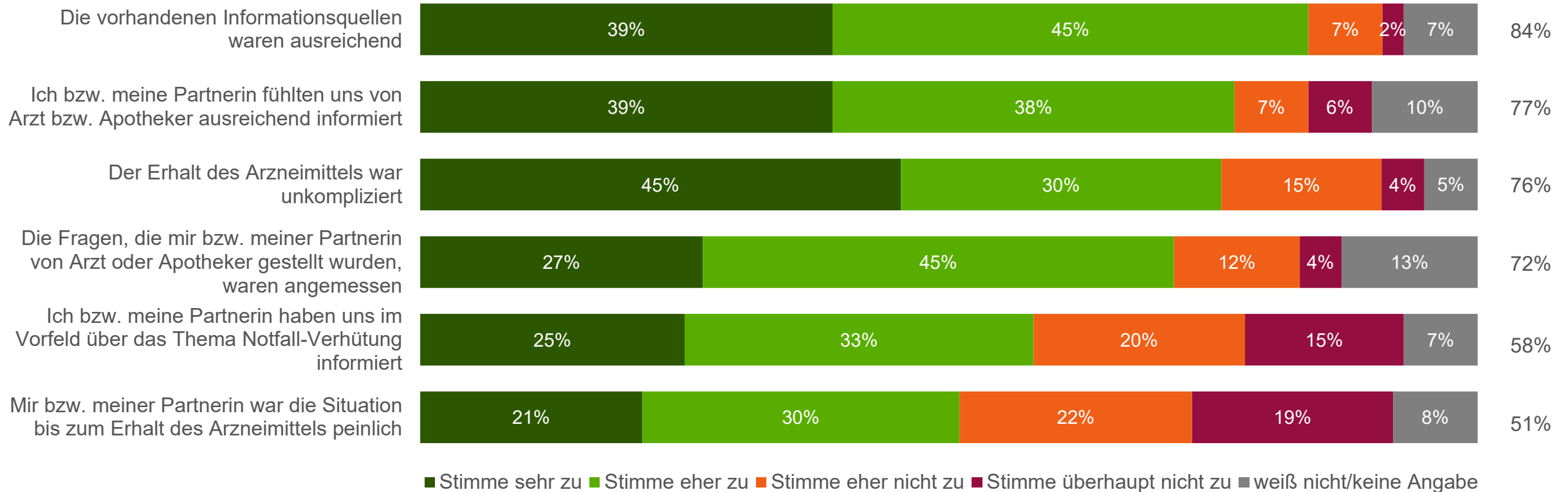


Basis: Bereits einmal „Pille danach“ verwendet (n=152)  
Q23. Über welchen Weg haben Sie oder Ihre (Sexual)-Partnerin die „Pille danach“ erhalten?

# Beurteilung über den Weg bis zum Erhalt der “Pille danach”

Rund 8 von 10 Personen, die bereits einmal die “Pille danach” eingenommen haben, sind der Meinung, dass die vorhandenen Informationsquellen ausreichend waren. Auch vom Arzt bzw. Apotheker fühlten sich diese ausreichend informiert. Weiters stimmen 45% sehr zu, dass der Erhalt des Arzneimittels unkompliziert war.

T2B



Basis: Bereits einmal „Pille danach“ verwendet (n=152)

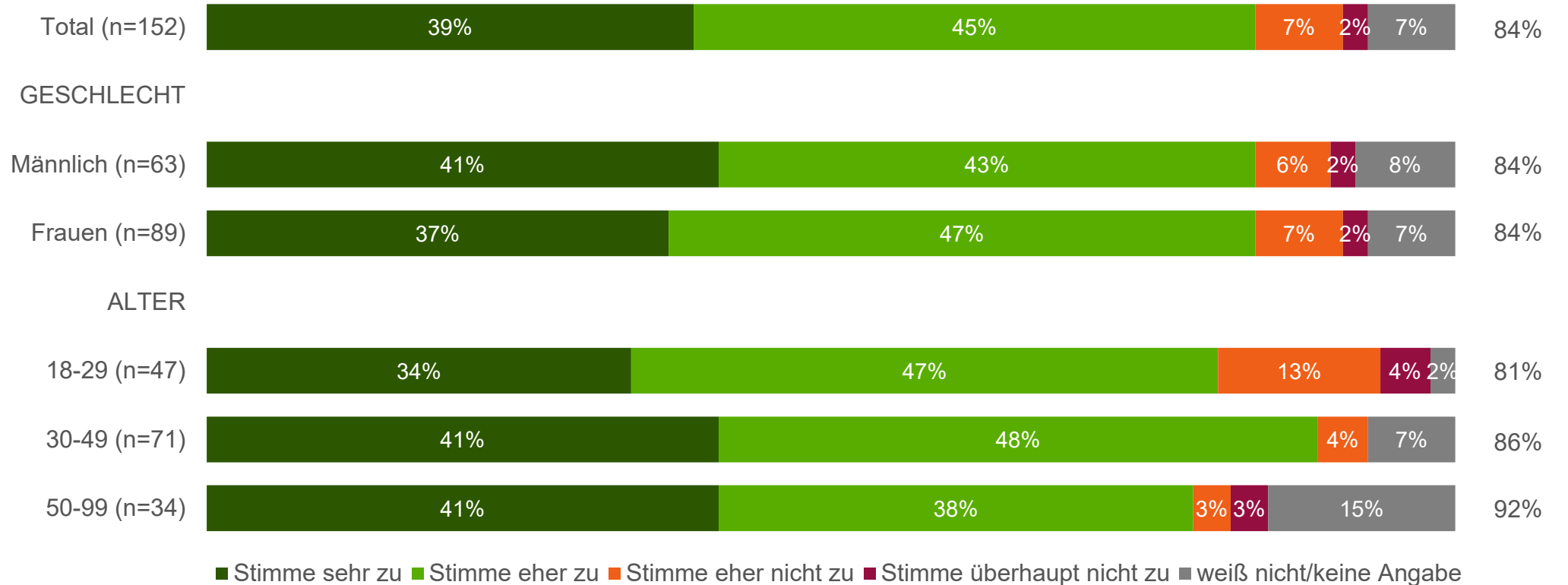
Q24. Wie empfanden Sie den Weg bis zum Erhalt der „Pille danach“? Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

# Beurteilung über den Weg bis zum Erhalt der “Pille danach”

Im Allgemeinen waren die vorhandenen Informationsquellen ausreichend, wobei im Vergleich zu den Älteren bei den 18-29 Jährigen der Anteil an Personen, die (eher) nicht zustimmen, größer ist.

## Die vorhandenen Informationsquellen waren ausreichend

T2B



Basis: Bereits einmal „Pille danach“ verwendet (n=152)

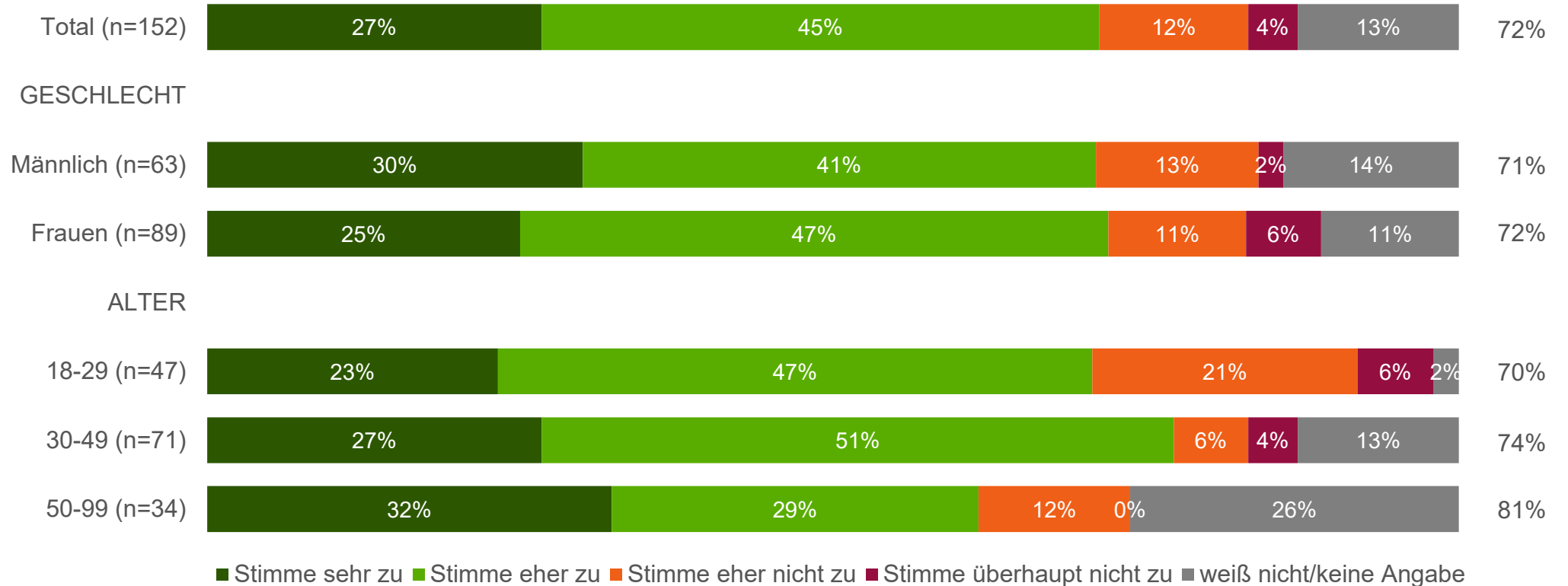
Q24. Wie empfanden Sie den Weg bis zum Erhalt der „Pille danach“? Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

# Beurteilung über den Weg bis zum Erhalt der “Pille danach”

Der Anteil derer, die der Aussage “Die Fragen, die mir bzw. meiner Partnerin von Arzt oder Apotheker gestellt wurden, waren angemessen” weniger zustimmen, ist bei den 18-29 Jährigen am größten.

## Die Fragen, die mir bzw. meiner Partnerin von Arzt oder Apotheker gestellt wurden, waren angemessen

T2B



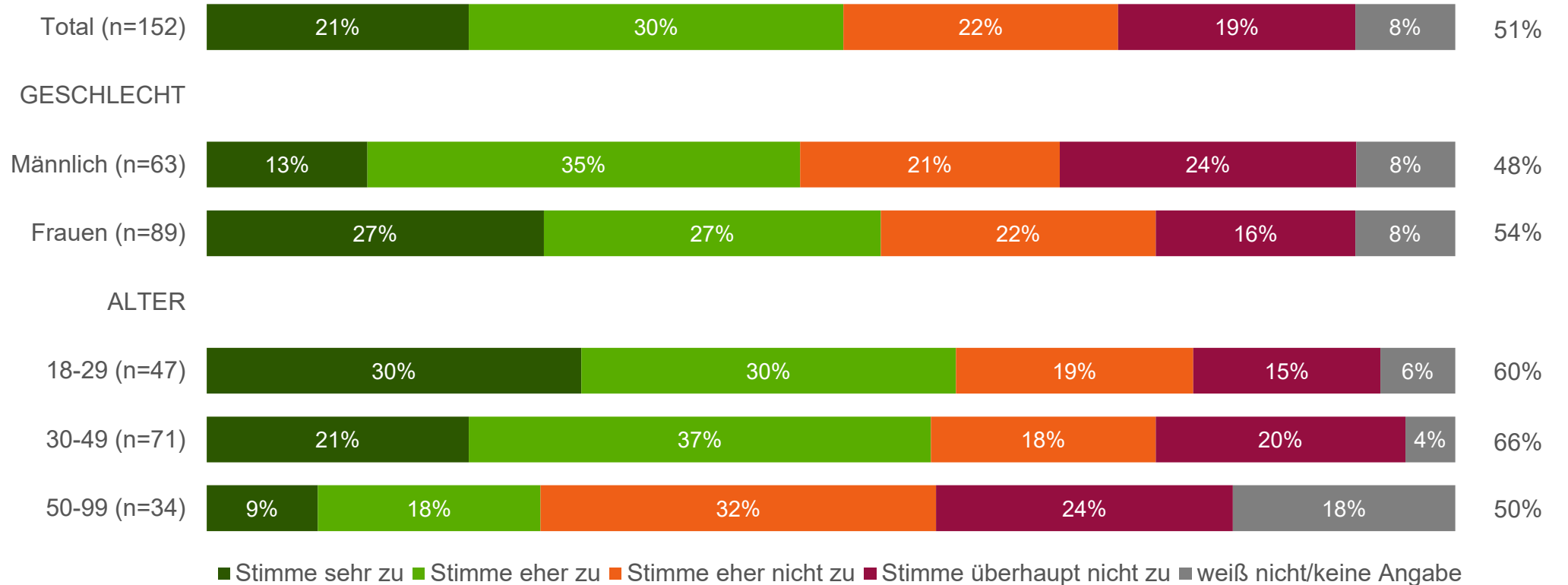
Basis: Bereits einmal „Pille danach“ verwendet (n=152)  
 Q24. Wie empfanden Sie den Weg bis zum Erhalt der „Pille danach“? Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

# Beurteilung über den Weg bis zum Erhalt der “Pille danach”

Je jünger die Menschen, desto peinlicher war ihnen die Situation bis zum Erhalt des Arzneimittels (TB).

## Mir bzw. meiner Partnerin war die Situation bis zum Erhalt des Arzneimittels peinlich

T2B

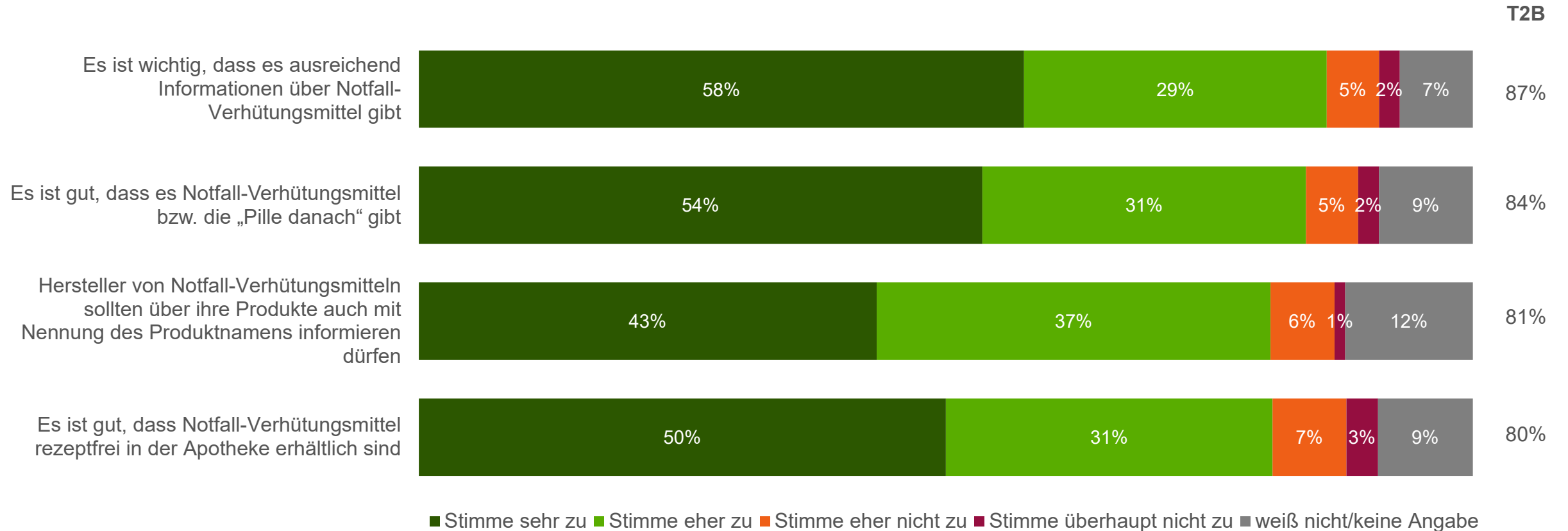


Basis: Bereits einmal „Pille danach“ verwendet (n=152)

Q24. Wie empfanden Sie den Weg bis zum Erhalt der „Pille danach“? Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

# Aussagen zum Thema „Notfall-Verhütung“

Nahezu 9 von 10 Befragten sind der Meinung, dass es ausreichend Informationen über Notfallverhütungsmittel geben sollte. Rund 80% finden, dass Hersteller von Verhütungsmitteln über ihre Produkte auch mit Nennung des Produktnamens informieren dürfen sollten bzw. finden es gut, dass Notfall-Verhütungsmittel rezeptfrei in der Apotheke erhältlich sind.



Basis: Alle Befragten (n=1.011)

Q25. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zum Thema Notfall-Verhütung zustimmen..

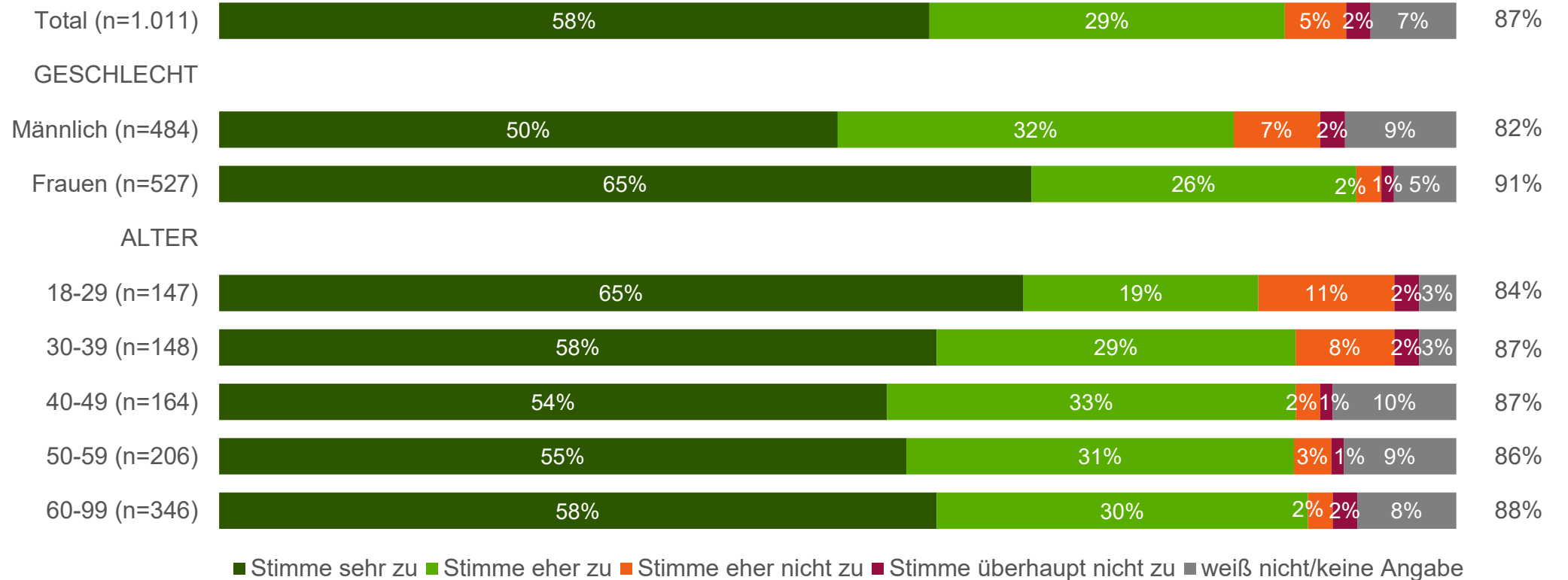


# Aussagen zum Thema „Notfall-Verhütung“

Der Anteil an Zustimmenden ist bei Frauen größer als bei Männern, wenn es um die Aussage “Es ist wichtig, dass es ausreichend Informationen über Notfall-Verhütungsmittel gibt” geht.

## Es ist wichtig, dass es ausreichend Informationen über Notfall-Verhütungsmittel gibt

T2B



Basis: Alle Befragten (n=1.011)

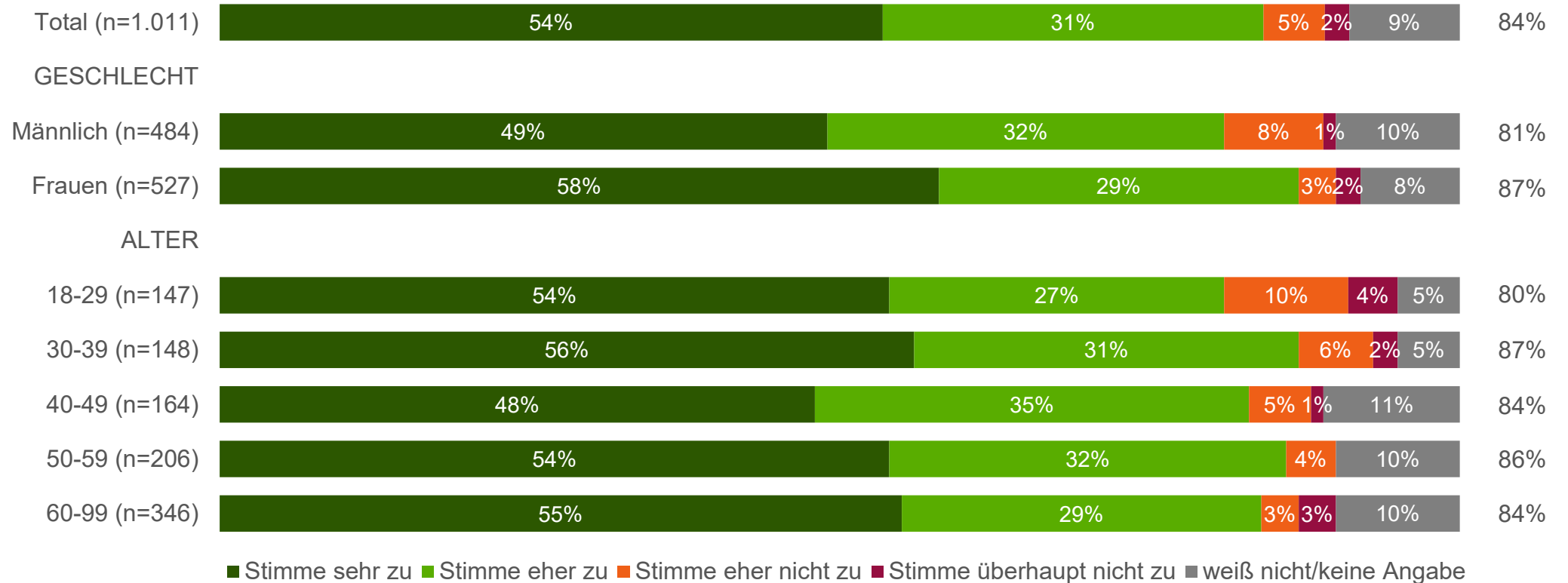
Q25. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zum Thema Notfall-Verhütung zustimmen..

# Aussagen zum Thema „Notfall-Verhütung“

Frauen sind auch verstärkt der Meinung, dass es gut ist, dass es Notfall-Verhütungsmittel gibt.

## Es ist gut, dass es Notfall-Verhütungsmittel bzw. die „Pille danach“ gibt

T2B



Basis: Alle Befragten (n=1.011)

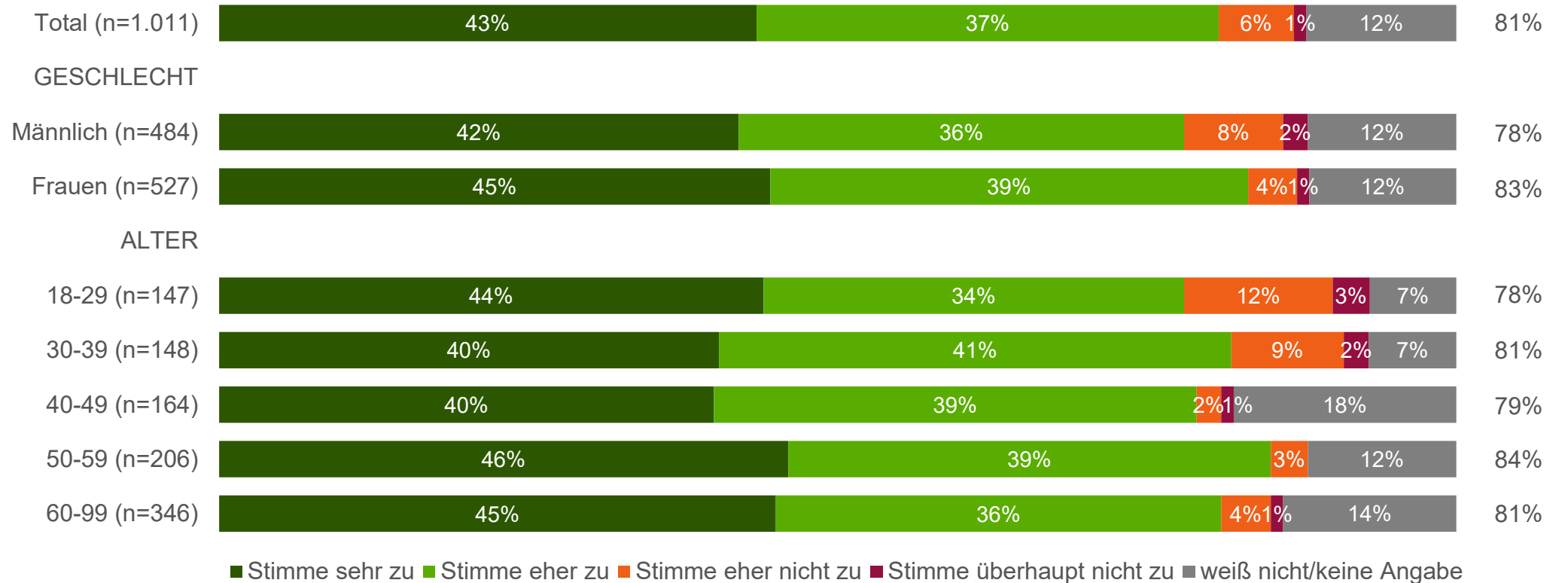
Q25. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zum Thema Notfall-Verhütung zustimmen..

# Aussagen zum Thema „Notfall-Verhütung“

Die Mehrheit ist der Meinung, dass Hersteller von Notfall-Verhütungsmitteln über ihre Produkte auch mit Nennung des Produktnamens informieren dürfen sollten.

## Hersteller von Notfall-Verhütungsmitteln sollten über ihre Produkte auch mit Nennung des Produktnamens informieren dürfen

T2B



Basis: Alle Befragten (n=1.011)

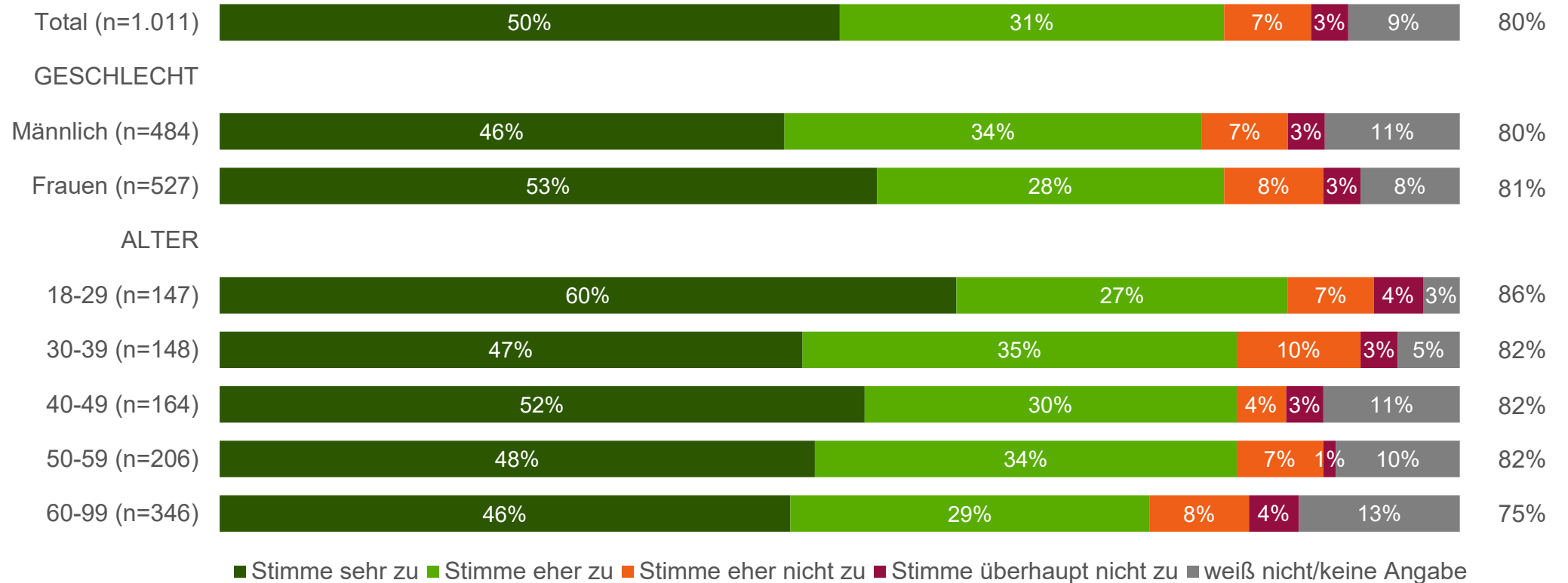
Q25. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zum Thema Notfall-Verhütung zustimmen..

# Aussagen zum Thema „Notfall-Verhütung“

8 von 10 Befragten stimmen (eher) zu, dass es gut ist, dass Notfall-Verhütungsmittel rezeptfrei in der Apotheke erhältlich sind. Frauen und 18-29 Jährigen zeigen eine höhere Zustimmung.

## Es ist gut, dass Notfall-Verhütungsmittel rezeptfrei in der Apotheke erhältlich sind

T2B

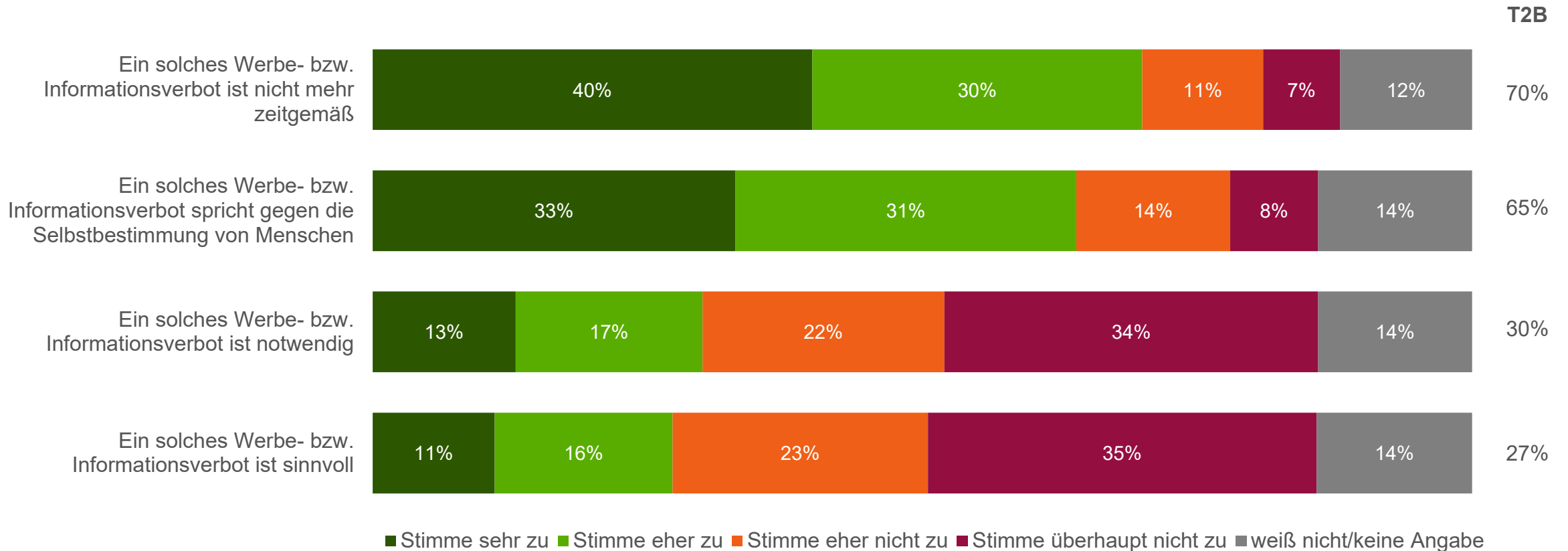


Basis: Alle Befragten (n=1.011)

Q25. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zum Thema Notfall-Verhütung zustimmen..

# Aussagen zum Thema „Notfall-Verhütung“ und dem Werbe-/Informationsverbot

Rund 2/3 der Deutschen spricht sich gegen das Werbe-/ Informationsverbot zur „Pille danach“ aus, da sie es als nicht mehr zeitgemäß (70%) und als Widerspruch zur Selbstbestimmung von Menschen (65%) erachten.



Basis: Alle Befragten (n=1.011)

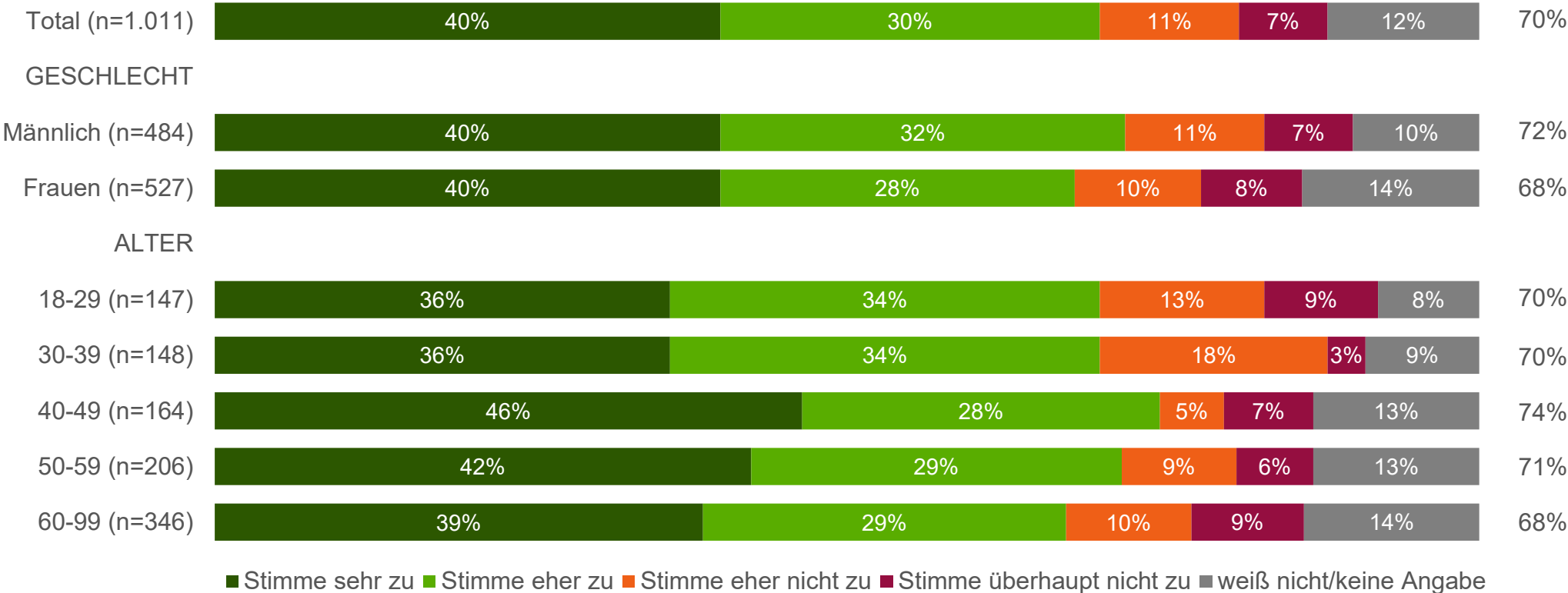
Q26. Unternehmen dürfen in der Öffentlichkeit nicht unter Nennung des Produktnamens über die „Pille danach“ informieren bzw. dafür werben. Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

# Aussagen zum Thema „Notfall-Verhütung“ und dem Werbe-/Informationsverbot

Insbesondere 40-49 Jährige erachten das Werbe-/ Informationsverbot als nicht mehr zeitgemäß.

## Ein solches Werbe- bzw. Informationsverbot ist nicht mehr zeitgemäß

T2B



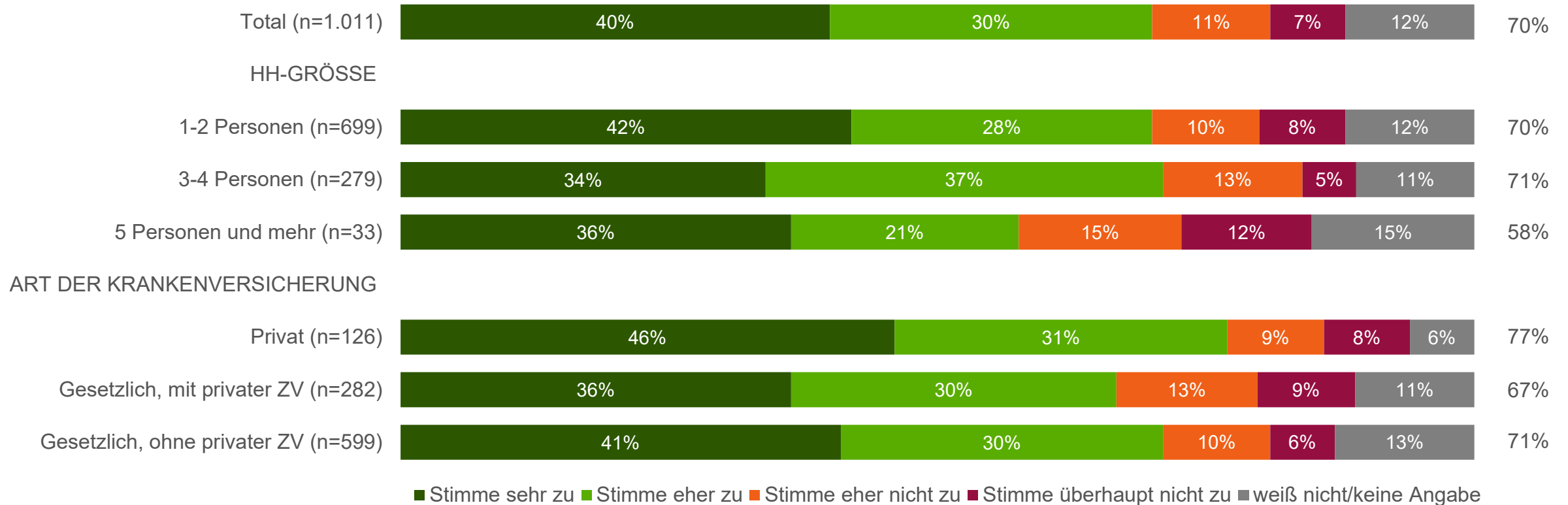
Basis: Alle Befragten (n=1.011)  
 Q26. Unternehmen dürfen in der Öffentlichkeit nicht unter Nennung des Produktnamens über die „Pille danach“ informieren bzw. dafür werben. Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

# Aussagen zum Thema „Notfall-Verhütung“ und dem Werbe-/Informationsverbot

Privat Versicherte empfinden das Werbe-/Informationsverbot häufiger als Gesetzlich Versicherte als nicht mehr zeitgemäß.

## Ein solches Werbe- bzw. Informationsverbot ist nicht mehr zeitgemäß

T2B



Basis: Alle Befragten (n=1.011)

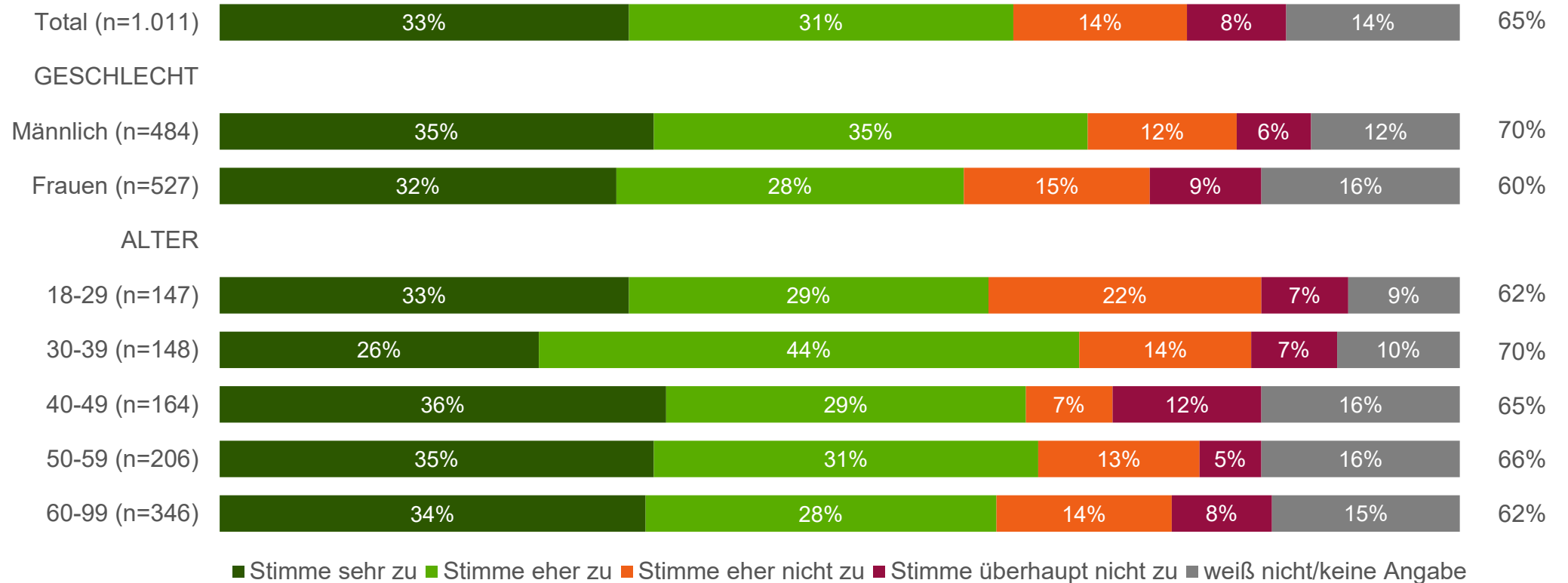
Q26. Unternehmen dürfen in der Öffentlichkeit nicht unter Nennung des Produktnamens über die „Pille danach“ informieren bzw. dafür werben. Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

# Aussagen zum Thema „Notfall-Verhütung“ und dem Werbe-/Informationsverbot

Mehr Männer sehen das Werbe-/ Informationsverbot von der „Pille danach“ als Widerspruch zur Selbstbestimmung von Menschen.

## Ein solches Werbe- bzw. Informationsverbot spricht gegen die Selbstbestimmung von Menschen

T2B



Basis: Alle Befragten (n=1.011)

Q26. Unternehmen dürfen in der Öffentlichkeit nicht unter Nennung des Produktnamens über die „Pille danach“ informieren bzw. dafür werben. Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

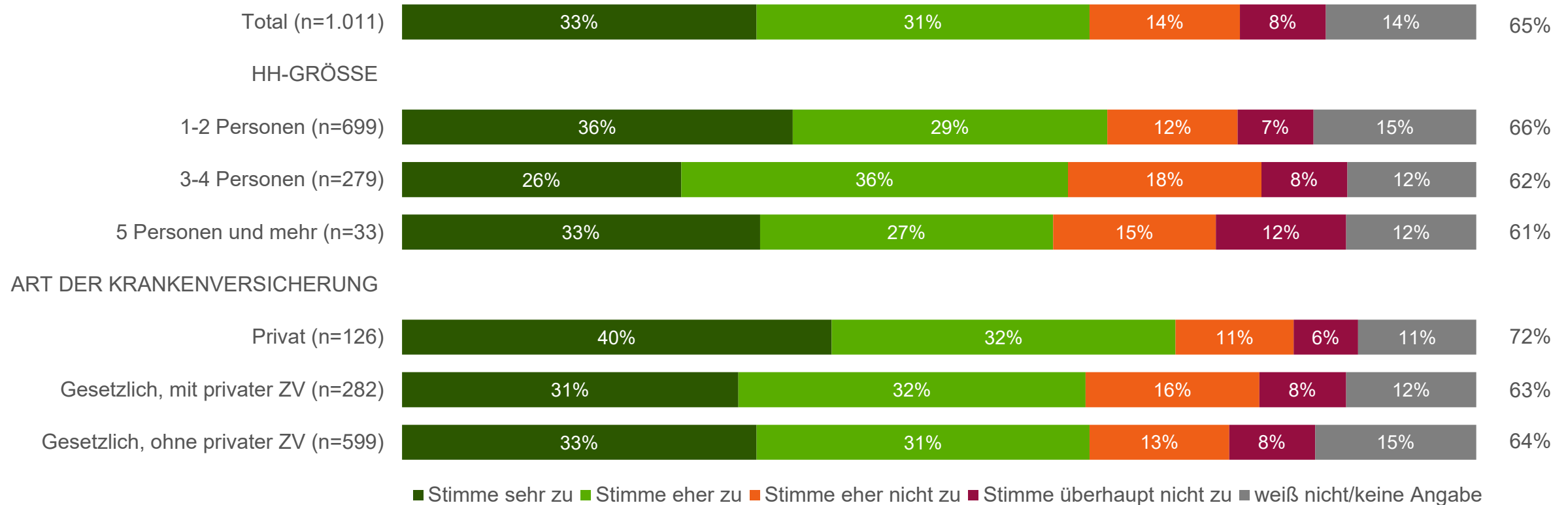


# Aussagen zum Thema „Notfall-Verhütung“ und dem Werbe-/Informationsverbot

Privat Versicherte zeigen eine höhere Zustimmung als Gesetzlich Versicherte hinsichtlich der Aussage, dass das Werbe- bzw. Informationsverbot gegen die Selbstbestimmung von Menschen spricht.

## Ein solches Werbe- bzw. Informationsverbot spricht gegen die Selbstbestimmung von Menschen

T2B



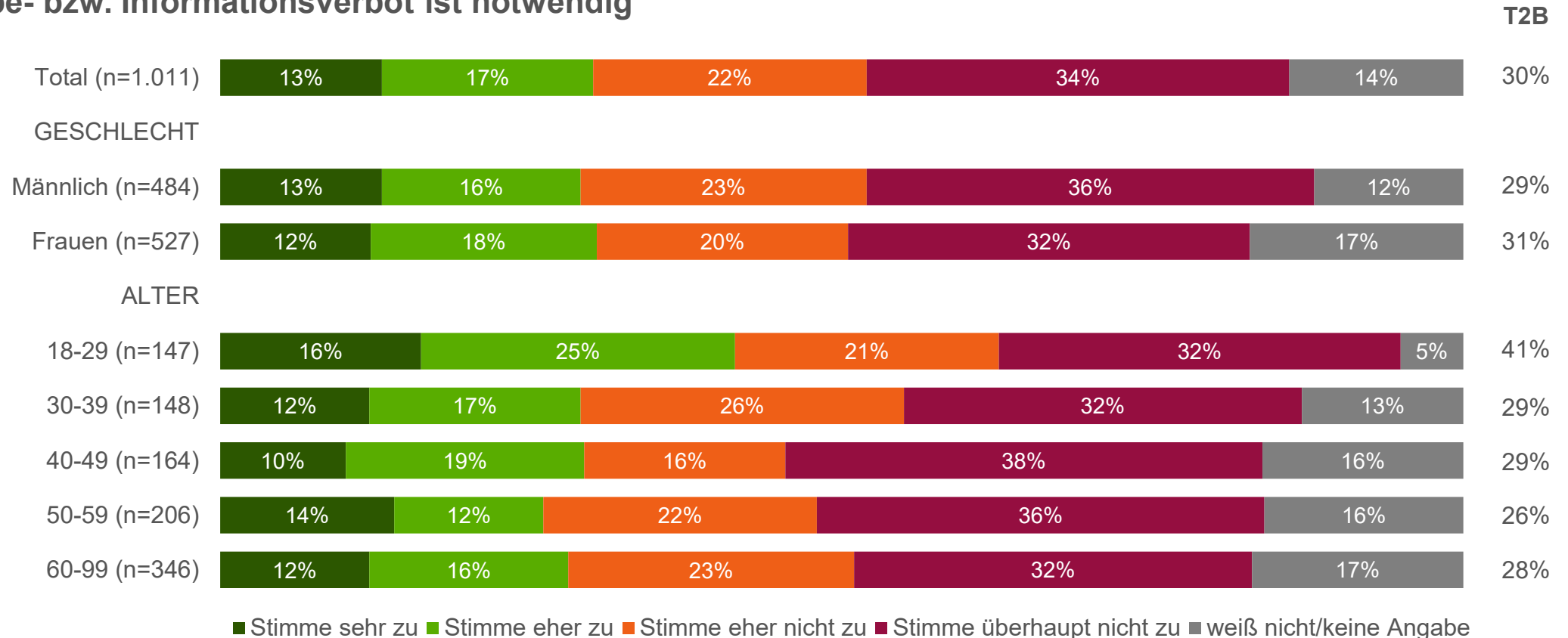
Basis: Alle Befragten (n=1.011)

Q26. Unternehmen dürfen in der Öffentlichkeit nicht unter Nennung des Produktnamens über die „Pille danach“ informieren bzw. dafür werben. Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

# Aussagen zum Thema „Notfall-Verhütung“ und dem Werbe-/Informationsverbot

Mit 4 von 10 Befragten unter 30 Jahren, ist die jüngste Altersgruppe am häufigsten der Auffassung, dass ein Werbe- bzw. Informationsverbot für die „Pille danach“ notwendig ist, wobei die Mehrheit sich immer noch dagegen ausspricht (B2B: 53%).

## Ein solches Werbe- bzw. Informationsverbot ist notwendig



Basis: Alle Befragten (n=1.011)

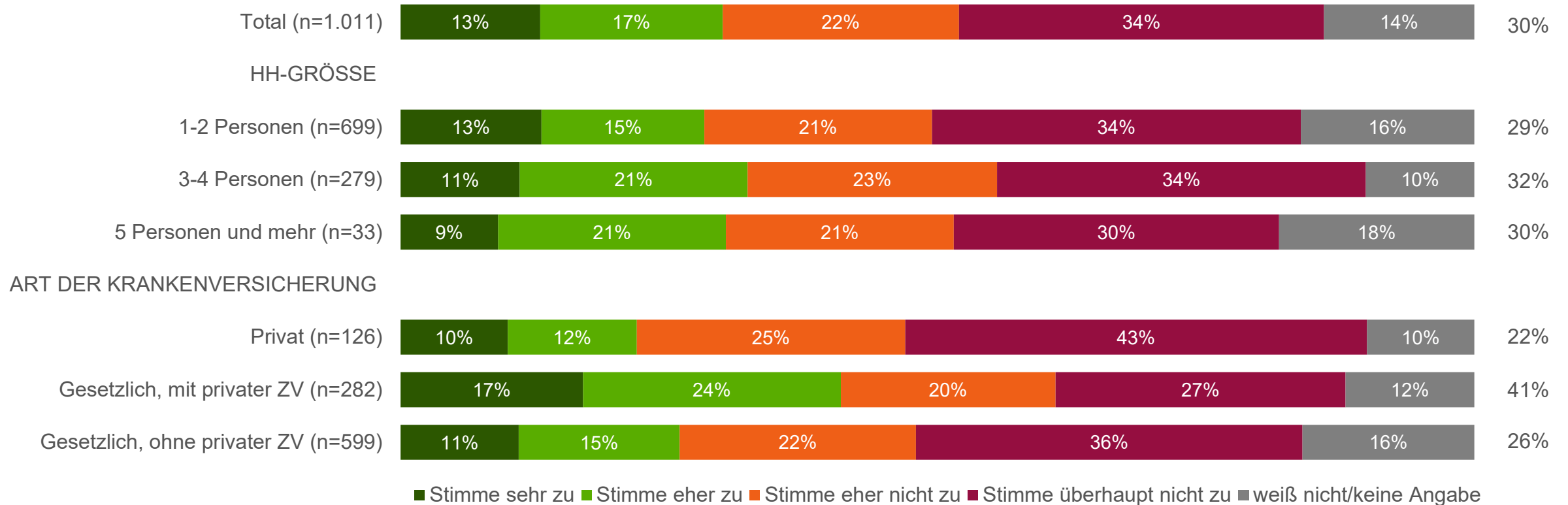
Q26. Unternehmen dürfen in der Öffentlichkeit nicht unter Nennung des Produktnamens über die „Pille danach“ informieren bzw. dafür werben. Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

# Aussagen zum Thema „Notfall-Verhütung“ und dem Werbe-/Informationsverbot

Gesetzlich Versicherte (mit privater ZV) sehen vermehrt eine Notwendigkeit für das Werbe-/Informationsverbot von der „Pille danach“.

## Ein solches Werbe- bzw. Informationsverbot ist notwendig

T2B



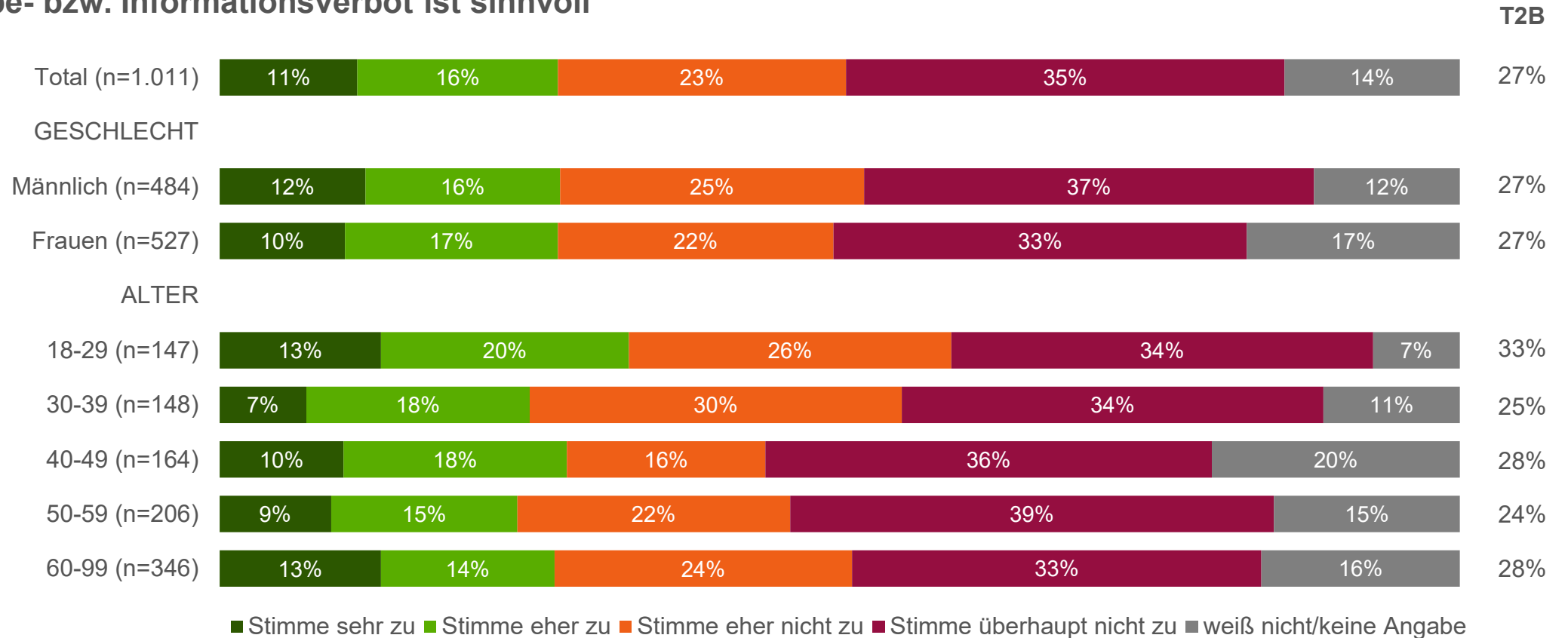
Basis: Alle Befragten (n=1.011)

Q26. Unternehmen dürfen in der Öffentlichkeit nicht unter Nennung des Produktnamens über die „Pille danach“ informieren bzw. dafür werben. Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

# Aussagen zum Thema „Notfall-Verhütung“ und dem Werbe-/Informationsverbot

1/3 der unter 30-Jährigen erachtet das Werbe-/Informationsverbot zur „Notfall-Verhütung“ als sinnvoll (T2B), ein weiteres Drittel allerdings stimmt dieser Aussage überhaupt nicht zu.

## Ein solches Werbe- bzw. Informationsverbot ist sinnvoll



Basis: Alle Befragten (n=1.011)

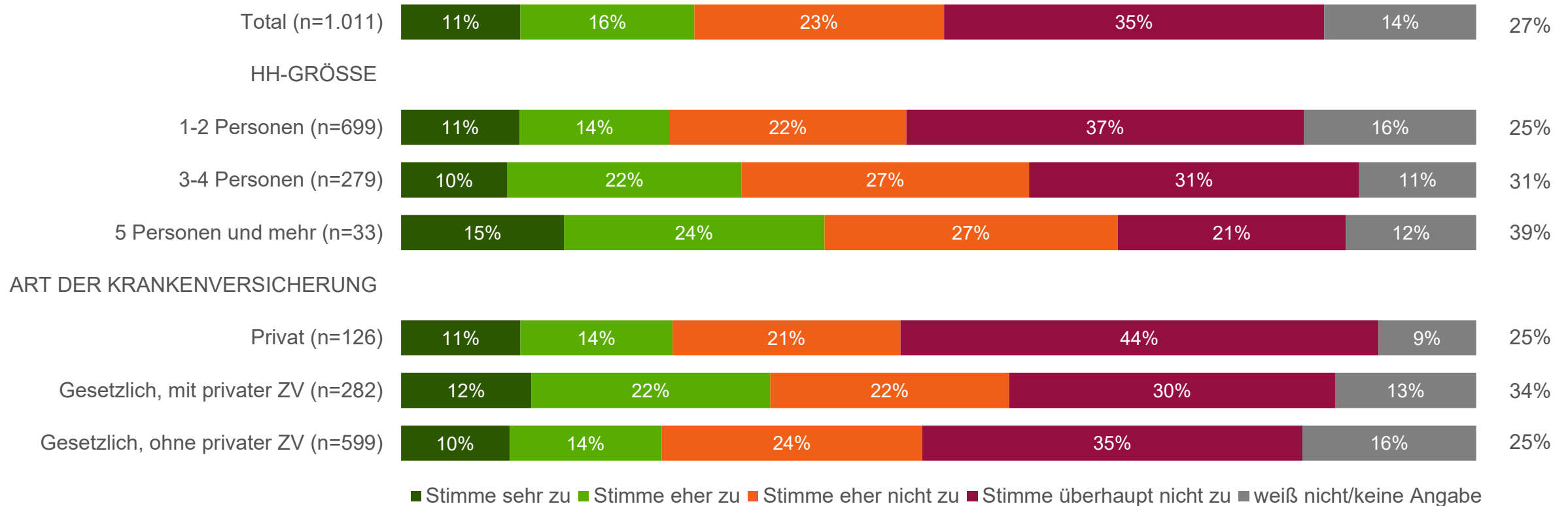
Q26. Unternehmen dürfen in der Öffentlichkeit nicht unter Nennung des Produktnamens über die „Pille danach“ informieren bzw. dafür werben. Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

# Aussagen zum Thema „Notfall-Verhütung“ und dem Werbe-/Informationsverbot

Größere Haushalte sowie Gesetzlich Versicherte (mit privater ZV) stimmen vermehrt zu, dass ein Werbe-/Informationsverbot für die „Pille danach“ sinnvoll ist, wobei auch hier immer noch die Mehrheit gegenteiliger Meinung ist.

## Ein solches Werbe- bzw. Informationsverbot ist sinnvoll

T2B



Basis: Alle Befragten (n=1.011)

Q26. Unternehmen dürfen in der Öffentlichkeit nicht unter Nennung des Produktnamens über die „Pille danach“ informieren bzw. dafür werben. Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

# Zusammenfassung

## Notfallverhütungsmittel – “Pille danach”

- 15% der Deutschen geben an, jemals die “Pille danach” verwendet zu haben. Naturgemäß ist der Anteil in den jüngeren Altersgruppen am höchsten. Etwas mehr Befragte mussten aufgrund eines Problems bei dem eigentlichen Verhütungsmittel auf dieses AM zurückgreifen (56%). 39% hatten zuvor ungeschützten Verkehr.
- Im Allgemeinen fällt die Beurteilung des Weges bis zum Erhalt der “Pille danach” recht positiv aus – so ist beispielsweise die Mehrheit der Meinung, dass die Informationsquellen ausreichend waren und sie sich vom Arzt bzw. Apotheker gut informiert fühlten.  $\frac{3}{4}$  stimmen (eher) zu, dass der Erhalt des Arzneimittels unkompliziert war.
- Nahezu 9 von 10 Befragten sind der Meinung, dass es ausreichend Informationen über Notfallverhütungsmittel geben sollte. Rund 80% finden, dass Hersteller von Verhütungsmitteln über ihre Produkte auch mit Nennung des Produktnamens informieren dürfen sollten bzw. finden es gut, dass Notfall-Verhütungsmittel rezeptfrei in der Apotheke erhältlich sind. Generell vertreten Frauen verstärkt diese Aspekte.