

IPSOS-Studie im Auftrag von GSK zeigt: Pandemie schürt weltweit Bedenken vor Zahnarztbesuchen – Deutsche zeigen sich unbeeindruckt

- *COVID-19 hat weltweit und vor allem in Deutschland nur wenig Einfluss auf die Mundhygienegewohnheiten*
- *Länderübergreifend existiert ein geringes Bewusstsein für die möglichen negativen Auswirkungen einer schlechten Mundgesundheit*
- *Jüngere Europäer putzen sich im Altersvergleich häufiger die Zähne als vor der Pandemie, konsumieren allerdings auch überdurchschnittlich mehr Zucker, Snacks & Co*
- *Gesichtsmasken und die Wahrnehmung des eigenen Atems tragen maßgeblich dazu bei, dass sich Europäer häufiger die Zähne putzen*

München, 18. März 2021 – Weltweit suchen 30 Prozent der Menschen heute seltener als vor COVID-19 einen Zahnarzt auf. Dasselbe gilt für ein Viertel der Europäer (26 Prozent). Hierzulande geben lediglich 17 Prozent der Befragten an, weniger häufig zum Zahnarzt zu gehen als früher. Vielmehr besucht die Mehrheit der Deutschen (73 Prozent) auch während der Pandemie genauso regelmäßig einen Zahnarzt wie zuvor – der höchste Anteil weltweit. Das sind Ergebnisse einer globalen Verbraucherstudie, die GSK Consumer Healthcare und das Marktforschungsunternehmen Ipsos heute veröffentlichten. Im Rahmen der Studie wurde untersucht, wie COVID-19 die Mundhygiene-Gewohnheiten von Menschen auf der ganzen Welt verändert hat. Befragt wurden 4.500 Teilnehmer aus fünf europäischen und vier südostasiatischen Ländern.

Zahnärztin Dr. Ece Kizilkaya ist im Medical-Affairs-Team bei GSK Consumer Healthcare tätig. Sie sagt: „Ohne Prävention ist eine umfassende und dauerhafte Mundgesundheit kaum möglich. Deshalb ist es besorgniserregend, dass so viele Menschen den Gang zum Zahnarzt scheuen. Umso erfreulicher aber zumindest, dass die Deutschen trotz Pandemie weiterhin so regelmäßig zum Zahnarzt gehen wie keine andere Nation.“

Weitere Studienergebnisse:

- Während die Kosten einer Zahnarztbehandlung in der wirtschaftlich angespannten Pandemiesituation international gesehen der Hauptgrund für die Sorge vor einem Praxisbesuch ist, stehen in Deutschland gesundheitliche Bedenken im Vordergrund: die Sorge um eine mögliche Ansteckung durch eine zu hohe Besucherfrequenz (38 Prozent), unzureichend gereinigte Geräte (33 Prozent) oder die mangelnde Reinigung und Desinfektion der Räume (30 Prozent).
- Obwohl ein großer Teil (85 Prozent) aller weltweit Befragten glaubt, dass eine gute Mundgesundheit auch der allgemeinen Gesundheit zugutekommt, bringen viele eine schlechte Mundgesundheit nicht mit weiterreichenden ernsten Erkrankungen in Verbindung. Dazu können etwa Diabetes und Herz-Kreislauf-Erkrankungen gehören.
- Einer von weltweit fünf Befragten (22 Prozent) putzt sich die Zähne häufiger als vor der Pandemie. Das trifft aber nur auf 7 Prozent der Deutschen zu. 9 von 10 Deutschen (89 Prozent) haben nichts an ihren Zahnputzgewohnheiten geändert. Die beiden wichtigsten Gründe, weshalb sich Europäer die Zähne häufiger putzen: Sie sind sich ihres Atems bewusster (47 Prozent) und sie tragen Masken (44 Prozent).
- Immerhin 18 Prozent der Befragten in Deutschland tauschen ihre Handzahnbürste häufiger als vor der Pandemie. Im Vergleich mit anderen Ländern ist diese Veränderung aber recht

gering, denn über alle Länder hinweg geben 31 Prozent an, ihre Handzahnbürste öfters auszutauschen. Hauptsächlich tun sie das, um eine Ansammlung von Bakterien oder Keimen zu verhindern (59 Prozent).

- Fast ein Viertel derjenigen, die zumindest eine Zahnbeschwerde anführten (23 Prozent) gab an, therapeutische Zahnpasta zu nutzen, etwa zur Stärkung des Zahnschmelzes, für sensitive Zähne oder gegen Zahnfleischprobleme. Die Kaufhäufigkeit solcher Zahnpasten ist in Deutschland im weltweiten Vergleich nach Beginn der Pandemie am geringsten angestiegen (8 Prozent).
- In ganz Europa putzen sich vor allem die Jüngeren (21 Prozent der 18- bis 29-Jährigen) aktuell häufiger die Zähne als zuvor. Im Vergleich tun dies nur 13 Prozent der 30- bis 39-Jährigen, 9 Prozent der 40- bis 49-Jährigen und 6 Prozent der über 50-Jährigen. Allerdings geben vor allem junge Erwachsene auch an, während der Pandemie mehr Süßigkeiten, Snacks, zuckerhaltige Getränke sowie Kaffee und Tee zu konsumieren.

Victor Geus, General Manager DACH bei GSK Consumer Healthcare, sagt: „Effektive Praktiken zur Mundhygiene sind während der Pandemie noch wichtiger für die allgemeine Gesundheit und das Wohlbefinden. Deshalb ist es gut zu sehen, dass Menschen ihre Mundgesundheit selbst in die Hand nehmen, wenngleich es noch viel mehr tun sollten. Wir bei GSK Consumer Healthcare unterstützen sie genau dabei – durch sorgfältige Forschung und daraus resultierende optimal formulierte Produkte, durch umfassende Gesundheitsaufklärung sowie durch die enge Zusammenarbeit mit medizinischen Fachleuten wie Zahnärzten und Apothekern.“

Die Studienergebnisse liefern noch weitere Erkenntnisse zu den Mundhygienegewohnheiten und dem entsprechenden Nutzungs- und Konsumverhalten. Weitere Informationen auf Anfrage.

Über die Studie

Insgesamt befragte das Marktforschungsunternehmen Ipsos online 4.500 Menschen aus fünf europäischen (Frankreich, Deutschland, Großbritannien, Spanien und Russland) und vier südostasiatischen Ländern (Indonesien, Philippinen, Singapur und Thailand). In jedem Land wurden 500 Personen im Alter von über 18 Jahren befragt. Die Umfrage erfolgte zwischen dem 22. und 28. Februar 2021. Die Befragungsteilnehmer wurden darin nach ihrer Zustimmung in Bezug auf verschiedene Aussagen sowie zu Verhaltensänderungen vor und nach dem Ausbruch von COVID-19 gefragt. Die Daten wurden proportional zu den Metadaten – Alter, Geschlecht, Region – in der Gesamtbevölkerung abgebildet. Zusätzlich stimmten alle Teilnehmer, deren Daten berücksichtigt wurden, einem Adverse Event Tracker (Weiterleitung von Problemen mit Produkten an die Hersteller in anonymisierter Form) zu.

Über GSK / GSK Consumer Healthcare:

GSK Consumer Healthcare ist eines der weltweit größten Gesundheitsunternehmen und blickt auf eine über 160 Jahre alte 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 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/dede/produkte/consumer-healthcare/>

Pressekontakt GSK

GSK Consumer Healthcare
Martina Gernet
Communications Director DACH
Telefon: +49 (0) 89 7877-189
E-Mail: presse.dach@gsk.com