

Factsheet

Keyfacts b4p t.o.m. Pharma

1. Grundgesamtheit
Deutschsprachige Gesamtbevölkerung ab 20 Jahren (65,44 Mio., mit TV: Deutsche+EU ab 20 Jahren 62,43 Mio.)
2. Methode
*Fusion des Kaufverhaltens aus GfK medic*scope Panel in b4p 2013 anhand von über 90 gemeinsamen Merkmalen*
3. Verfügbare Zielgruppen für die Mediaplanung
*27 GfK medic*scope Indikationsbereiche (Kaufintensität: ein Kauf, zwei und mehr Käufe, mindestens ein Kauf); vier GfK Käufertypen (Marken-, Empfehlungs-, Preis- und Wechselkäufer)*
4. Abgebildeter Zeitraum aus dem GfK medic*scope Panel
24 Monate von Oktober 2011 bis September 2013
5. Zusammensetzung der Indikationen
Zusammenfassung anhand der Käufe einzelner Produkte (die jeweils enthaltenen Produkte können bei Bedarf angefordert werden)

Überblick über die verfügbaren Indikationsbereiche

Etwa 75% der deutschen Bevölkerung ab 20 Jahre kaufen Gesundheitsprodukte in der Apotheke ein. Die Apotheke ist hier auch die meist besuchte Einkaufsstätte. Bei vielen Indikationen wird sich daher auf den Vertriebsweg „Apotheke“ und die Abbildung der dortigen Käufer konzentriert, da die Produkte oft auch apothekenpflichtig sind. Insgesamt werden 27 Marktbereiche abgebildet, 12 davon enthalten Käufe aus Apotheke und Massenmarkt (16-27).

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 1. Abführmittel | 15. Wundheilung |
| 2. Antiallergika | 16. Bewegungsschmerz akut |
| 3. Blähungen (Antiflatulencia) | 17. Bewegungsschmerz kurativ |
| 4. Durchfall | 18. Blasenfunktion (Kürbispräparate) |
| 5. Grippemittel | 19. Durchblutung, Gefäße (Gingko, Knoblauch) |
| 6. Kopfschmerz/Schmerz | 20. Halsschmerz |
| 7. Magensäure (Antiacida) | 21. Calcium |
| 8. oberes Respirationssystem | 22. Magnesium |
| 9. unteres Respirationssystem | 23. Nahrungsergänzung, Vitaminmittel |
| 10. Antimykotika | 24. Schlaf-/Beruhigungsmittel |
| 11. topische Rhinologika (Schnupfen) | 25. Tonika |
| 12. Apothekenkosmetik | 26. Venenmittel |
| 13. Hautreinigung | 27. topische Schmerzmittel |
| 14. Hautpflege | |



Keyfacts b4p und GfK medic*scope Panel

b4p	GfK medic*Scope
<ul style="list-style-type: none"> + Reichweiten: Zeitschriften, Tageszeitungen, Online, Apps, Social Media, Kino, TV, Plakat, Hörfunk + 2.700 Marken, über 100 Produktbereiche + Integration von Zielgruppen-Modellen + Erhebung: Interview (CAPI/CASI) und Selbstausfüllbogen (schriftlich) + Grundgesamtheit: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in Privathaushalten im Inland (70,33 Mio.) + Stichprobe: Adress-Random (30.274 Befragte) + Feldzeit: Oktober 2012 bis März 2013 	<ul style="list-style-type: none"> + Daten zu Hintergründen des Erhalts bzw. Erwerbs von Präparaten und Gesundheitsprodukten (Verschreibung, Arztmuster, Selbstmedikation) + Erhebung der Daten mittels Tagebuch + Jährliche Abfrage zur Mediennutzung, Versicherungs- und Gesundheitsstatus etc. + Grundgesamtheit: private deutsche Einkaufsbevölkerung ab 20 Jahren + Panelgröße: ca. 20.000 Personen + Feldzeit: Durchgehend berichtende Masse für Oktober 2011 bis Sep 2013

