

Einfluss von Qualität und Kosten beim Kauf medizinischer Produkte

Juli 2016



Impressum

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.

Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischer Form.

Eine Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.

Kontakt:

Michael Burkhart
PwC,
Leiter des Bereichs Gesundheitswesen und Pharma
Friedrich-Ebert-Anlage 37
60327 Frankfurt
Telefon: +49 69 9585-1977
E-Mail: michael.burkhart@de.pwc.com

Pressekontakt:

Sven Humann
PwC,
Market Communications
Friedrich-Ebert-Anlage 37
60327 Frankfurt
Telefon: +49 69 9585-2559
E-Mail: sven.humann@de.pwc.com

Agenda

1. Hintergrund und Untersuchungsansatz
2. Key Facts
3. Ergebnisse Bevölkerungsbefragung

Hintergrund und Untersuchungsansatz

1

Hintergrund und Untersuchungsansatz

Hintergrund

Der Berichtsband stellt die Ergebnisse einer Online-Umfrage zum Thema „**Einfluss von Qualität und Kosten auf den Kauf medizinischer Produkte**“ dar, die im Auftrag der PricewaterhouseCoopers AG WPG durchgeführt wurde.

Untersuchungsansatz

- Bundesbürger aus Deutschland ab 18 Jahren, bevölkerungsrepräsentativ
- Stichprobengröße: N (Deutschland) = 1.000
- Erhebungszeitraum: Mai / Juni 2016
- Setting: Online-Befragung
- Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet

Key Facts

2

Key Facts

Die **Empfehlung des Arztes** hat mit Abstand den größten Einfluss auf die Kaufentscheidung eines medizinischen Produktes (S.11).

Bei den meisten Kriterien, welche die Kaufentscheidung beeinflussen, zeigen sich **Geschlechterunterschiede** (S.12).

Mit 25% machen **die 65+-Jährigen den größten Anteil** derer aus, die der Empfehlung des Arztes große Bedeutung einräumen (S.13).

Empfehlungen aus Testberichten und Qualitätstests haben großen Einfluss auf diejenigen, die das teuerste Produkt kaufen würden (S.14).

Über die Hälfte der Befragten würde ein medizinisches Produkt der **mittleren Preisklasse** wählen, wenn keine weitere Informationen bis auf den Preis vorliegen. Sie nehmen an, dass dies das Produkt mit dem **besten Preis-Leistungsverhältnis** ist (S.15).

Key Facts

Beim Kauf eines **Nachahmerproduktes** spielt das **Einsparungspotenzial** eine Rolle (S.16): Ein **Fünftel der Befragten** würde bereits bei einem Preisnachlass von bis zu 25% zum Nachahmerprodukt greifen (S.17).

Beim Kauf von Nachahmerprodukten zeigt sich ein Geschlechterunterschied (S. 18).

Bei **verschreibungspflichtigen** medizinischen Produkten legen die Befragten großen Wert **auf Originalprodukte**. Gerade bei verschreibungspflichtigen **medizinischen Geräten** sind Originalprodukte nochmals wichtiger (S.19).

Frauen legen bei **verschreibungspflichtigen Medikamenten** und Geräten mehr Wert auf Originalprodukte als Männer (S.20).

Über die Hälfte der Befragten geht davon aus, dass sie beim Kauf von **Originalprodukten** die Sicherheit haben, dass **die Qualität der Arznei** stimmt (S.21).

Key Facts

Über **drei Viertel derjenigen**, die **immer das Originalprodukt** kaufen, sind von dessen Qualität überzeugt (S.22).

Qualität und hochwertige Herstellung sind nach Meinung der Befragten nicht unbedingt zusammenhängende Kriterien (S.23).

Frauen vertrauen Originalprodukten, die sie aus ihrer Kindheit kennen, häufiger **als Männer** (S.24).

Es zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen **niedrigen und hohen Altersklassen** bei der **Rolle der Verpackung** (S.25).

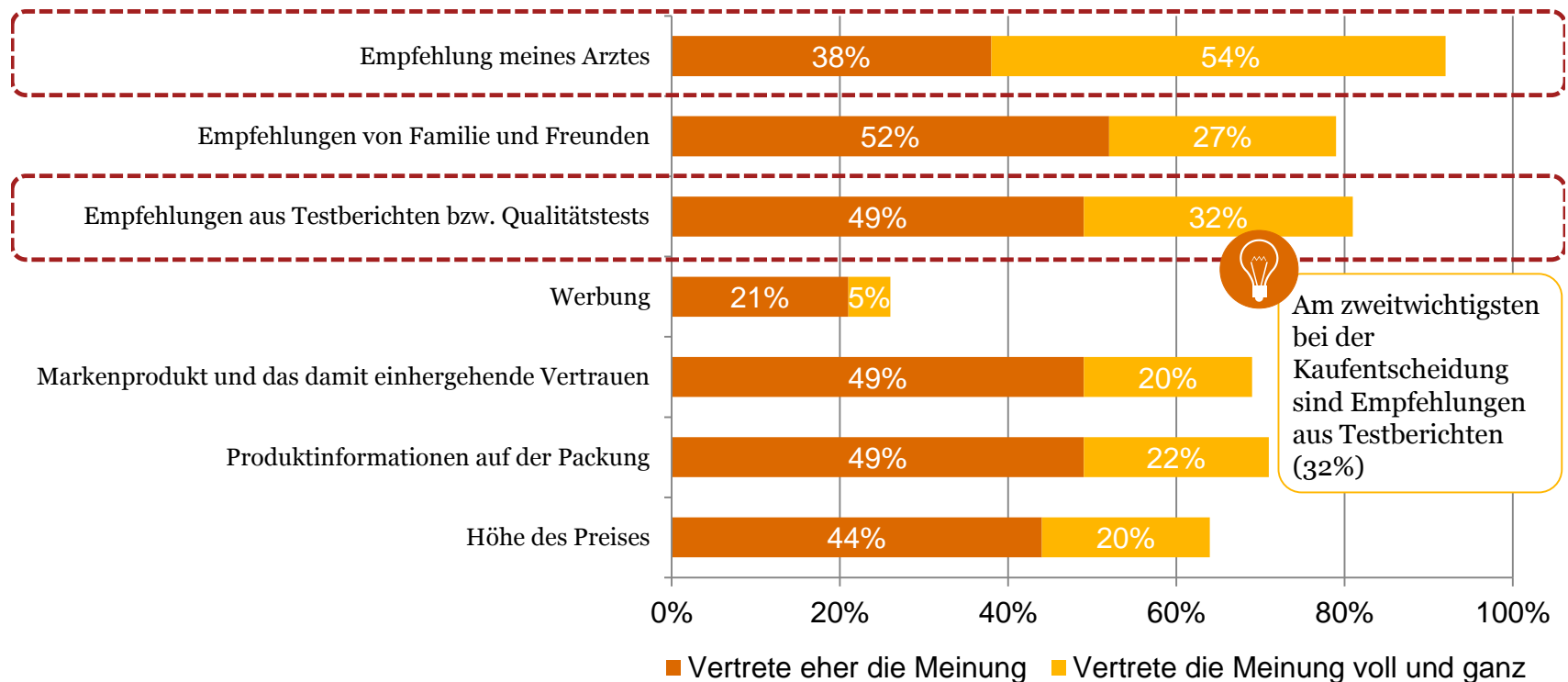
Über 80% der Befragten sehen **Generika als eine gute und preisgünstige Alternative** zu Originalprodukten. Hier zeigt sich ein **Anstieg der Zustimmung** mit zunehmendem Alter (S.26).

Fast die Hälfte der Befragten **informiert sich bei OTC Medikamenten vorab**, lässt sich aber **zusätzlich in der Apotheke beraten** und trifft erst vor Ort eine Entscheidung (S.27).

Ergebnisse Bevölkerungsbefragung

3

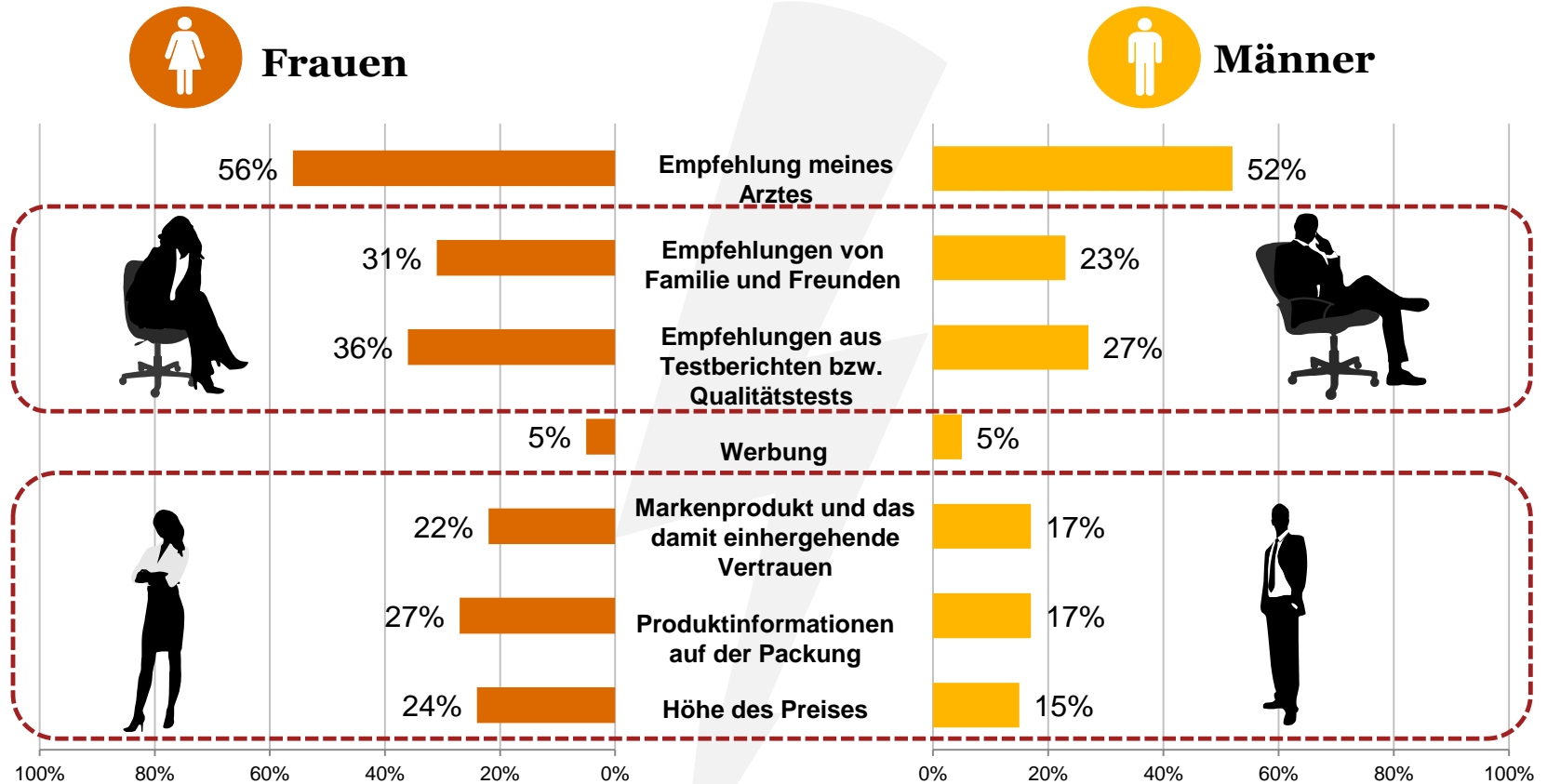
Die Empfehlung des Arztes hat mit 54% über alle Befragten hinweg den größten Einfluss auf die Kaufentscheidung



Darstellung: Wert „4“ und „3“ für jede Antwort

F1: Sie möchten ein medizinisches Produkt kaufen. Bitte bewerten Sie den Einfluss folgender Kriterien bei Ihrer Kaufentscheidung. 1=Vertrete die Meinung gar nicht | 4 = Vertrete die Meinung voll und ganz | Basis: Alle Befragten N= 1.000

Bei den meisten Kriterien zeigen sich Geschlechterunterschiede



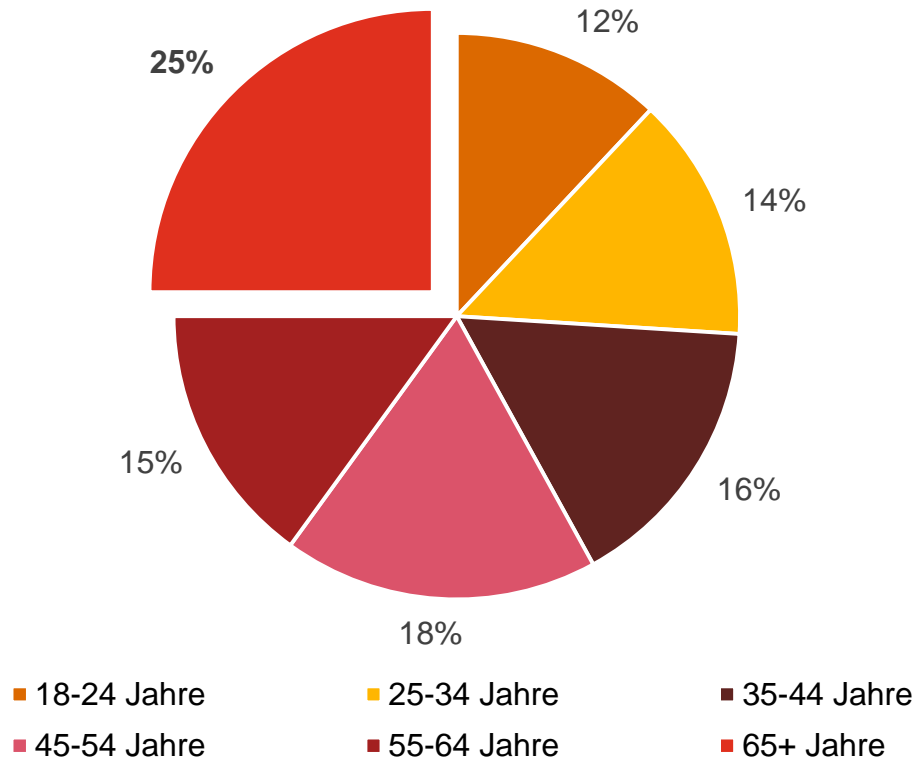
Darstellung: Wert „4“ für jede Antwort

F5: Sie möchten ein medizinisches Produkt kaufen. Bitte bewerten Sie den Einfluss folgender Kriterien bei Ihrer Kaufentscheidung. 1=Vertrete die Meinung gar nicht | 4 = Vertrete die Meinung voll und ganz | Basis: Alle Befragten N= 1.000

In der höchsten Altersgruppe ist der Einfluss des Arztes am stärksten vertreten



Der Anteil der Befragten, die der Empfehlung des Arztes große Bedeutung einräumen, ist bei den **65+-Jährigen mit einem Viertel** am größten.



Darstellung: Wert „4“ auf die Antwort „Empfehlung meines Arztes“

F1: Sie möchten ein medizinisches Produkt kaufen. Bitte bewerten Sie den Einfluss folgender Kriterien bei Ihrer Kaufentscheidung. 1=Vertrete die Meinung gar nicht | 4 = Vertrete die Meinung voll und ganz | Basis: Alle Befragten N= 1.000

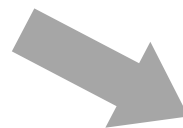
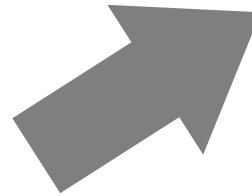
Empfehlungen aus Berichten und Tests haben großen Einfluss auf diejenigen, die das teuerste Produkt kaufen würden



Schneiden teure Produkte bei Qualitätstests besser ab?



„Ich entscheide mich für das teuerste Produkt, da ein hoher Preis für mich für ein qualitativ hochwertiges Produkt steht.“



Werte 1+2

93%

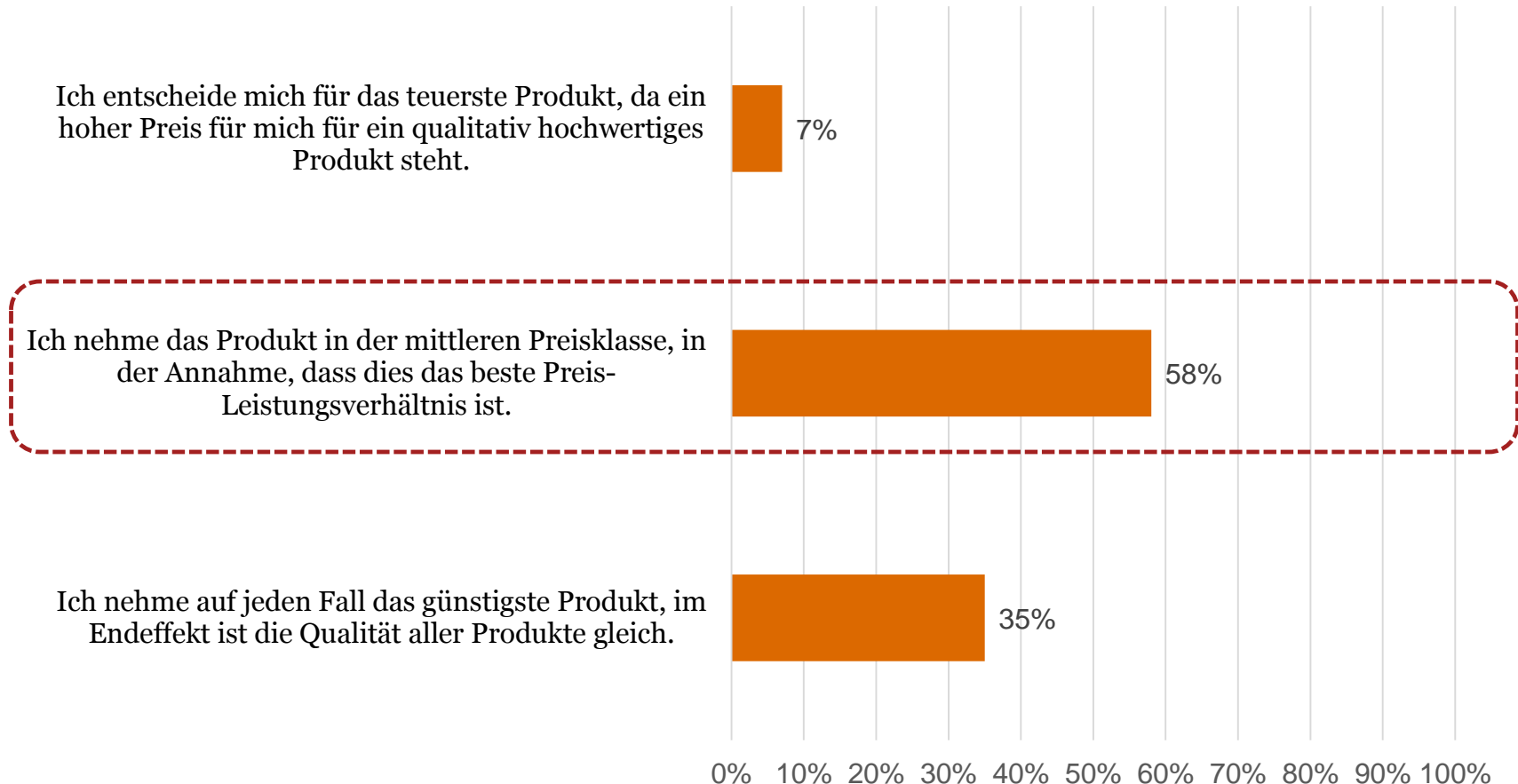
Werte 3+4

7%

Darstellung: Alle Werte auf die Antwort „Empfehlungen aus Testberichten bzw. Qualitätstests.“

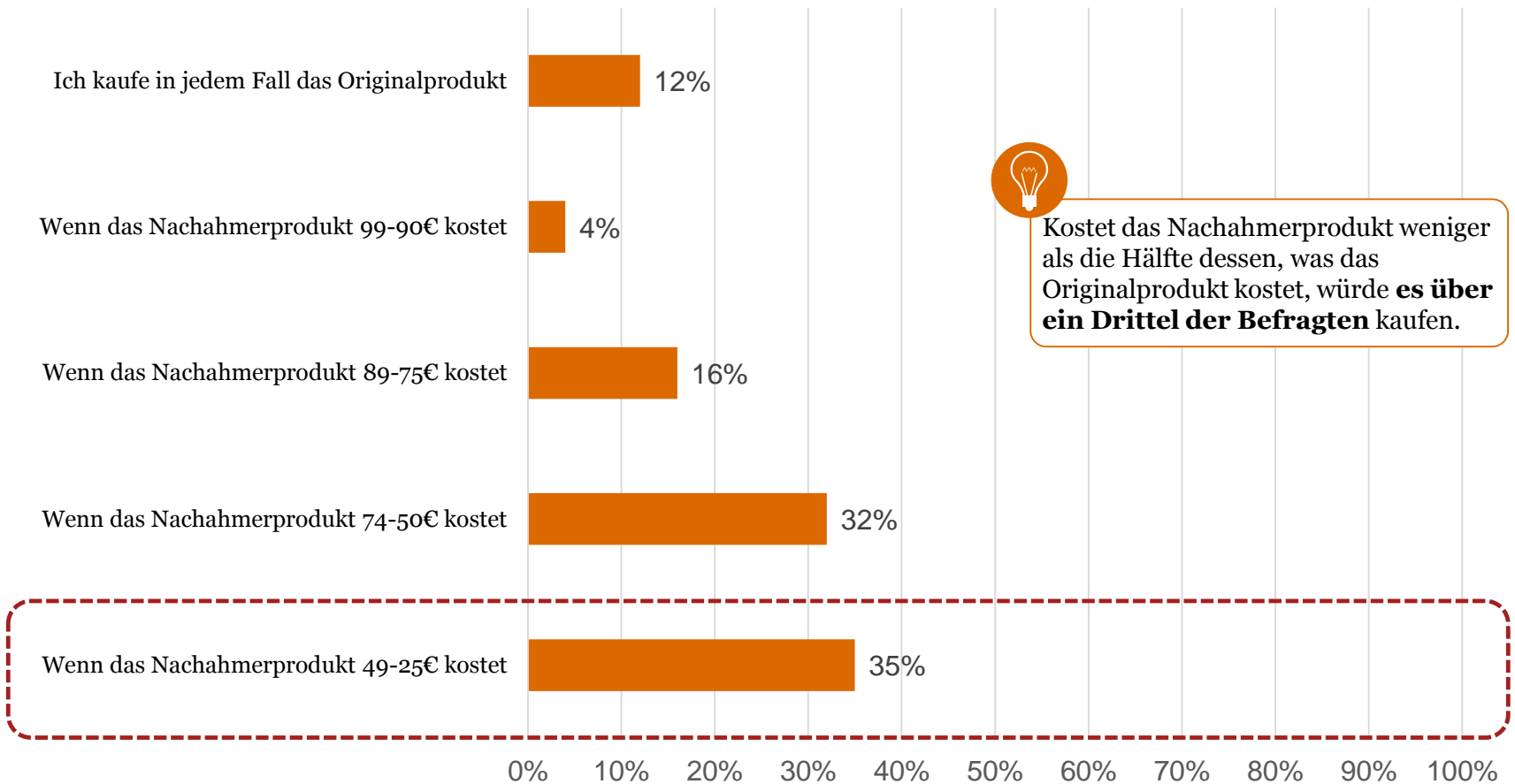
F1: Sie möchten ein medizinisches Produkt kaufen. Bitte bewerten Sie den Einfluss folgender Kriterien bei Ihrer Kaufentscheidung. 1=Vertrete die Meinung gar nicht | 4 = Vertrete die Meinung voll und ganz | Basis: Alle Befragten N= 1.000

58% der Befragten würden ein medizinisches Produkt der mittleren Preisklasse wählen



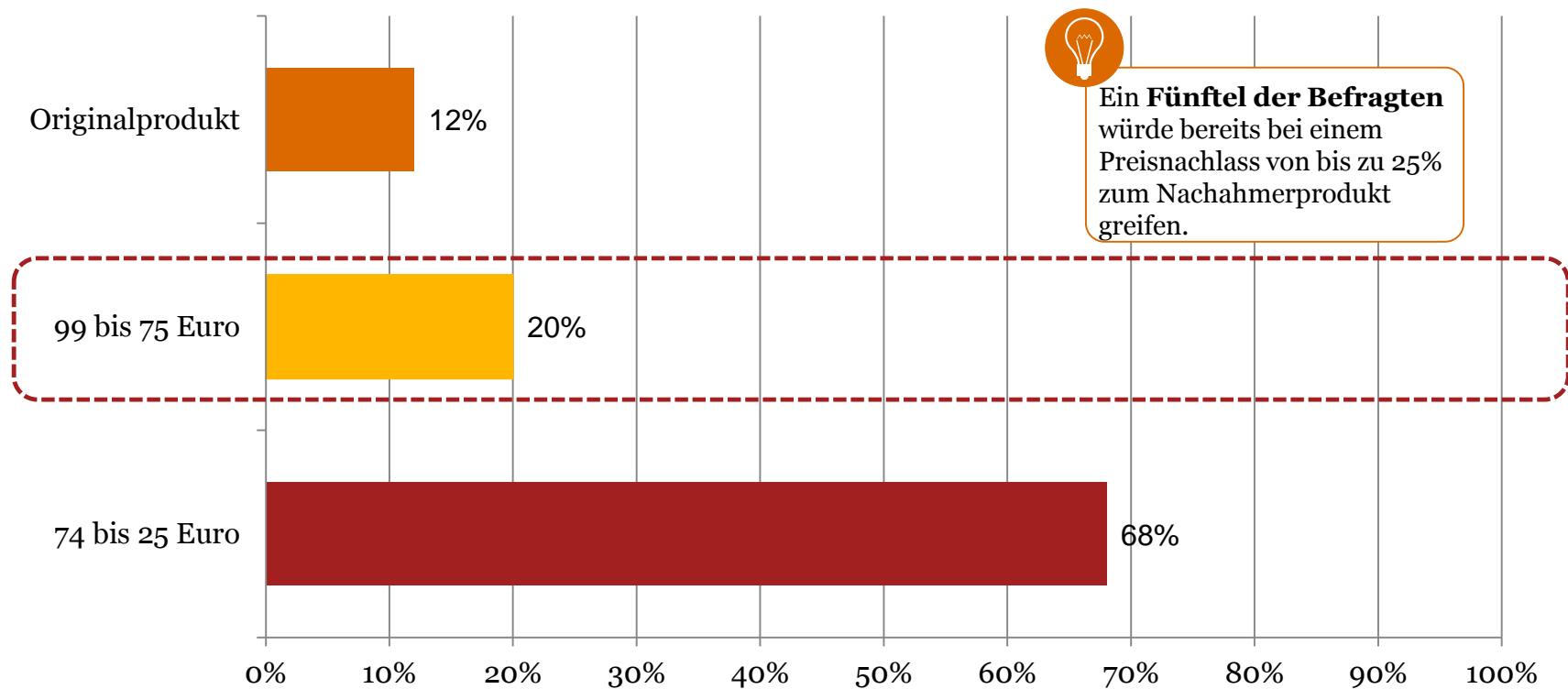
F2: Nehmen wir an, es liegen keine der genannten Kriterien bis auf den Preis vor. Wie entscheiden Sie sich beim Produktlauf?. | Basis: Alle Befragten N= 1.000

Beim Kauf eines Nachahmerprodukten spielt das Einsparungspotenzial eine Rolle



F3: Nehmen wir an, das Originalprodukt kostet 100€. In welchem Fall würden Sie auf ein Nachahmerprodukt zurückgreifen, was laut Apotheke die gleiche Wirkung hat? | Basis: Alle Befragten N= 1.000

Beim Kauf eines Nachahmerprodukten spielt das Einsparungspotenzial eine Rolle

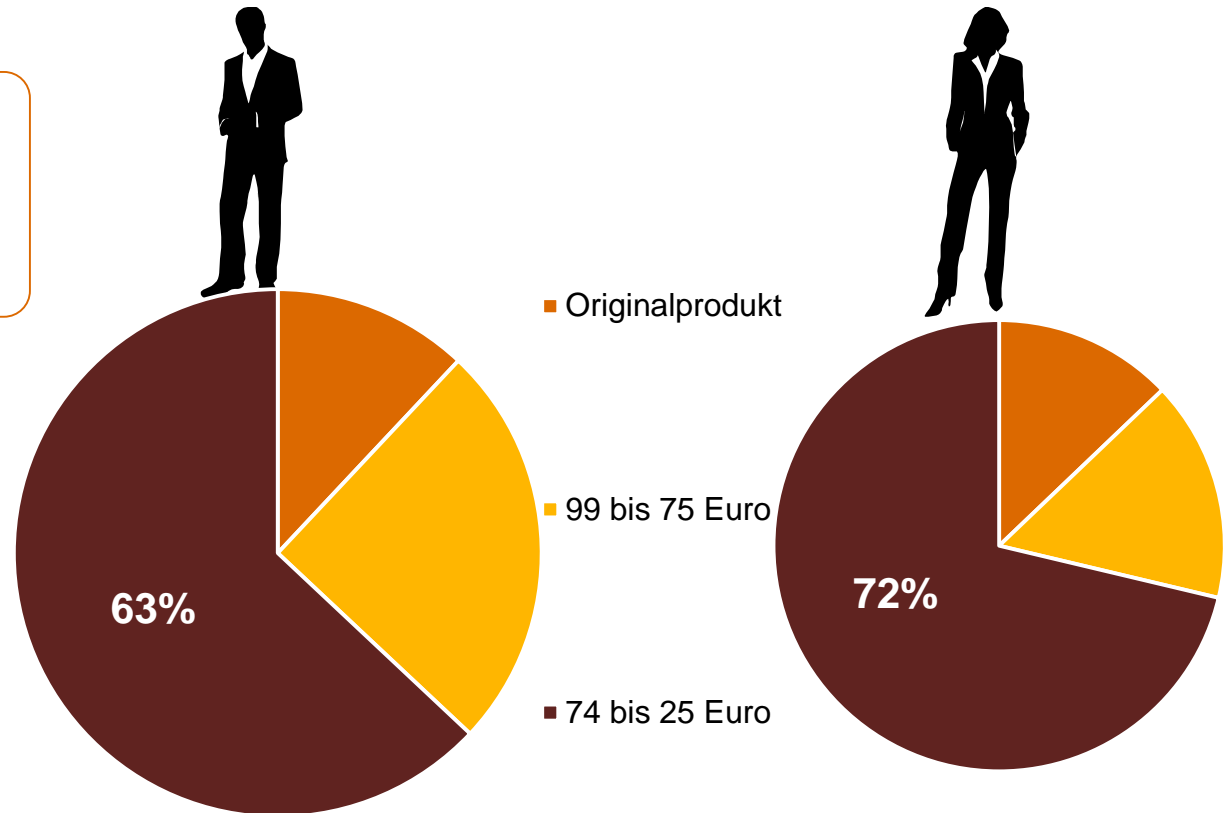


F3: Nehmen wir an, das Originalprodukt kostet 100€. In welchem Fall würden Sie auf ein Nachahmerprodukt zurückgreifen, was laut Apotheke die gleiche Wirkung hat? | Basis: Alle Befragten N= 1.000

...jedoch gibt es hier einen Unterschied zwischen den Geschlechtern:

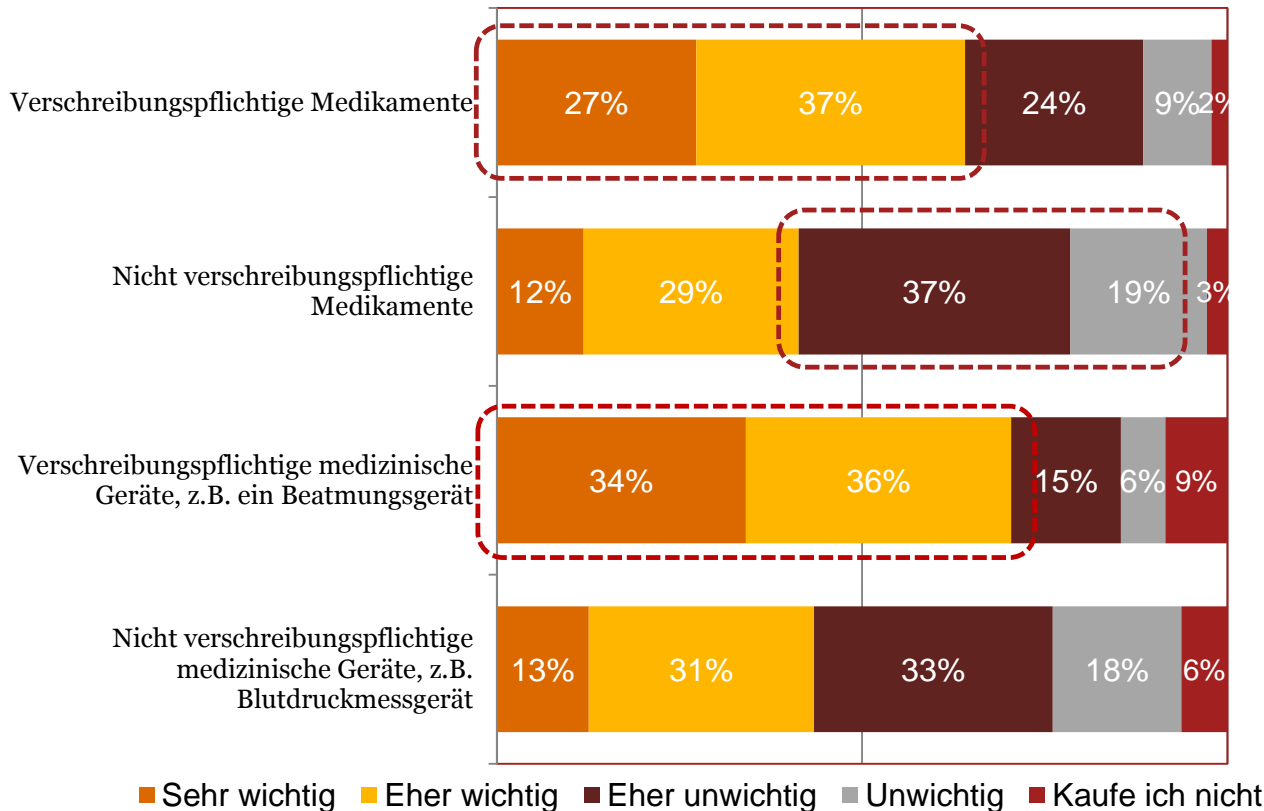


Während **72% der Frauen** bei einem Preisnachlass von mehr als 25% ein Nachahmerprodukt kaufen würden, sind dies **bei Männern 63%**



F3: Nehmen wir an, das Originalprodukt kostet 100€. In welchem Fall würden Sie auf ein Nachahmerprodukt zurückgreifen, was laut Apotheke die gleiche Wirkung hat? | Basis: Alle Befragten N= 1.000

Über die Hälfte der Befragten greift zu Originalprodukten bei verschreibungspflichtigen Medikamenten



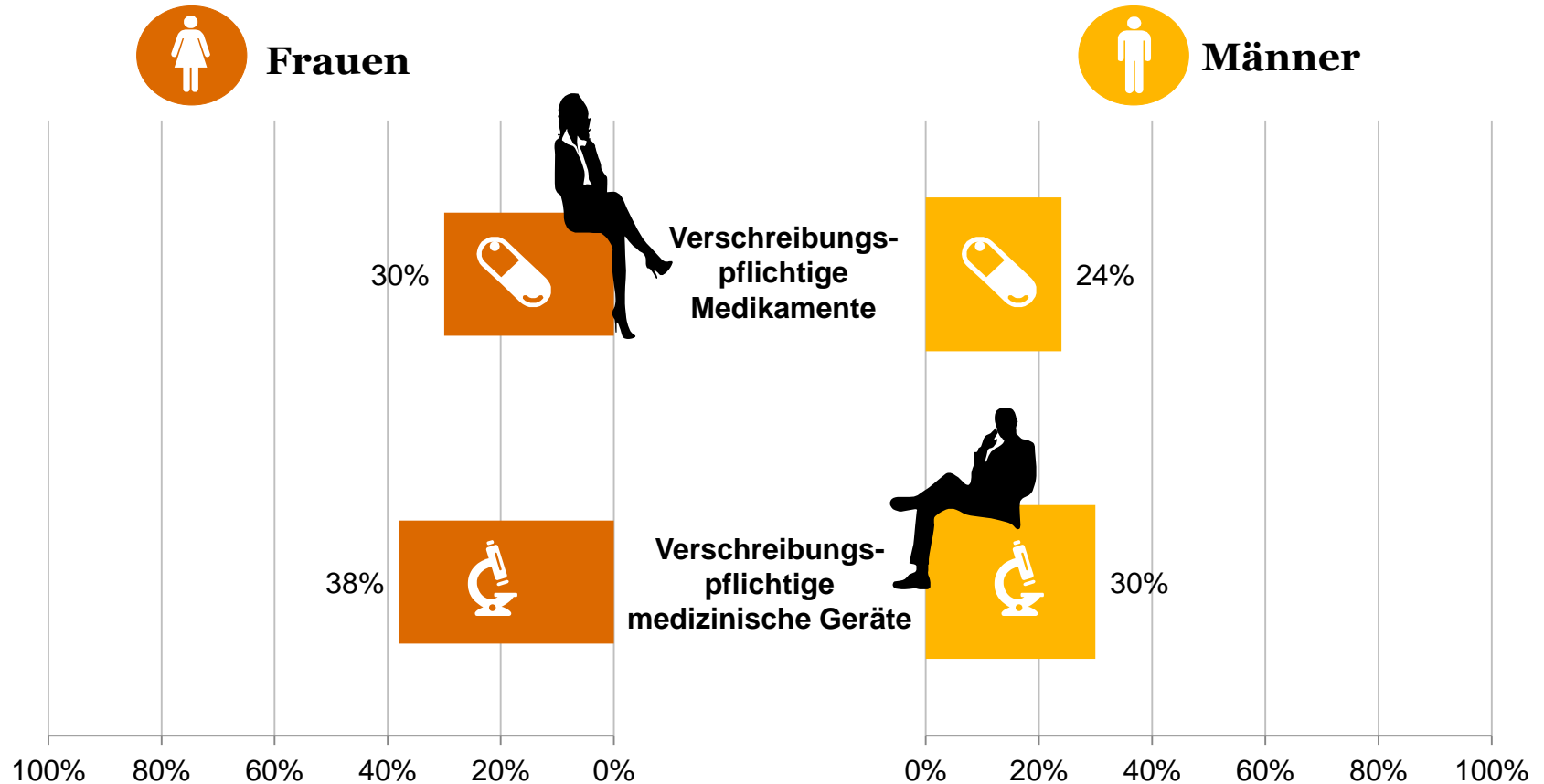
Bei nicht verschreibungspflichtigen Medikamenten wird **kein besonderer Wert auf Originalprodukte** gelegt (56%)



Fast 3/4 der Befragten (70%) stufen Originalprodukte bei verschreibungspflichtigen, medizinischen Geräten, als zumindest "eher wichtig" ein.

F4: Wie wichtig sind Ihnen Originalprodukte beim Kauf der folgenden Produktkategorien? 1 = sehr wichtig 4 = Unwichtig | Basis: Alle Befragten N= 1.000

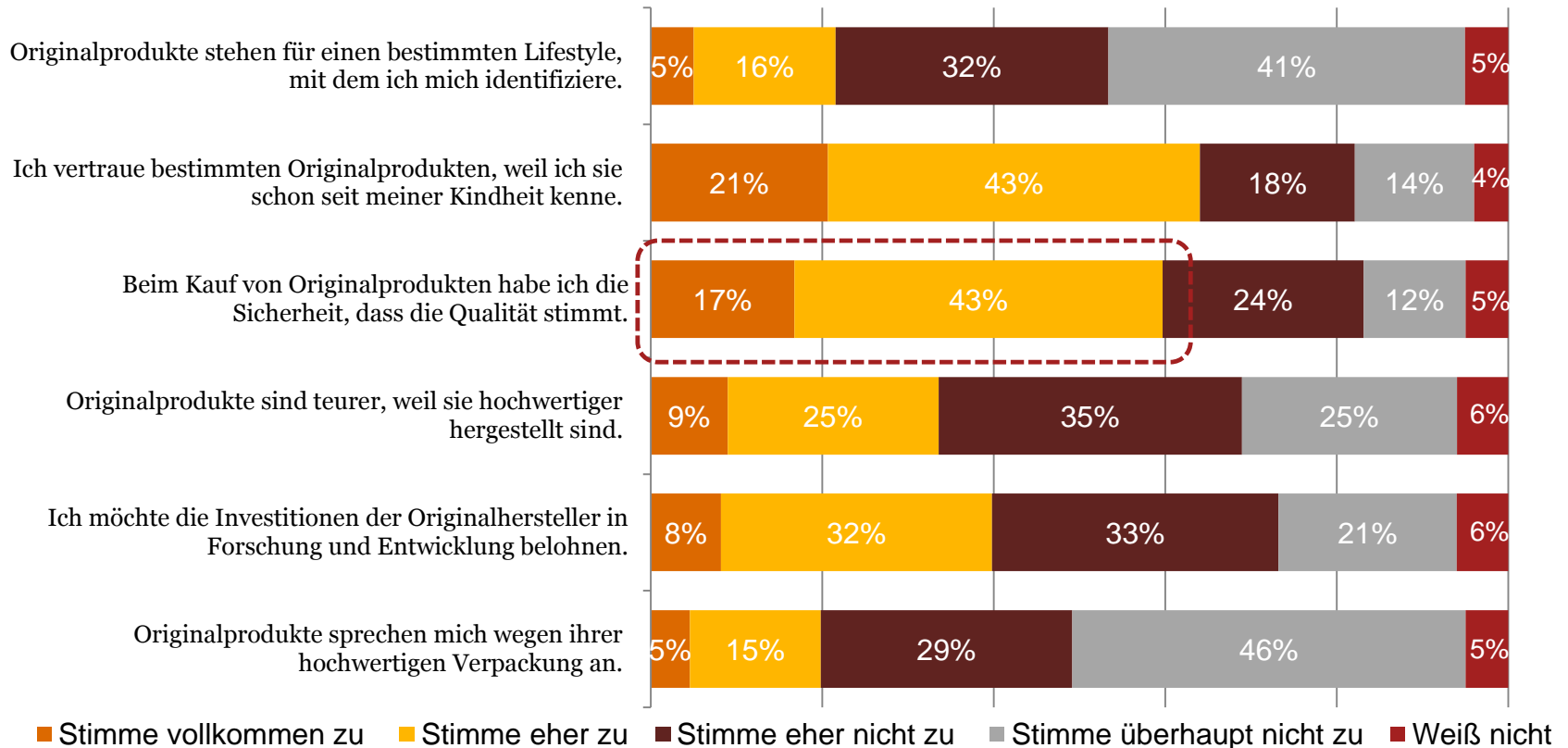
Frauen legen bei verschreibungspflichtigen Medikamenten und Geräten mehr Wert auf Originalprodukte als Männer



Darstellung: Wert „1“ auf Item „Verschreibungspflichtige Medikamente“ und „Verschreibungspflichtige medizinische Geräte [...]“

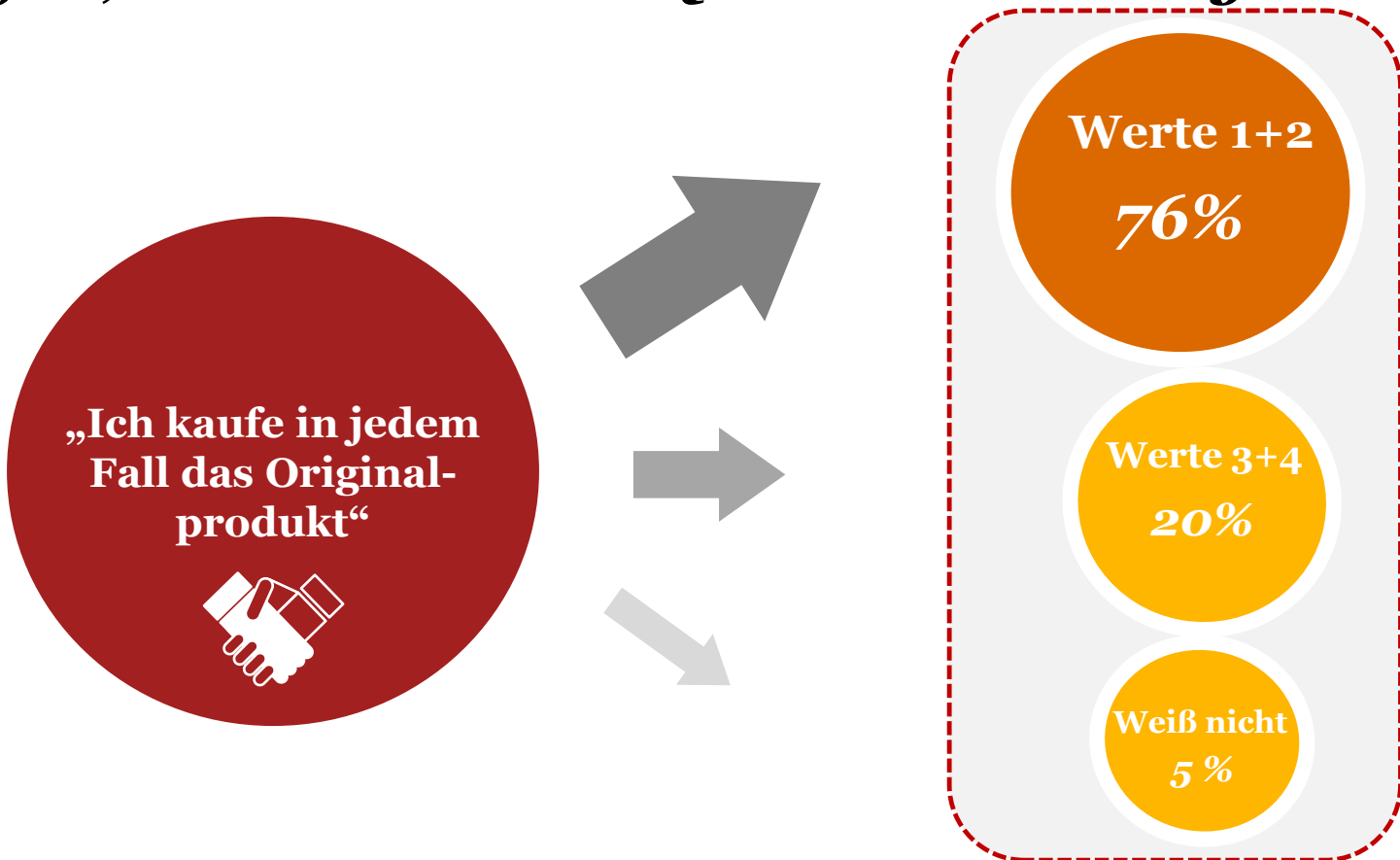
F4: Wie wichtig sind Ihnen Originalprodukte beim Kauf der folgenden Produktkategorien? 1 = sehr wichtig 4 = Unwichtig | Basis: Alle Befragten N= 1.000

Originalprodukte geben über der Hälfte der Befragten die Sicherheit, dass die Qualität der Arznei stimmt.



F5: Welchen der folgenden Aussagen zu Originalprodukten stimmen Sie zu? 1 = Stimme vollkommen zu 4 = Stimme überhaupt nicht zu | Basis: Alle Befragten N= 1.000

76% derjenigen, die immer das Originalprodukt kaufen, sind von dessen Qualität überzeugt



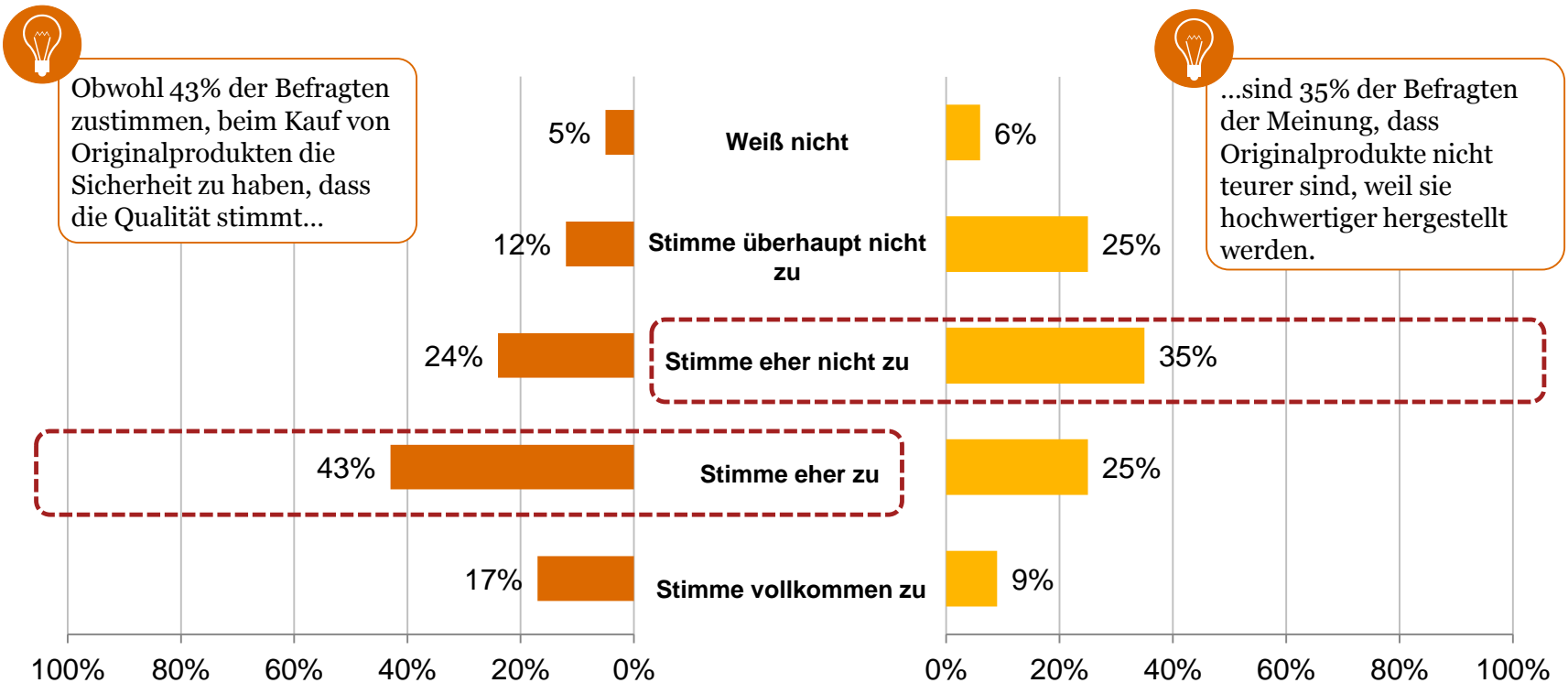
Darstellung: Alle Werte auf Antwort „Beim Kauf von Originalprodukten habe ich die Sicherheit, dass die Qualität stimmt.“

F5. Welchen der folgenden Aussagen zu Originalprodukten stimmen Sie zu? 1 = Stimme vollkommen zu 4 = Stimme überhaupt nicht zu | Basis: Alle Befragten N= 1.000

Qualität und hochwertige Herstellung sind nach Meinung der Befragten nicht unbedingt zusammenhängende Kriterien

„Beim Kauf von Originalprodukten habe ich die Sicherheit, dass die Qualität stimmt“

„Originalprodukte sind teurer, weil sie hochwertiger hergestellt werden“

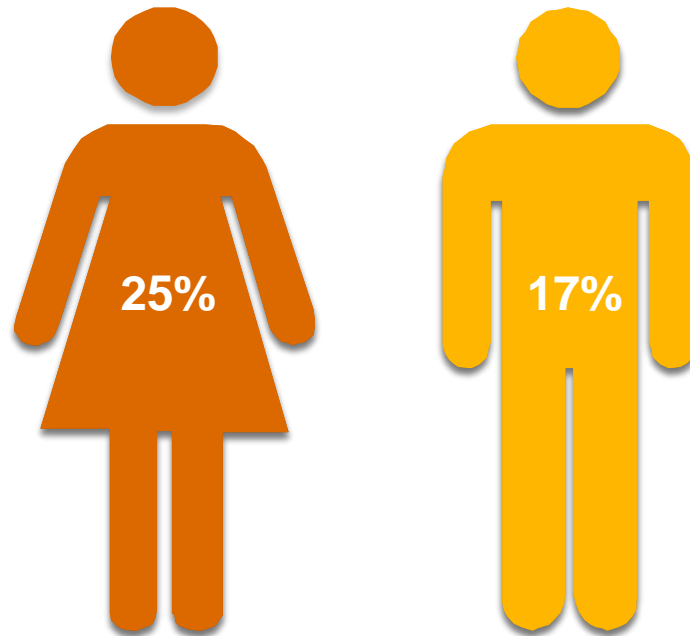


Obwohl 43% der Befragten zustimmen, beim Kauf von Originalprodukten die Sicherheit zu haben, dass die Qualität stimmt...

...sind 35% der Befragten der Meinung, dass Originalprodukte nicht teurer sind, weil sie hochwertiger hergestellt werden.

F5: Welchen der folgenden Aussagen zu Originalprodukten stimmen Sie zu? 1 = Stimme vollkommen zu 4 = Stimme überhaupt nicht zu | Basis: Alle Befragten N= 1.000

„Ich vertraue bestimmten Originalprodukten, weil ich sie schon seit meiner Kindheit kenne.“

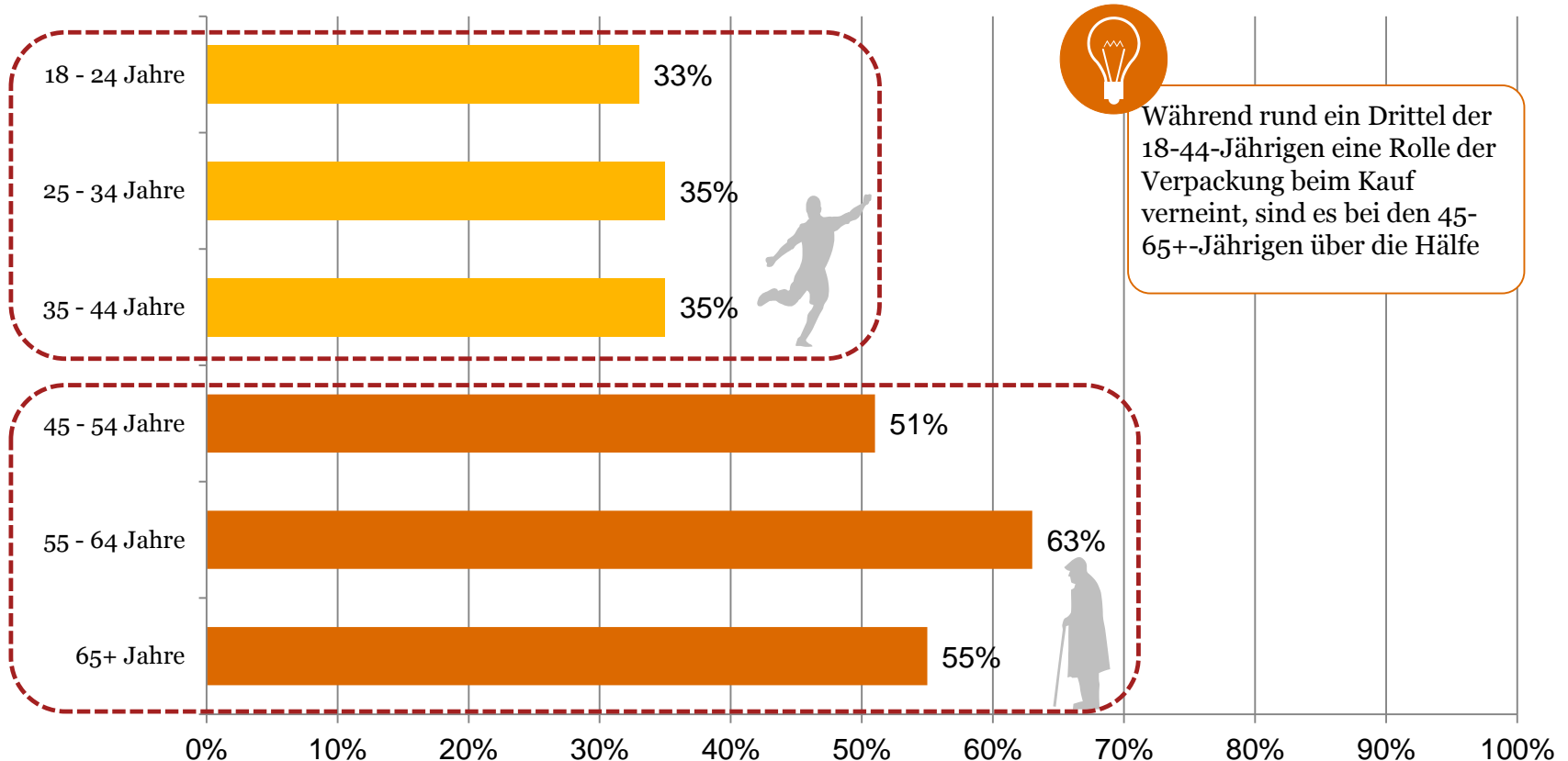


Tendenziell vertrauen Frauen im Gegensatz zu Männern eher auf Originalprodukte, die sie aus ihrer Kindheit kennen.

Darstellung: Wert „1“ auf Antwort „weil ich sie schon seit meiner Kindheit kenne“

F5: Welchen der folgenden Aussagen zu Originalprodukten stimmen Sie zu? 1 = Stimme vollkommen zu 4 = Stimme überhaupt nicht zu | Basis: Alle Befragten N= 1.000

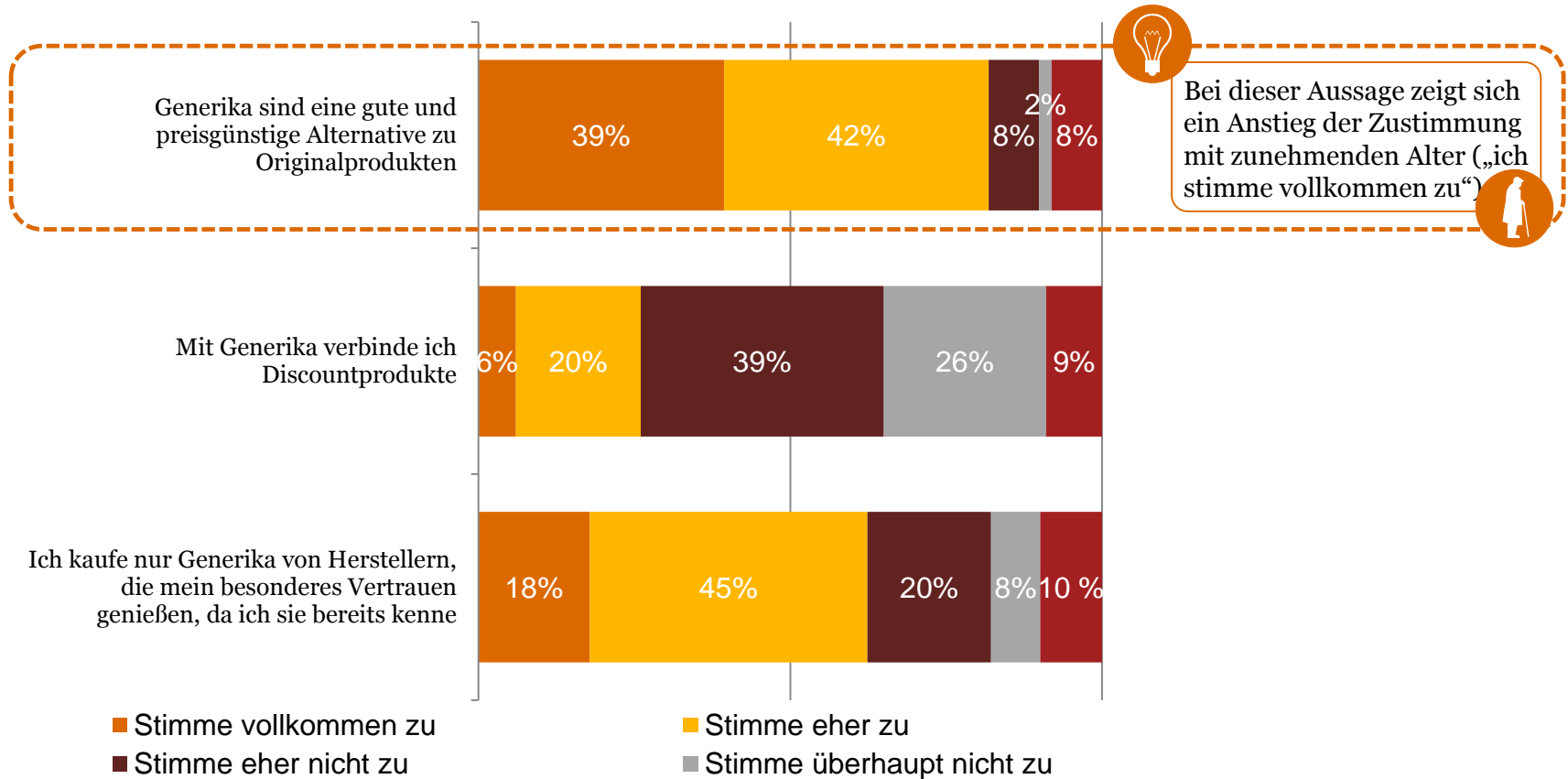
Deutlicher Unterschied zwischen niedrigen und hohen Altersklassen bei der Rolle der Verpackung



Darstellung: Wert „4“ auf Antwort „Originalprodukte sprechen mich wegen ihrer hochwertigen Verpackung an.“

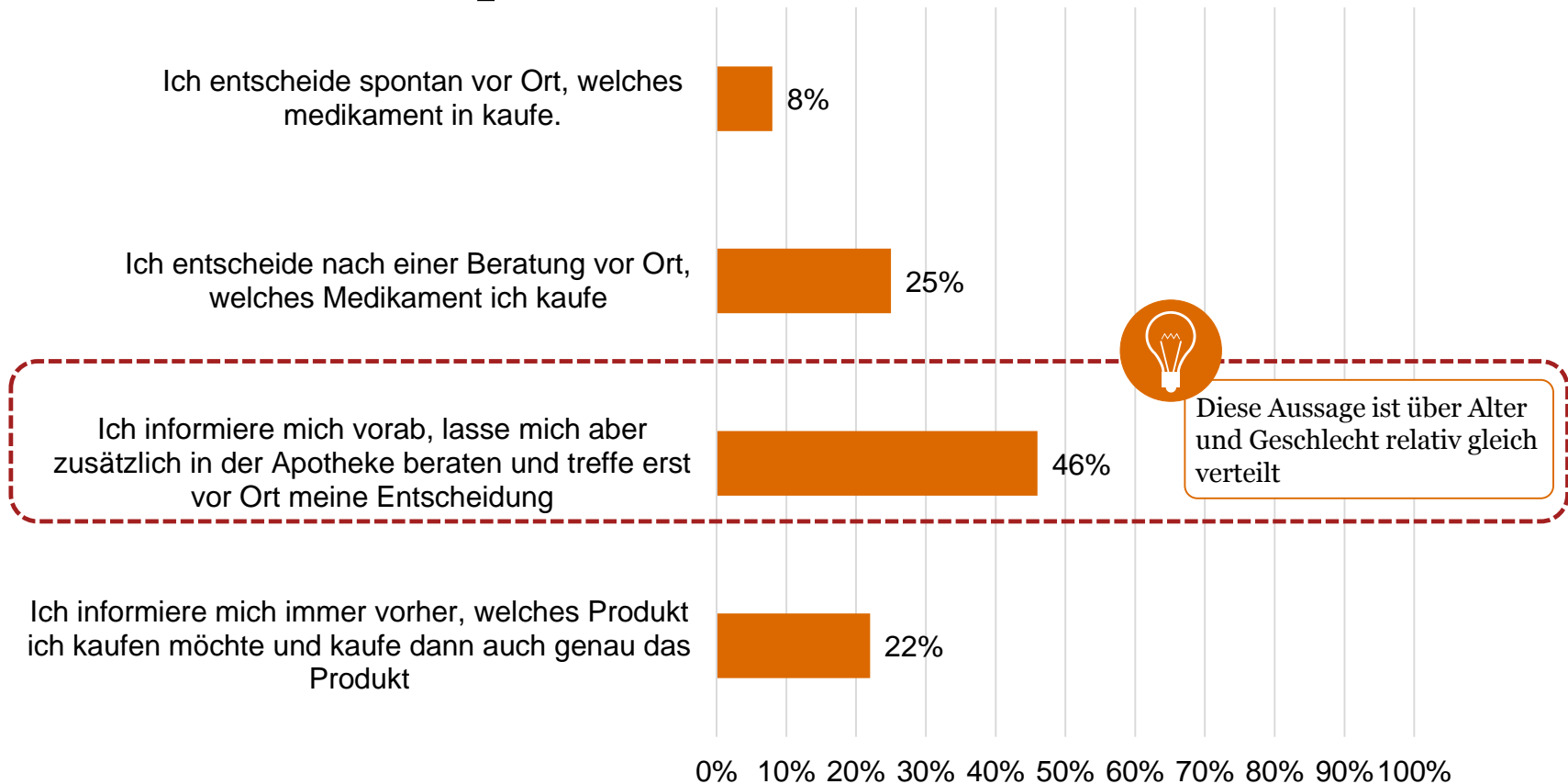
F5: Welchen der folgenden Aussagen zu Originalprodukten stimmen Sie zu? 1 = Stimme vollkommen zu 4 = Stimme überhaupt nicht zu | Basis: Alle Befragten N= 1.000

Über 80% der Befragten stimmen zu, dass Generika eine gute und preisgünstige Alternative zu Originalprodukten sind



F6: Welchen der folgenden Aussagen zu Generika stimmen Sie zu? 1 = Stimme vollkommen zu 4 = Stimme überhaupt nicht zu | Basis: Alle Befragten N= 1.000

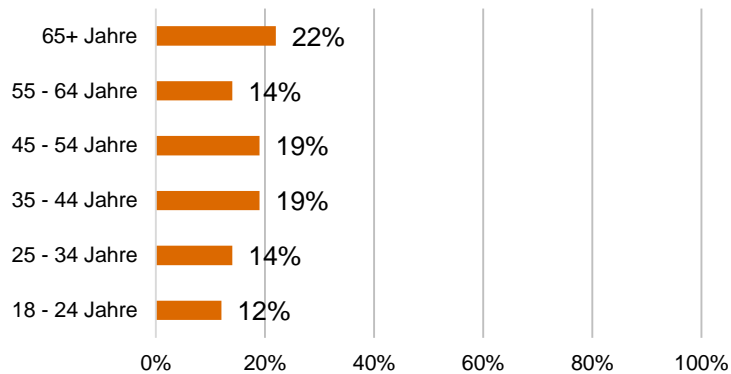
46% der Befragten informieren sich über medizinische Produkte, die sie kaufen wollen, vorab und lassen sich zusätzlich in der Apotheke beraten



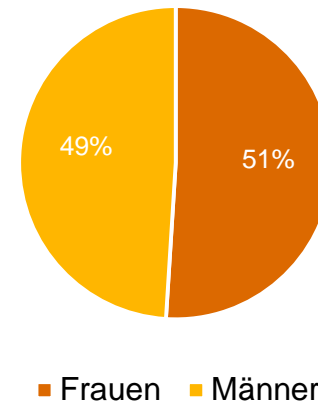
F7: Informieren Sie sich bei OTC Medikamenten in der Regel gezielt vorher oder entscheiden Sie sich eher spontan in der Apotheke, welches Produkt sie wählen? | Basis: Alle Befragten N= 1.000

Soziodemographie

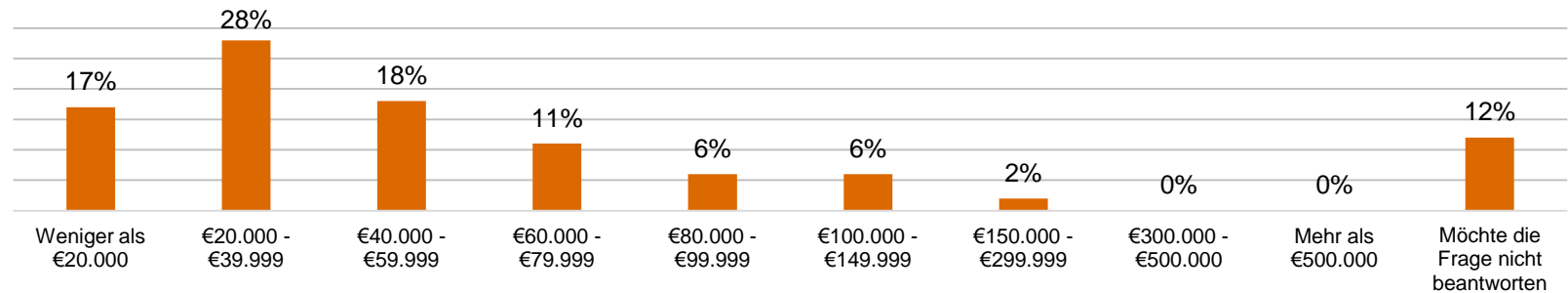
Alter



Geschlecht



Bruttoeinkommen des Haushaltes vor Steuern



Basis: : Alle Befragten N=1.000

Vielen Dank.