

# Presse-Information

Verbrauchs- und Medienanalyse 2008 II:



## **Kopfschmerzen – ein echtes Volksleiden VuMA-Auswertung zeigt Mediennutzung von Käufern rezeptfreier Medikamente (OTC-Produkte).**

Frankfurt/Hamburg/Mainz, im Juli 2008

Kopfschmerzen zählen zu den häufigsten Beschwerden überhaupt. Abhilfe versprechen Schmerzmittel: Mehr als 80 Prozent aller Deutschen ab 14 Jahren (53,74 Mio.) verwenden daher zumindest gelegentlich Mittel gegen Kopfschmerzen. Knapp ein Drittel davon greift mindestens einmal im Monat oder häufiger zu schmerzstillenden Medikamenten. Dabei ist der Klassiker „Aspirin“ in der deutschen Bevölkerung erste Wahl (25,7 Prozent). Auf Platz zwei rangiert die Variante „Aspirin Plus C“ (20,4 Prozent) gefolgt von „Paracetamol-ratiopharm“ (13,0 Prozent), „Thomapyrin“ (12,4%) und „ASS-ratiopharm“ (11,3 Prozent).

Neben solchen rezeptfreien Medikamenten stehen andere Gesundheitsprodukte wie Vitaminpräparate hoch im Kurs bei den Deutschen: Jeder Dritte (35 Prozent) nimmt zumindest gelegentlich Nahrungsergänzungsmittel ein, jeder Fünfte (21,5 Prozent) sogar mindestens einmal im Monat.

Die Frage, wo rezeptfreie Medikamente gekauft werden, beantworten fast drei Viertel aller Personen ab 14 Jahren (72 Prozent) mit: „in der Apotheke“. 28,5 Prozent kaufen Pharmaprodukte zusätzlich in der Drogerie. 11,2 Prozent greifen im Supermarkt zu und zwei Prozent der Bevölkerung bestellen ihre Präparate im Internet.

Für die werbliche Ansprache dieser Verwender sind TV und insbesondere auch Radio besonders gut geeignet, wie VuMA-Sprecherin Henriette Hoffmann erklärt: „Die VuMA-Auswertung zeigt, dass die Menschen, die in Apotheken, Drogerien und/oder Supermärkten OTC-Produkte kaufen, überdurchschnittlich viel Werbefunk- und -fernsehen konsumieren. Wenn es darum geht Personen zu erreichen, die ihr Medikamente im Internet oder durch den Versandhandel beziehen, so sollte eindeutig auf Radio als Werbemedium gesetzt werden.“

Die VuMA ist die wichtigste Markt-Media-Studie für die Planung von Radio und Fernsehen. Sie liefert Daten zur Mediennutzung, die sich mit einer Vielzahl von Konsuminformationen kombinieren lassen. Auftraggeber sind ARD-Werbung SALES & SERVICES (AS&S), RMS Radio Marketing Service und das ZDF Werbefernsehen. Die VuMA 2008 stellt mit 169 Radiosendern und Kombinationen nahezu alle in der Media-Analyse der ag.ma (ma) erfassten Angebote dar. Weiterhin sind in der VuMA Nutzungsdaten zu 20 Fernsehsendern enthalten. Die Verbrauchs- und Medienanalyse basiert auf einer Single-Source-Erhebung, d.h. Konsum und Mediennutzung stammen von ein und demselben Befragten.

Die Nutzer der Planungstools RadioXpert, MDS und mediMACH erhalten den VuMA-Datenbestand kostenfrei. Werbungtreibende und Agenturen können Zählungen aus der VuMA bei den VuMA-Mitgliedern in Auftrag geben.

## Einkaufsorte rezeptfreier Medikamente

Basis: BRD Gesamt 64,818 Mio. Personen ab 14 Jahre

	Potenzial in %	Index
<b>Apotheke</b>	<b>72,0%</b>	
Personen, die Werbefunk (D-Std.) hören	72,9%	101
Personen, die Werbefernsehen (D-HStd.)* sehen	72,7%	101
<b>Drogerie</b>	<b>28,5%</b>	
Personen, die Werbefunk (D-Std.) hören	30,3%	106
Personen, die Werbefernsehen (D-HStd.)* sehen	28,8%	101
<b>Supermarkt</b>	<b>11,2%</b>	
Personen, die Werbefunk (D-Std.) hören	12,4%	110
Personen, die Werbefernsehen (D-HStd.)* sehen	11,5%	103
<b>Internet</b>	<b>2,1%</b>	
Personen, die Werbefunk (D-Std.) hören	2,7%	134
Personen, die Werbefernsehen (D-HStd.)* sehen	2,0%	96
<b>Versandhandel</b>	<b>1,2%</b>	
Personen, die Werbefunk (D-Std.) hören	1,3%	114
Personen, die Werbefernsehen (D-HStd.)* sehen	1,0%	89

Quelle: VuMA 2008 II | \*D-HStd. 18-20 Uhr

### Kontakt für Journalisten:

AS&S

RMS

ZDF Werbefernsehen

Projektleitung

Claudia Scheibel, Telefon 069/15424-218

Kirsten Schade, Telefon 040/23890-153

Susanne Brock, Telefon 06131/70-5457

Axel Schwarz, Telefon 06108/796780

### Download Berichtsband VuMA 2008

Der Berichtsband VuMA 2008 steht unter [www.vuma.de](http://www.vuma.de) als Download zur Verfügung. Darin sind alle Konsuminformationen für die Bevölkerung insgesamt sowie differenziert nach Geschlecht, Alter und Gebiet (alte/neue Bundesländer) dargestellt.