

Umfrage: Corona-Pandemie fördert das Gesundheitsbewusstsein der Deutschen

- *Befragt wurden etwa 1.000 Menschen zwischen 16 und 75 Jahren in Deutschland*
- *Beinahe zwei von drei Befragten gaben an, dass es ihnen wichtig sei sich um ihre eigene Gesundheit zu kümmern, um das Gesundheitssystem nicht zu belasten*
- *Fast jeder zweite Befragte gab an, sich mehr um Gesundheit anderer Gedanken zu machen als vor der Pandemie*
- *Insbesondere jüngere Bundesbürger zwischen 16 und 24 Jahren beabsichtigen, mithilfe von freiverkäuflichen Präparaten ihre Gesundheit zu erhalten oder Krankheiten zu behandeln*

München, 20. Juli 2020 – Seit Beginn des Jahres 2020 sind die Menschen weltweit mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie konfrontiert. Im Rahmen einer Umfrage durch das Marktforschungsinstitut Ipsos im Auftrag des Gesundheitunternehmens GSK Consumer Healthcare unter etwa 1.000 deutschen Bürgern kam heraus, dass sich durch die Covid-19-Krise das Gesundheitsverhalten zum Positiven verändert hat. „Die Menschen nehmen ihre Gesundheit selbst in die Hand. Die Selbstmedikation spielt eine zentrale Rolle“, erklärt Victor Geus, General Manager DACH bei GSK Consumer Healthcare. „Die Pandemie ist wie eine Lupe, die vergrößert, was wichtig ist – die Gesundheit gehört dazu.“

Vor allem 16 bis 24-Jährige und 65 bis 75-Jährige achten mehr auf ihre Gesundheit

In Deutschland hat das Thema Gesundheit seit Beginn der Pandemie stark an Bedeutung gewonnen. Etwas über die Hälfte der jungen Menschen zwischen 16 und 24 Jahren (55 %) gab an, ihre Gesundheit vor der Corona-Pandemie als Selbstverständlichkeit angesehen zu haben. Rund zwei von drei Befragten (65 %) in dieser Altersgruppe sagten, dass sie eher dazu tendieren das Thema in ihre Alltagsentscheidungen einzubeziehen. „Bereits vor Corona war insbesondere bei jüngeren und älteren Deutschen eine starke Werteverstärkung zu beobachten“, erläutert Corinna Mühlhausen, Journalistin, Trend- und Zukunftsforscherin. Zwischendurch allerdings sei Gesundheitsvorsorge vielfach mit Selbstoptimierung gleichgesetzt worden. Die Pandemie habe zu einem Perspektivwechsel geführt. Insbesondere jüngere Menschen würden sich heutzutage gesundheitsbewusster verhalten als jede Generation vor ihnen. Ein Beispiel ist das gestiegene Bewusstsein für Selbstwirksamkeit, z. B. durch Sport oder gesündere Ernährung. Die Ergebnisse der Umfrage deuten darauf hin, dass bei vielen das Gespür für den eigenen Körper und das eigene Wohlbefinden zugenommen hat. Dies trifft besonders auf Senioren (65 bis 75-Jährige) zu. Hier bestätigten fast zwei von drei Befragten (65 %), gewisse Signale des Körpers jetzt besser erkennen und einordnen zu können als vorher.

Frauen und junge Menschen (16 bis 24 Jahre) sorgen sich vermehrt um das Wohl der Menschen, die ihnen wichtig sind

Zwei von drei Deutschen (66 %) sorgen sich nun stärker um die Gesundheit der Menschen, die ihnen wichtig sind. Das bestätigten insbesondere Frauen (72 %) und junge Menschen zwischen 16 und 24 Jahren (73 %). „Achtsamkeit ist eines der Schlagworte für diese Zeit“, so Mühlhausen, sowohl für das eigene Befinden als auch für die Befindlichkeiten anderer Menschen. „Corona hat den Trend verstärkt, mehr ‚Self Care‘ zu betreiben, um mehr ‚We Care‘ leisten zu können, also für andere da sein zu können.“ Etwa jeder zweite

Befragte (48 %) stimmte zu, seine Mitmenschen mehr als vorher zu einem gesundheitsförderlichen Verhalten zu ermutigen: Frauen (53 %) und Jugendliche zwischen 16 und 24 Jahren (52 %) mehr als Männer (43 %).

Menschen setzen auf freiverkäufliche Präparate

Viele Befragte haben klare Vorstellungen darüber, wie sie sich zukünftig vor Krankheiten schützen wollen. Rund zwei von drei Deutschen (68 %) wären im Krankheitsfall eher geneigt, so oft wie möglich zu Hause zu bleiben, um andere vor einer Ansteckung zu schützen. Bei der Frage, ob die Teilnehmer in Zukunft einen Vorrat an rezeptfreien Schmerz- und Grippemitteln anlegen wollen, stimmte etwa ein Drittel (32 %) der unter 45-Jährigen zu. In der Gesamtstichprobe war es hingegen nur jeder Vierte (25 %). Etwa vier von zehn der deutschen Teilnehmer (38 %) unter 45 Jahren gaben an, zukünftig häufiger potenzielle Erkrankungen mit rezeptfreien Arzneimitteln behandeln zu wollen, anstatt zum Arzt zu gehen. Diese Möglichkeit ziehen nur halb so viele Befragte (21 %) zwischen 55 und 75 Jahren in Betracht. Ungefähr jeder zweite Befragte zwischen 16 und 24 Jahren (45 %) beabsichtigt zudem, in Zukunft mithilfe von Vitaminen und Mineralstoffen sein Immunsystem zu stärken, 10 Prozentpunkte mehr als in der Gesamtstichprobe. „Seit Corona wird Gesundheit wieder mehr über die Abwesenheit von Krankheiten definiert“, so Mühlhausen. Krankheiten vorbeugen und Krankheiten selbst behandeln stehe daher wieder mehr im Fokus. Dieser Trend zeige sich auch durch den vermehrten Konsum von freiverkäuflichen Produkten. „Menschen achten zudem stark auf Transparenz bei den Informationen über die Präparate sowie auf die Produktionsbedingungen und umweltrelevante Faktoren“, so Mühlhausen. Etwa zwei Drittel aller deutschen Befragten (63 %) gaben an, es sei ihnen jetzt wichtiger, ihre Gesundheit selbst in die Hand zu nehmen, um das Gesundheitssystem nicht zu belasten. Am häufigsten bestätigten Menschen zwischen 65 und 75 Jahren (71 %) diese Aussage.

Mehr virtuelle Kontakte und Freizeitgestaltung zuhause

Erwartungsgemäß haben die Treffen per Videoanwendungen wie Skype oder Zoom aufgrund der Kontaktbeschränkungen deutlich an Bedeutung gewonnen: Fast ein Drittel der Befragten hat während des Lockdowns begonnen, Freunde über Videoanwendungen zu kontaktieren (28 %). Auch gab etwa jeder zweite (49 %) Teilnehmer zwischen 16 und 24 Jahren an, seit Inkrafttreten der Beschränkungen Spiele auf Smartphone oder Tablet zu nutzen, um sich zu erholen. Das sind fast doppelt so viele wie in der Gesamtstichprobe (29 %). Manche Menschen haben die Zeit der Kontaktbeschränkungen genutzt, um neue Hobbies auszuprobieren: So haben rund 15 Prozent der Befragten angefangen, vermehrt Filme zu schauen, Bücher zu lesen (14 %) oder Musik zu hören (15 %).

Zur Umfrage:

Befragt wurden jeweils rund 1.000 Deutsche und Briten zwischen 16 und 75 Jahren, Spanier im Alter zwischen 16 und 65 sowie Italiener zwischen 16 und 70 im Zeitraum vom 29. Mai bis zum 1. Juni 2020. Erfasst wurde die Zustimmung zu verschiedenen Aussagen (fünf Stufen) sowie Verhaltensänderungen vor und nach Inkrafttreten der Leitlinien zur Beschränkung sozialer Kontakte. Die Daten wurden entsprechend den Verhältnissen in der Gesamtbevölkerung nach Alter, Geschlecht, Region sowie nach Beschäftigungsstatus gewichtet. Die Britischen Daten wurden zusätzlich nach sozial-ökonomischen Kriterien gewichtet. Zudem stimmten alle Teilnehmer, deren Daten berücksichtigt wurden, einem Adverse Event Tracker (Weiterleitung von aufgetretenen Problemen mit Produkten in anonymisierter Form an Hersteller) zu.

Über GSK Consumer Healthcare:

GSK Consumer Healthcare ist eines der weltweit größten Gesundheitsunternehmen und blickt auf über 160 Jahre Unternehmenshistorie zurück. Unser Ziel ist es, Menschen auf der ganzen Welt mit Gesundheitsprodukten dabei zu unterstützen, leistungsfähiger zu sein, sich besser zu fühlen und länger zu

GSK Consumer Healthcare

leben. Einige der weltweit beliebtesten Gesundheitsmarken zählen zum Unternehmen, darunter Sensodyne, Voltaren, Dr.Best, Vitasprint, Otriven und Fenistil. Diese Marken sind in über 100 Ländern auf der ganzen Welt erfolgreich. Sie erfüllen die Bedürfnisse von Millionen von Menschen, die sich jeden Tag in Apotheken, Supermärkten und im Internet für unsere Produkte entscheiden. Unser Ziel ist es, ein global wachsendes Geschäft, das als Fast Moving Consumer Healthcare (FMCH) bezeichnet wird, aufzubauen. Im Mittelpunkt steht die alltägliche Gesundheitsversorgung mit wissenschaftlicher Expertise und garantierter Qualität, um die Erwartungen der Verbraucher in einer modernen Welt zu erfüllen.

Weitere Informationen zu GSK Consumer Healthcare finden Sie im Internet auf <https://de.gsk.com/de-de/produkte/consumer-healthcare/>

Ansprechpartner für Journalisten:

Bei Fragen zur Marke oder zum Unternehmen GSK Consumer Healthcare, wenden Sie sich gerne direkt an:

GSK Consumer Healthcare

Kerstin Köster
Communications Manager
E-Mail: presse.dach@gsk.com
Mobil: +49 (0)162 901 4430
Tel: +49 (0)89 7877 680

Sie benötigen Informationen oder Bildmaterial?
Dann wenden Sie sich gerne an unsere PR-Agentur:

fischerAppelt

Elisa Marie Rinne
Healthcare Consultant
Elisa.marie.rinne@fischerappelt.de
Mobil: +49 (0) 175 11 52 390
Tel: +49 (0) 40 899 699 744