

## Apothekenpreise und wie man ihnen entgeht - Arzneimittelbestellung über das Internet

Hamburg/Möln, 22.05.2006 - Seit Januar 2004 dürfen Arzneimittelhändler ihre Ware über das Internet verkaufen und per Post an die Kunden schicken.

Doch in wieweit werden diese Bestellmöglichkeiten überhaupt genutzt? Und wenn sie genutzt werden: was wird bestellt, von wem und bei welchem Anbieter?

Ipsos untersuchte in Kooperation mit *planung&analyse* im Rahmen einer repräsentativen Online-Umfrage unter 1.000 Internetnutzern ab 16 Jahren diese Fragen.

Arzneimittel waren in der Befragung - für eine bessere Unterscheidung zu OTC-Produkten aus Drogerien etc. - definiert als Mittel, die „Sie sonst nur in der Apotheke erhalten“.

### Nutzung und Bestellfrequenz: Alter schützt vor Bestellungen nicht!

Über ein Drittel der befragten Internetnutzer (35%) gibt an, derzeit Arzneimittel über das Internet zu beziehen. Zwischen den Geschlechtern und Ost- und Westdeutschland sind bezüglich dieser generellen Nutzung keine Unterschiede zu verzeichnen.

Anders bei den Altersgruppen: bei steigendem Alter und einem höheren Medikamentenbedarf erhöht sich der Anteil der Internet-Besteller (auf 40% bei den 55- bis 64-jährigen).

Bei den bestellten **Medikamentenarten** dominieren die rezeptfreien Arzneimittel: 60 Prozent der Besteller kaufen ausschließlich diese Art von Medikamenten, 35 Prozent bestellen sowohl rezeptfreie als auch -pflichtige Mittel und lediglich drei Prozent bestellen ausschließlich verschreibungspflichtige Arzneien (Rest: k.A.).

Wöchentliche oder auch monatliche Bestellungen sind eher die Ausnahme; der Großteil aller Bestellungen erfolgt über alle Gruppen hinweg quartalsweise oder seltener (siehe Tabelle 1).

	<b>Total (Besteller)</b>
	<b>351</b>
<b>jede Woche</b>	1%
<b>alle 2 - 3 Wochen</b>	5%
<b>ca. einmal im Monat</b>	13%
<b>ca. einmal im Quartal (alle drei Monate)</b>	<b>32%</b>
<b>ca. einmal alle sechs Monate</b>	<b>23%</b>
<b>ca. einmal im Jahr</b>	<b>26%</b>

Nur ein Viertel aller Internet-Käufer bestellt dabei ausschließlich für sich selbst (24%). Jeder Zweite (54%) bestellt für den Partner/die Partnerin mit, jeder Dritte (34%) für die Kinder und mehr als jeder Vierte (29%) für Freunde, Bekannte oder Kollegen. Arzneimittelkauf wird somit beinahe zu einem sozialen Vorgang.

Über zwei Drittel der Internetbesteller (69%) geben pro Bestellung bis zu 50 Euro aus, jeder fünfte (19%) 51 bis 100 Euro, bei den Älteren (45+) sind es sogar 25%, die einen Bestellwert von 51 bis 100 Euro erreichen.

### Das Internet ersetzt die Standardapotheke nicht, aber...

Befragte, die über das Internet Arzneimittel bestellen, beziehen nach eigener Einschätzung durchschnittlich 39 Prozent aller verwendeten Arzneimittel über das Internet; der weitaus größere Teil von 61 Prozent wird weiterhin über die herkömmliche Apotheke oder andere Bestellwege bezogen.

Die „normale“ Apotheke ist somit nicht überflüssig, verliert jedoch gerade bei verschreibungspflichtigen Medikamenten an Boden. Bezieher sowohl rezeptfreier als auch verschreibungspflichtiger Medikamente geben an, durchschnittlich mehr als die Hälfte (56%) ihres Bedarfs im Internet zu ordern und nur 44 Prozent über die „normale“ Apotheke abzudecken.

Durchschnittlicher Anteil Medikamentenkauf ....	Gesamt (Internetbesteller)	Bestellte Medikamentenart	
		Nur rezeptfreie Arzneimittel	Rezeptfreie und verschreibungspflichtige Arzneimittel
	<b>351</b>	<b>212</b>	<b>122</b>
Über Internet	39%	28%	56%
In Apotheke oder über andere Bestellwege	61%	72%	44%

Auch hier gilt, dass nur minimale Unterschiede zwischen Männern und Frauen existieren und mit zunehmendem Alter der prozentuale Anteil der Online-Bestellungen ansteigt (auf einen Anteil von 42% bei den 55- bis 64-jährigen).

## Schmerzmittel & Co.

Durchschnittlich gibt es 3,5 Indikationsbereiche, aus denen bzw. für die regelmäßig online bestellt wird. An erster Stelle stehen Schmerzmittel (geordert von über 50%), gefolgt von Vitaminen/Mineralstoffen (45%) und Erkältungs-/ Abwehrmitteln (44%).

Frauen bestellen signifikant häufiger als Männer Beruhigungs-/Schlafmittel und Medikamente zur Blasenstärkung.

Innerhalb der älteren Altersgruppe (46-64) gewinnen Arzneimittel an Bedeutung, die mehr oder weniger typische Alterserkrankungen abdecken: Herz-/Kreislauf, Diabetes und Cholesterin. Im Osten der Republik werden signifikant häufiger eher pflegende Produkte bestellt als im Westen, z.B. für Haut, Haare, Nägel (25% Ost / 14% West) oder Pflege- und Kosmetikprodukte (26%/16%).

„Sensible“ Anwendungsbereiche, für die man eher ungern die ‚reale‘, stationäre Apotheke aufsucht, haben ebenfalls eine gewisse Bedeutung im Onlinehandel: Mittel gegen Hämorrhoiden (6% Besteller) und Potenzschwäche/Erektionsprobleme (3%).

## Die Anbieter: „And the Winner is“ oder: „Auf der Suche nach der Schnäppchen-Pille“

Jeder vierte Online-Bezieher von Arzneimitteln (25%) hat keinen festen Anbieter, sondern orientiert sich bei jeder Bestellung neu. Bei den Bestellern rezeptfreier Arzneimittel ist es sogar fast jeder Dritte (31%). Ältere Befragte (20%) und diejenigen, die auch rezeptpflichtige Medizin bestellen (15%), sind tendenziell einem (oder: ihrem) Anbietern treu. Von der vorgegebenen Liste von 19 Online-Anbietern geben 27 Prozent der Besteller an, hauptsächlich bei „DocMorris“ zu bestellen - unter den Älteren sind es sogar 31 Prozent. Alle anderen Anbieter erreichen nicht annähernd so hohe Werte. Mit deutlichem Abstand zu DocMorris folgt mit zehn Prozent vfg, ein aus Tschechien operierender Anbieter, der sich eher bei den Jüngeren durchsetzt (16%). Ansonsten kann kein weiterer Anbieter die 10-Prozent-Hürde nehmen.

## Fazit: Das Internet holt auf!

Es lässt sich insgesamt festhalten, dass der Trend zu Onlinebestellungen auch den Arzneimittelmarkt erreicht hat und mittlerweile alle Altersgruppen (die privat einen Zugang zum Internet haben) zur Bestellung von Arzneimitteln auf dieses Medium zugreifen.

Bevorzugt bestellt werden (noch?) alltägliche Arzneimittel, für die ein gewisses Preisbewusstsein vorausgesetzt werden kann. Aber auch rezeptpflichtige Medikamente, die in Deutschland im Allgemeinen einer gesetzlichen Zuzahlungspflicht unterliegen, werden zunehmend über das Internet bestellt – die Bonusangebote einiger Anbieter dürften diesen Trend unterstützen.

Der sehr zersplitterte Anbietermarkt wird derzeit von DocMorris beherrscht - es bleibt abzuwarten, wie sich dieser Markt in der nächsten Zeit entwickeln wird.

**Studiensteckbrief:**

Feldzeit: 12.-14. Mai 2006

Stichprobe: 1.000 Personen im Alter von 16-64 Jahren, die privat das Internet nutzen, repräsentativ für die Bevölkerung in Deutschland

Methode: Ipsos i:omnibus<sup>TM</sup> (Online Mehrthemenumfrage)

**Kontakt:**

Torsten Brockmeyer, Ipsos GmbH, Ipsos Insight, Health Research: 040-80096-141,

[Torsten.Brockmeyer@ipsos.de](mailto:Torsten.Brockmeyer@ipsos.de)

Gudrun Witt, Ipsos GmbH, Communications: 040-80096-179 [Gudrun.Witt@ipsos.de](mailto:Gudrun.Witt@ipsos.de)