

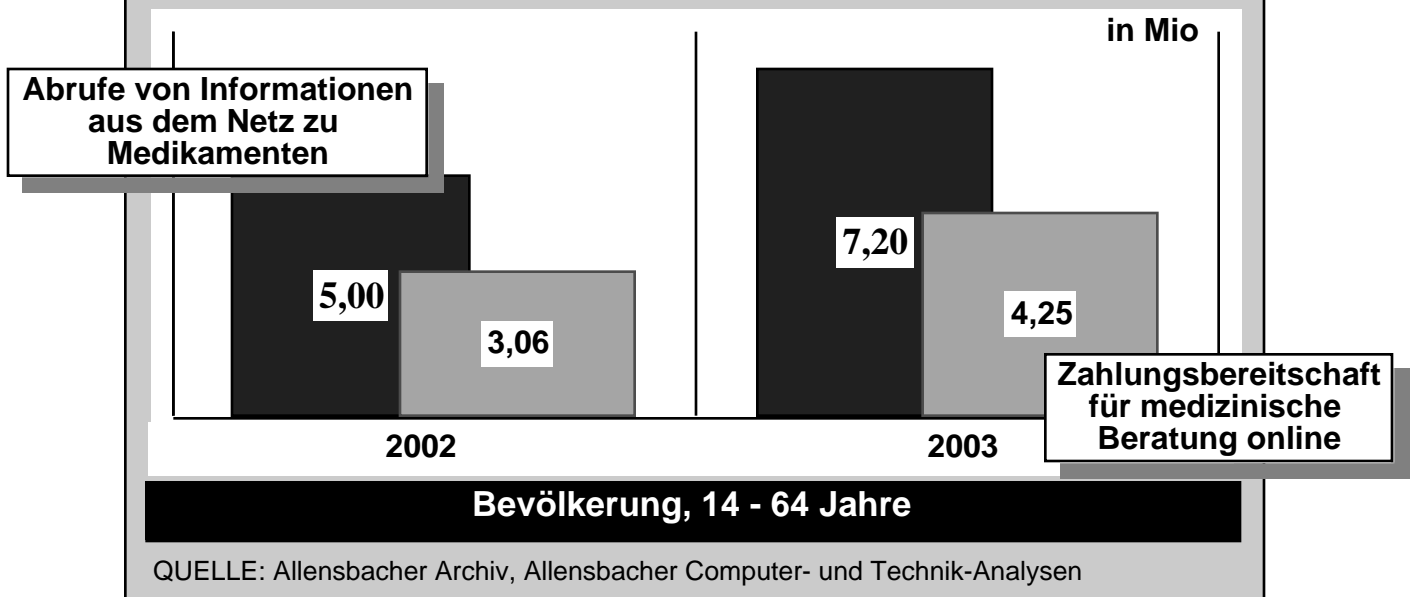
2003 / Nr. 22

GESUNDHEIT AUS DEM NETZ **Das Internet entwickelt sich jetzt auch als Markt für Medikamente**

Allensbach am Bodensee, Ende Oktober 2003 - Die rund 22.000 Apotheken in Deutschland werden in naher Zukunft immer mehr Konkurrenz aus dem Internet bekommen. Denn immer mehr Menschen suchen nicht mehr allein beim Arzt oder Apotheker Rat, wenn es um Gesundheit, Krankheiten oder die Wirkungen und Nebenwirkungen von Medikamenten geht, sondern nutzen dazu das weltweite Netz. Allein im letzten Jahr ist in Deutschland die Zahl derjenigen, die Informationen zu Medikamenten aus dem Internet abrufen, von 5 auf 7,2 Millionen angewachsen. Zugleich ist auch die Zahlungsbereitschaft für medizinischen Rat aus dem Internet unter den Online-Nutzern auf beachtliche Weise größer geworden. Während vor einem Jahr erst rund 3 Millionen bereit waren, für solche medizinische Beratung Geld auszugeben, erklären sich jetzt 4,25 Millionen dazu bereit.

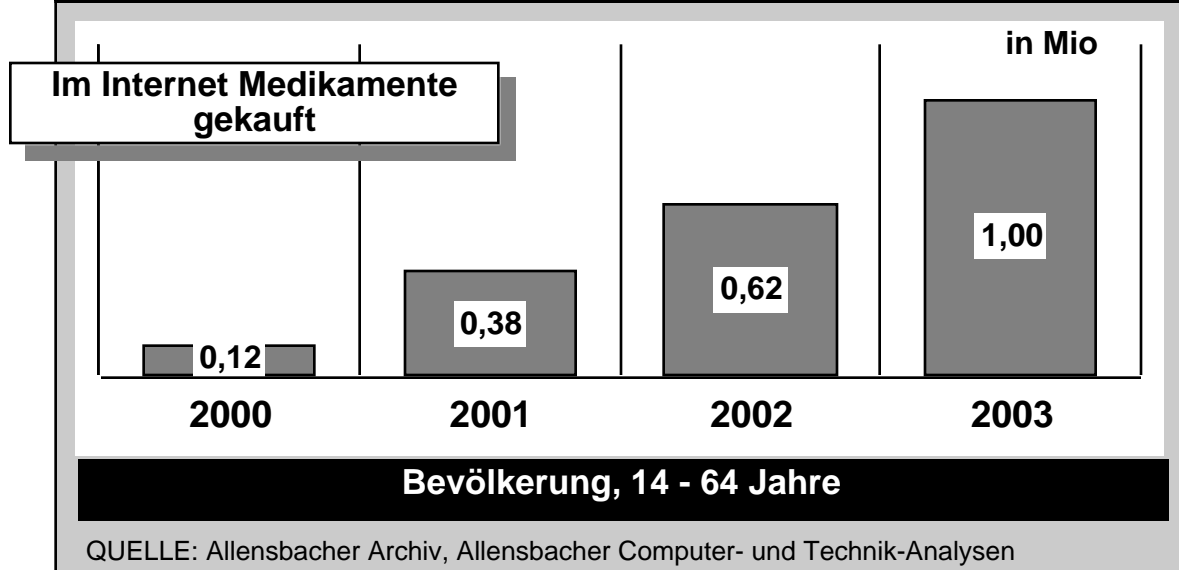
www.ifd-allensbach.de
Porträt des Instituts - Leistungsspektrum - Aktuelle Studien
www.acta-online.de
Allensbacher Computer- und Technik-Analyse

Gesundheit aus dem Netz 1

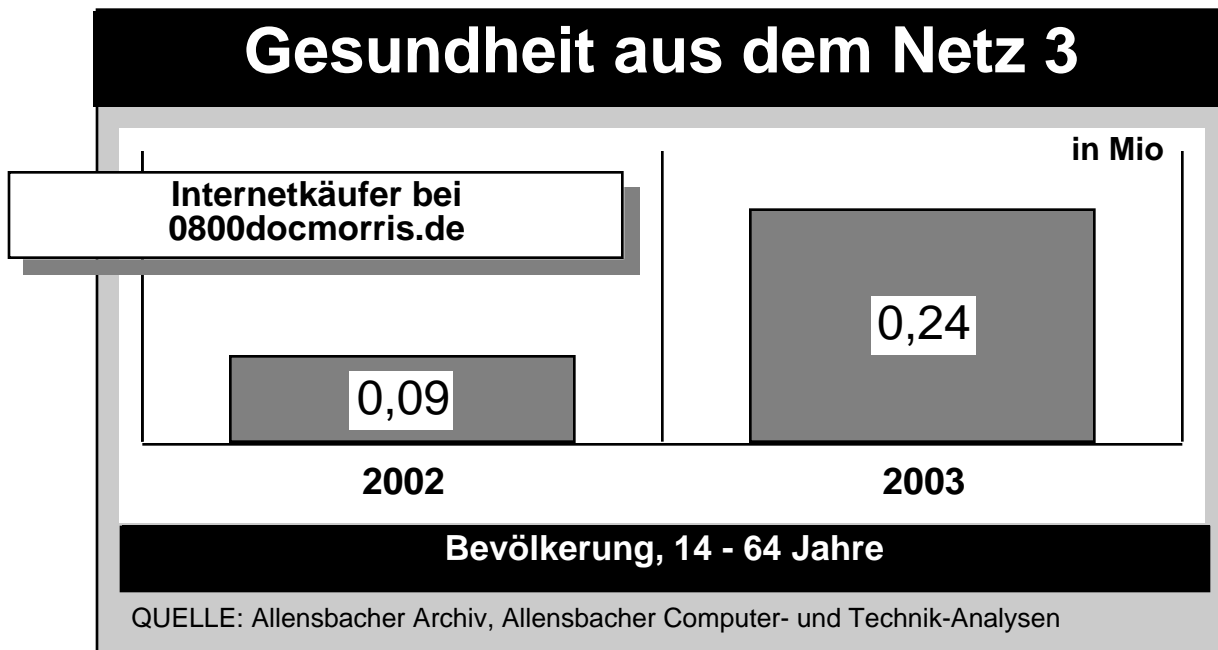


Auch die Bestellungen und Käufe von Medikamenten per Internet haben in den letzten Jahren deutlich zugenommen. Noch vor drei Jahren hatten erst rund 120.000 Personen schon einmal per online Medikamente gekauft. Die neuen Daten der Allensbacher Computer- und Technik-Analyse ACTA 2003 zeigen, daß sich diese Zahl inzwischen auf 1 Mio. mehr als verachtfacht hat.

Gesundheit aus dem Netz 2



Eine der Hauptadressen für solche Bestellungen aus dem medizinischen Bereich ist die von Holland aus agierende Internetapotheke 0800docmorris.de, die inzwischen exakt ein Viertel aller Internetapothekenkunden aus diesem Bereich für sich gewinnen konnte.



UNTERSUCHUNGSSTECKBRIEF

Methodische

Gesamtverantwortung:

Institut für Demoskopie Allensbach

Grundgesamtheit:

Deutsche Bevölkerung zwischen 14 und 64 Jahre in Privathaushalten am Ort der Hauptwohnung

	Gesamt- Deutschland	Deutschland West mit West-Berlin	Deutschland-Ost mit Ost-Berlin
	Mio.	Mio.	Mio.
Insgesamt	50,74	40,26	10,48
Männer	25,38	20,07	5,31
Frauen	25,36	20,19	5,17

Stichprobe:

Nach dem Quoten-Auswahlverfahren angelegte Personenstichprobe
10.424 Befragte insgesamt

Disproportionaler Stichprobenansatz zur Vergrößerung der Fallzahlen im überdurchschnittlich marktaktiven Segment der 14- bis unter 45jährigen.

Ungewichtete Fallzahlen		Gewichtete Fallzahlen
10.424	Befragte insgesamt	10.424
7.572	14 bis 44 Jahre	6.229
2.852	45 bis 64 Jahre	4.195
8.303	Deutschland West	8.270
2.121	Deutschland Ost	2.154
5.200	Männer	5.215
5.224	Frauen	5.209
5.995	Online-Nutzer	5.801
4.429	Nicht-Online-Nutzer	4.623

Durch faktorielle (iterative) Gewichtung wurden die Disproportionalität der Stichprobe aufgehoben (Proportionalisierung) und die Werte den Zahlen der amtlichen Statistik, wie sie auch in der AWA 2003 eingestellt wurden, angeglichen (Redressment).

Anpassung der Medienreichweiten:

Die Reichweiten der Printmedien, der Fernsehsender und des Kinobesuchs der ACTA 2003 wurden von ISBA, Informatik-Service-Gesellschaft mbH, Hamburg, nach dem WISA-Verfahren an die Ergebnisse der AWA 2003 angepaßt.

Untersuchungszeitraum:

Januar bis August 2003
Die Feldarbeit wurde ausschließlich von geschulten Interviewern des Instituts für Demoskopie Allensbach durchgeführt.

Berichterstattung:

ACTA 2003 Allensbacher Computer- und
Technik-Analyse

Basis-Berichtsband

Zusatzband Märkte (auf CD-ROM und Print-on-demand)

Zusatzband Medien (auf CD-ROM und Print-on-demand)

WICHTIGER HINWEIS:

Bei allen Zählungen aus der ACTA 2003 sind die in den Teilnahmebedingungen und im Codeplan festgelegten Regelungen zu beachten. Als Quelle ist "ACTA 2003" anzugeben.