

## Corona-Pandemie fördert das Gesundheitsbewusstsein der Menschen in Europa

*Durch die Corona-Pandemie hat sich das Leben vieler Menschen grundlegend verändert. Eine internationale Befragung von jeweils etwa 1.000 Bewohnern Spaniens, Italiens, Großbritanniens und Deutschlands durch das Marktforschungsinstitut IPSOS im Auftrag von GSK Consumer Healthcare ergab, dass die vergangenen Monate das Gesundheitsverhalten der Europäer stark beeinflusst haben.*

### **Europäer achten mehr darauf, Krankheiten zu vermeiden und die Gesundheit zu schützen**

- Etwa drei von vier Spaniern (74 %) und mehr als zwei von drei Italienern (69 %) tendieren nun eher dazu, ihre Gesundheit in ihre Alltagsentscheidungen einzubeziehen als vor der Corona-Pandemie. Minimal weniger engagiert zeigen sich die Teilnehmer aus Großbritannien (62 %) und Deutschland (54 %).
- In Deutschland achten insbesondere jüngere und ältere Menschen mehr auf ihre Gesundheit als vor der Corona-Pandemie: Zwei von drei Befragten (65 %) zwischen 16 und 24 Jahren tendieren eher dazu das Thema jetzt stärker in ihre Alltagsentscheidungen einzubeziehen.
- Zwei von drei Menschen zwischen 65 und 75 Jahren (65 %) sind der Ansicht, die Signale ihres Körpers jetzt besser erkennen zu können als vorher.

### **Corona-Pandemie verstärkt Besorgnis um Mitmenschen**

- Sehr viele Europäer machen sich mehr Gedanken um die Gesundheit der Menschen, die ihnen wichtig sind: Vier von fünf Spaniern stimmten dieser Aussage zu (82 %), mehr als drei von vier Italienern (77 %) und Briten (75 %) und zwei von drei Deutschen (66 %).
- In Deutschland machen sich insbesondere Frauen (72 %) und junge Menschen zwischen 16 und 24 Jahren (73 %) mehr Gedanken um die Gesundheit der Menschen, die ihnen wichtig sind.

### **Europäer setzen vermehrt auf rezeptfreie Arzneimittel, um ihre Gesundheit zu schützen**

- Etwa ein Drittel der Briten (34 %) beabsichtigt in Zukunft den Vorrat in ihrer Hausapotheke aufzustocken, sowie rund ein Viertel der Befragten in Italien (24 %) und Deutschland (25 %), sowie fast jeder fünfte Spanier (18 %).
- In Deutschland wird sich jeder dritte unter 45-Jährige (32 %) und etwa jeder fünfte 45 bis 75-Jährige (24 %) einen Vorrat an rezeptfreien Medikamenten anlegen.
- Etwa die Hälfte der Italiener (47 %) beabsichtigen mehr Vitamine und Mineralstoffe zu sich zu nehmen, um ihr Immunsystem zu stärken, sowie mehr als ein Drittel der Spanier (39 %), der Briten (34 %) und der Deutschen (35 %).
- In Deutschland planen vorwiegend junge Menschen zwischen 16 und 24 Jahren (45 %) mehr Vitamine und Mineralstoffe zu sich zu nehmen, um ihr Immunsystem zu stärken.

### **Europäer suchen sich häufiger medizinischen Rat als vor der Pandemie**

- Durchschnittlich etwa die Hälfte aller Briten (48 %), Spanier (45 %) und Italiener (46 %) beabsichtigen, sich bei leichteren Beschwerden zukünftig häufiger in der Apotheke beraten zu lassen, in Deutschland nur etwa jeder Dritte (27 %).

- Jeder fünfte Deutsche (20 %) beabsichtigt sich zukünftig häufiger in Apotheken über eine gesündere Lebensweise zu informieren (22%) oder Gesundheitsdienstleistungen in Anspruch zu nehmen, z. B. den Blutdruck oder Blutzucker messen zu lassen (18%).
- Etwa jeder fünfte Befragte in Großbritannien (19 %) sucht sich bei Beschwerden wie Bewegungs- und Gelenkschmerzen, Hautausschlägen oder Erkältungen medizinischen Rat zuerst im Internet. Etwa halb so viele der deutschen Befragten (8 %) bevorzugen das Internet als erste Informationsquelle sowie etwa jeder zwanzigste Italiener (5 %) und Spanier (4 %).
- In Deutschland holen sich etwa genauso viele Befragte zuerst Rat im Internet (8 %) wie bei Freunden und Familienmitgliedern (10 %) oder in Apotheken (10 %).

### **Europäer bevorzugen Markenprodukte und ein stimmiges Preis-Leistungsverhältnis**

- Sehr viele Europäer legen Wert auf die Vertrauenswürdigkeit einer Marke, insbesondere Italiener (89 %) und Spanier (84 %), gefolgt von Briten (79 %) und Deutschen (73 %).
- In Deutschland ist es insbesondere jungen Menschen zwischen 16 und 24 Jahren wichtig, dass die Marken, die sie kaufen, vertrauenswürdig sind (72 %).
- Jeder vierte Befragte (27 %) ist seinen Marken beim Kauf von Gesundheitsprodukten treu und kauft nur seine oder ihre übliche Marke.
- Etwa acht von zehn Italienern (83 %) und Spaniern (80 %) finden Premiummarken wichtig bis sehr wichtig, im Vergleich zu nur etwa einem Drittel der deutschen (27 %) und der britischen Befragten (34 %).
- Durchschnittlich acht von zehn Europäern (82 %) achten bei der Wahl ihrer Gesundheitsprodukte auf wissenschaftliche Nachweise für die Wirksamkeit.
- In Deutschland legen drei von vier Befragten (73 %) Wert auf wissenschaftliche Studien zu ihren Produkten.
- Für beinahe zwei von drei Europäern ist bei der Wahl ihrer Gesundheitsprodukte erheblich, dass die Herstellerunternehmen in nachhaltige Entwicklung investiert, wie z.B. den Erhalt natürlicher Ressourcen (62 %, in Deutschland: 53 %) und dass diese in recyclebaren Verpackungen (62 %) angeboten werden.
- Insbesondere für junge Deutsche von 16 bis 24 Jahren sind bei der Wahl ihrer Produkte recyclebare Verpackungen (59 %) wichtig bis sehr wichtig.

### **Corona-Pandemie beeinflusst die Beliebtheit von Online-Bestellungen bislang nicht**

- Die Pandemie scheint keinen Einfluss darauf zu haben, ob Menschen ihre Gesundheitsprodukte in Ladengeschäften oder im Internet erwerben.
- Durchschnittlich vier von zehn Befragten in Europa kaufen Gesundheitsprodukte niemals oder so gut wie nie Online, weder vor der Pandemie (41 %) noch jetzt (41 %): Das gilt für ein Drittel der Deutschen (vorher und jetzt: 33 %), für vier von zehn Briten (vorher: 40 %, jetzt: 42 %) und Italienern (vorher und jetzt: 41 %), sowie für fast die Hälfte der Spanier (vorher: 46 %, jetzt: 48 %).