

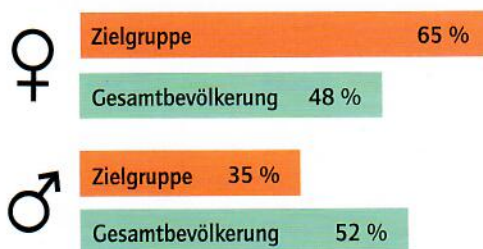
## Homöopathie

# Die Zielgruppe der Homöopathienutzer ist onlineaffin

Die Verwender homöopathischer Präparate zeigen sich überdurchschnittlich naturverbunden und kulturinteressiert. Hinsichtlich der Medikamentennutzung ist die Sorge bezüglich etwaiger Nebenwirkungen vergleichsweise hoch. Der Vertriebsweg über Online-Apotheken wird auffallend häufig genutzt.

Autoren: Ronja Inhofer und Uwe Matzner, research tools

Abb. 1:  
**VERGLEICH DER GESCHLECHTER-  
ANTEILE UNTER HOMÖOPATHIE-  
NUTZERN UND BEVÖLKERUNG**



Quelle: Studie „Healthcare-Zielgruppe Homöopathie 2020“, research tools

**65 Prozent der Homöopathieverwender sind Frauen**

Die Verwender homöopathischer Präparate sind überwiegend weiblichen Geschlechts. Mit 65 Prozent sind Frauen in der Nutzergruppe Homöopathie deutlich überrepräsentiert, ergibt die „Studie Healthcare-Zielgruppe Homöopathie 2020“ von dem Marktforschungsinstitut research tools, Esslingen. Die darin analysierte Gruppe der Homöopathienutzer hatte in einer Befragung angegeben, innerhalb des letzten Jahres Natur- und homöopathische Heilmittel verwendet zu haben. Die Studie stützt sich auf 2.000 online-repräsentative Interviews, davon elf Prozent in der betrachteten Zielgruppe Homöopathie.

Unter den Homöopathieverwendern sind demnach auch, im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung, die Altersgruppen der 18- bis 24-Jährigen und der 35- bis 54-

Jährigen überdurchschnittlich vertreten. Deutlich zeigt sich, dass in Familien lebende Frauen verstärkt Befürworter dieser alternativmedizinischen Behandlungsmethode sind. So sind Homöopathienutzer häufiger anzutreffen in Haushaltsgrößen von drei Personen und mehr, ebenso in Haushalten mit Kindern. Hinsichtlich des Bruttoeinkommens findet sich eine erhöhte Anzahl an Verwendern in den mittleren Bruttoeinkommensklassen zwischen 40.000 und 60.000 Euro. Interessant ist, dass die meisten Nutzer in Kleinstädten bis 20.000 Einwohnern wohnen. Hier fällt die Abweichung zur Gesamtbevölkerung mit sechs Prozentpunkten deutlich aus. Im Gegenzug finden sich in Großstädten ab 500.000 Einwohnern etwas weniger Homöopathienutzer.



## Wechselfreudig, mit mehr Bedenken zu Nebenwirkungen

Homöopathieverwender sind eine wechselfreudige Zielgruppe. Sie wechseln Kaufort und Arzneimittelmarken häufiger als die Gesamtbevölkerung. Teilweise könnte dies die Konsequenz aus einer negativen Erfahrung mit einem Arzneimittel sein. Denn ein erhöhter Anteil an Homöopathienutzern äußert Unzufriedenheit mit dem zuvor angewandten Präparat. Die Gruppe ist jedoch nicht nur im Arzneimittelmarkt, sondern auch im allgemeinen Konsumverhalten deutlich offener gegenüber neuen Produkten, Marken oder Angeboten. Im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung neigt die Gruppe in ihrem Kundenverhalten eher zu Spontankäufen. Zudem zeigen Verwender von Homöopathiepräparaten eine größere Ausprägung des Nachhaltigkeitsgedankens.

Rund ein Viertel der Homöopathienutzer hat Bedenken oder gar Befürchtungen beim Erwerb eines Arzneimittels. Knapp die Hälfte dieser Bedenkenträger macht sich Sorgen hinsichtlich einer ausreichenden Wirkung des erworbenen Präparats, zehn Prozent sind skeptisch bezüglich des Preises. Auffallend hoch ist bei den Bedenkenträgern die Sorge bezüglich etwaiger Nebenwirkungen. Rund ein Drittel befürchtet bei der Einnahme mögliche schädliche und unbeabsichtigte Reaktionen. Im Vergleich dazu ist in der Gesamtbevölkerung sowohl der Anteil der Bedenkenträger allgemein, als auch der Anteil derer, die sich wegen Nebenwirkungen sorgen, deutlich geringer.

## Häufigerer Kauf sowie Kauf in der Online-Apotheke

Die Frequenz der Arzneimittelkäufe ist bei den Homöopathieverwendern höher als in der Gesamtbevölkerung. Neben Natur- und homöopathischen Heilmitteln verwendet die Zielgruppe am häufigsten Präparate zu Erkältungen oder grippalen Infekten und Schmerzmittel.

Präparate zu Beschwerden bei Augen und Ohren, Haut und Haare und Nägel, mentale und emotionale Beschwerden sowie Schlafstörungen werden deutlich häufiger verwendet als in der Gesamtbevölkerung.

Beim Onlinebezug von Arzneimitteln zeigen sich Homöopathienutzer deutlich aufgeschlossener als die Gesamtbevölkerung. 29 Prozent beziehen ihre Präparate über die Online-Apotheke. Dies geht zu Lasten der stationären Apotheken, die damit in der Nutzergruppe nur noch eine Akzeptanz von 53 Prozent aufweist. Die Vertriebswege über Drogerie und Reformhaus hingegen zeigen keine signifikanten Unterschiede der beiden verglichenen Nutzergruppen.

## Naturverbunden und kulturell interessiert

In der Freizeit zeigen sich Homöopathieverwender aktiver als die Gesamtbevölkerung. Einen signifikant erhöhten Aktivitätsgrad weist die Gruppe auf bei kulturellen Aktivitäten wie Besuch von Konzerten, Musicals oder Theater sowie bei künstlerischen Freizeitaktivitäten wie Malen oder Zeichnen.

Zudem ist die Nutzergruppe naturverbundener. Gartenarbeit und Spaziergänge zählen zu den beliebten Freizeitaktivitäten. Hingegen ist bei Kinobesuchen ist ein deutlich geringeres Interesse zu beobachten.

Mit diesem insgesamt erhöhten Aktivitätsgrad korrespondiert, dass Homöopathieverwender bei der Internetnutzung verstärkt auf mobile Geräte wie Smartphone oder Tablet zurückgreifen.

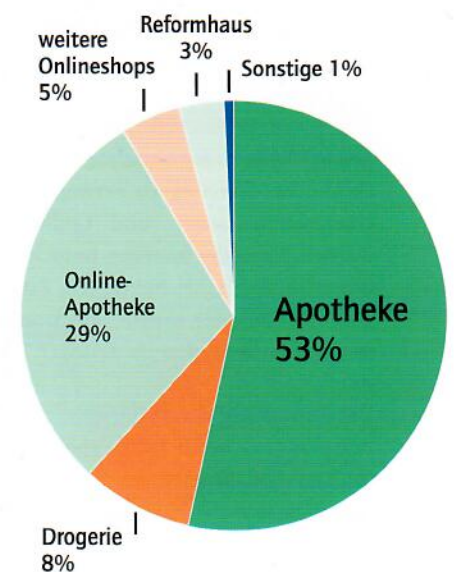
Abb. 2:  
TOP 10 AKTUELL GENUTZTER  
PRODUKTKATEGORIEN BEI  
HOMÖOPATHIEVERWENDERN

Rang	Produktkategorie
1	Natur- und homöopathische Heilmittel
2	Erkältungen, grippale Infekte
3	Schmerzmittel
4	Muskel- und Gelenkpräparate
5	Magen-Darm
6	Haut, Haare, Nägel
7	Allergien
8	Augen, Ohren
9	Schlafstörungen
10	Zähne, Mund
10	Haustier

Quelle: Studie „Healthcare-Zielgruppe Homöopathie 2020“, research tools

Homöopathieverwender kaufen häufiger Arzneimittel als die Bevölkerung, dabei u.a. häufiger Mittel gegen Schlafstörungen

Abb. 3:  
ERWERBSORTE DER  
HOMÖOPATHIEVERWENDER  
(Angaben in %)

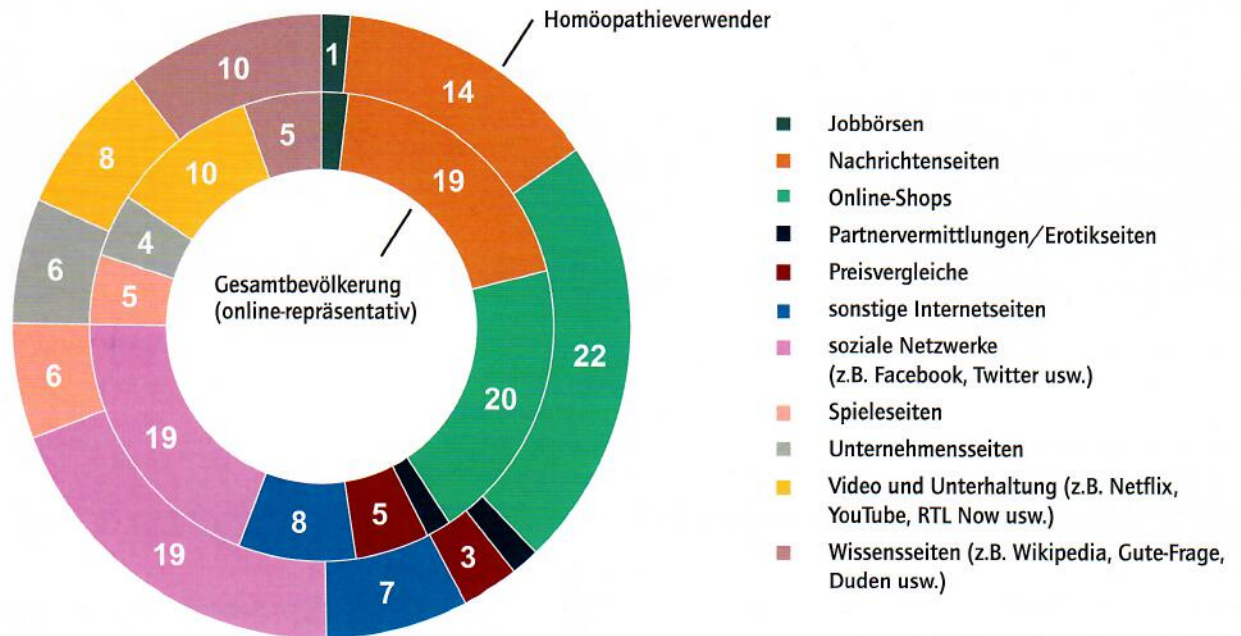


Quelle: Studie „Healthcare-Zielgruppe Homöopathie 2020“, research tools

29 Prozent der Homöopathieverwender kaufen ihre Arzneimittel online



Abb. 4:  
**GATTUNG DER ZULETZT BESUCHTEN INTERNETSEITE,**  
**HOMÖOPATHIEVERWENDER VS. BEVÖLKERUNG**  
 (Angaben in %)



Quelle: Studie „Healthcare-Zielgruppe Homöopathie 2020“, research tools

## Homöopathienutzer surfen zu Wissensseiten

In puncto Mediennutzung sind Homöopathienutzer überaus interessiert. Online besuchen sie doppelt so häufig Wissensseiten wie beispielsweise Wikipedia, Duden oder Gutefrage, als in der Gesamtbevölkerung zu verzeichnen ist. Unternehmensseiten und Onlineshops werden ebenfalls häufiger besucht. Das Interesse an Nachrichtenseiten, Preisvergleichsseiten oder Video- und Unterhaltungsseiten hingegen ist geringer ausgeprägt.

Die Einstellung der Zielgruppe zur Werbung untersucht die Studie ebenfalls. Betrachtet man die gängigen Werbemedien, so zeigen sich die Homöopathieverwender printaffin. Werbung in Tageszeitungen stufen sie von allen Werbemedien als am glaubwürdigsten ein. Die Werbung in Fach- und Publikumszeitschriften bewerten sie aufgrund ihres hohen Informationsgehalts positiv, ebenso wie die verstärkt auf eine bestimmte Personen-

gruppe zugeschnittene Werbung in Suchmaschinen. Darüber hinaus schätzen sie Kinowerbung aufgrund ihres hohen Unterhaltungsgrads.

Auf der Negativseite wird besonders die Werbung in Social Media als extrem lästig empfunden. Bei allen diesen genannten Einstellungen weichen die Werte deutlich von denen der Gesamtbevölkerung ab.



### Ronja Inhofer

ist bei research tools verantwortlich für die Studienreihe Zielgruppen-Studien. Die Marketinganalytikerin verfügt über einen Master of Science der Planung und Partizipation sowie B.A. der Sozialwissenschaften an der Universität Stuttgart.



### Uwe Matzner,

Diplom-Kaufmann und Geschäftsführer von research tools, hat in seiner beruflichen Laufbahn verschiedene Stationen als Berater und betrieblicher Marktforscher durchlaufen. Unter anderem war er Verbandsmarktforscher und Dozent für Marktforschung.

✉ [uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

Fotos: Research Tools