

+++ Soziodemografie +++ Kundenverhalten +++ Kauforte +++ Produktkategorien +++ Freizeitverhalten +++ Mediennutzung +++ Soziodemografie
+++ Kundenverhalten +++ Kauforte +++ Produktkategorien +++ Freizeitverhalten +++ Mediennutzung +++ Soziodemografie +++ Kundenverhalten

Studiensteckbrief

Studie Healthcare-Zielgruppe Homöopathie 2026

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

April 2026



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Healthcare-
Zielgruppe Homöopathie 2026

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



Worin unterscheidet sich die Zielgruppe in **soziodemografischer Hinsicht** von der Gesamtheit der Healthcare-Kunden?



Welches **Kundenverhalten** macht die Kaufentscheidungen von Homöopathie-Kunden aus?



Zu welchen **Arzneimitteln und Nahrungsergänzungsmitteln** besteht in der Zielgruppe eine Affinität?



Welche **Kauforte** sind in der Zielgruppe für den Arzneimittelkauf überdurchschnittlich beliebt?



Wo kaufen Homöopathie-Kunden ihre Nahrungsergänzungsmittel?



Über welche **Medien** erreiche ich die Zielgruppe besonders gut?



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Healthcare-
Zielgruppe Homöopathie 2026

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Soziodemografie

6%



Homöopathie-Kunden
in der Online-Bevölkerung

Produkt



Top-Produkte Frauenanteil

- Tiermedizin
- Schmerzen
- Vitaminpräparate

Kundenverhalten



Nachhaltigkeit besonders wichtig
beim allgemeinen Kaufverhalten

Werbeakzeptanz

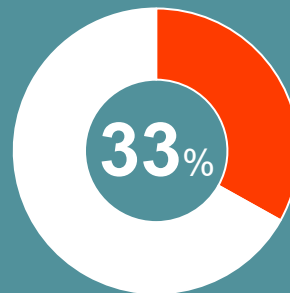
Top 3 Werbemedien

Anzeigenblätter

Tageszeitungen

Out-of-home

Kauforte



der Arzneimittelkäufe
erfolgen
online

Freizeit & Medien

die Zielgruppe
nutzt besonders
häufig



**Preisvergleichs-
seiten**



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Healthcare-
Zielgruppe Homöopathie 2026

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Homöopathie**

Analyseinhalte: **Soziodemografie, Marktanteile, Kunden-, Freizeit- und Medienverhalten** der Zielgruppe

Nutzung von **13 Produktkategorien** und **5 Kauforten**

alle Information auf **58 PowerPoint-Seiten**

als **PDF und PowerPoint-Datei** kurzfristig verfügbar

Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

Nutzen: Detailbetrachtung der Zielgruppe als Basis für kundenzentrierte Marketingmaßnahmen

Forschungsdesign:

- 4.000 Interviews (auf zwei Jahre verteilt)
- online-bevölkerungs-repräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 6 Prozent in der Zielgruppe Homöopathie-Kunden
- im April 2026 erschienen

Preis:

- die 58 Seiten umfassende Studie kostet **1.500 EUR** zuzüglich MwSt.



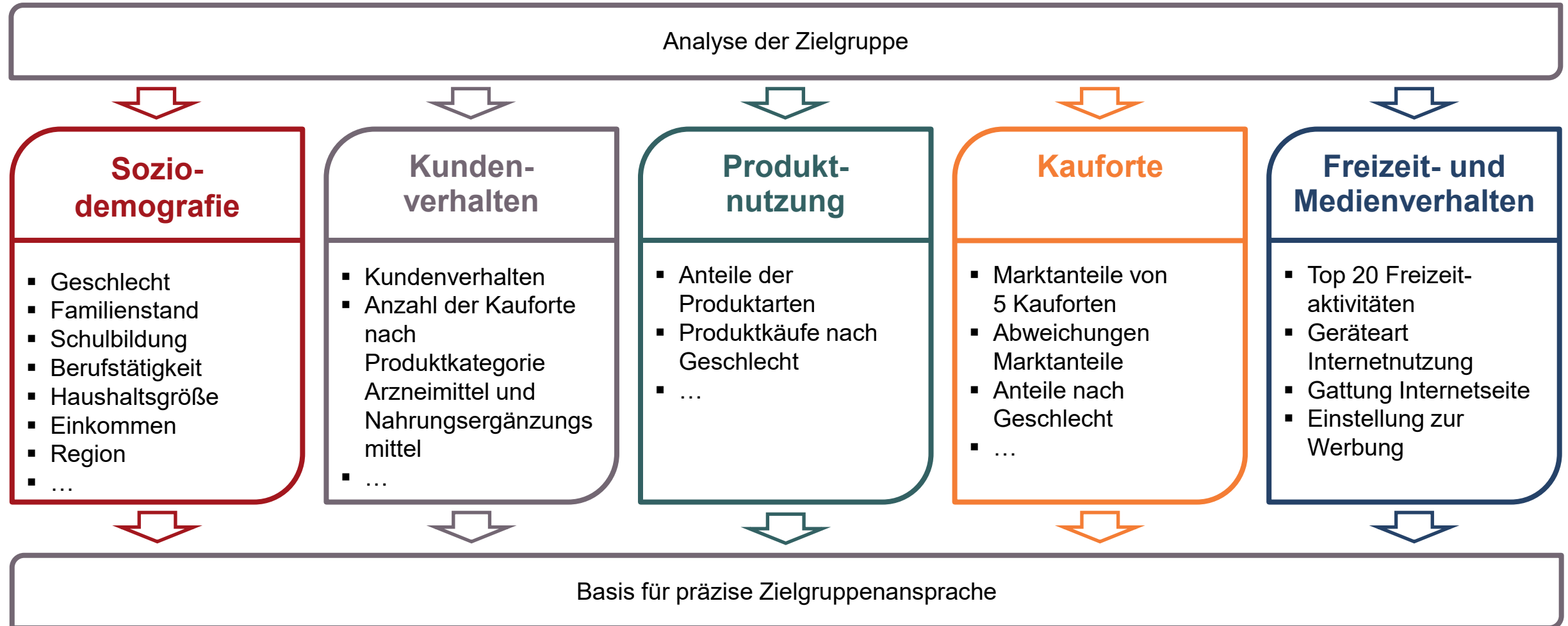
research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Healthcare-
Zielgruppe Homöopathie 2026

Informationen zur Studie

Konzeption:



Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	7
➤ Soziodemografie	11
Vergleich der Zielgruppe mit der Vergleichsgruppe in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region, Wohnsituation	
➤ Kundenverhalten	23
Branchenübergreifendes Kundenverhalten, Anzahl der Kauforte (Arzneimittel) nach Produktkategorie in der Zielgruppe, Anzahl der Kauforte (Nahrungsergänzungsmittel) nach Produktkategorie in der Zielgruppe	
➤ Produktkategorien	27
Zuletzt genutzte Produktkategorien, Anteile der Geschlechter nach Produktkategorien, Differenz der Marktanteile	
➤ Kauforte	32
Verteilung der Kauforte, Marktanteile der Kauforte, Kauforte nach Geschlecht, Abweichungen Marktanteile, Kauforte nach Produktkategorien	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	43
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen	
➤ Kontakt	57

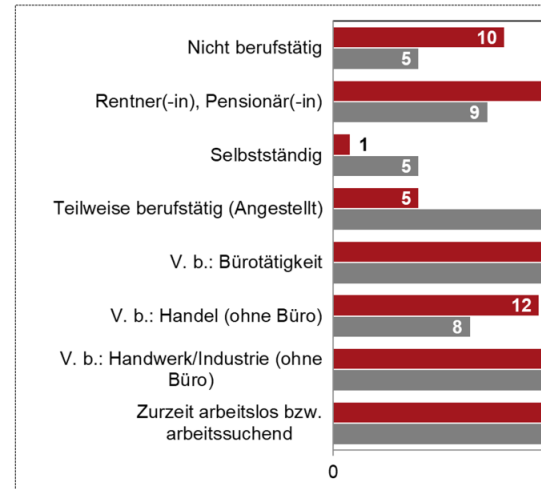


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)



Fragestellung: Ihr Beruf?

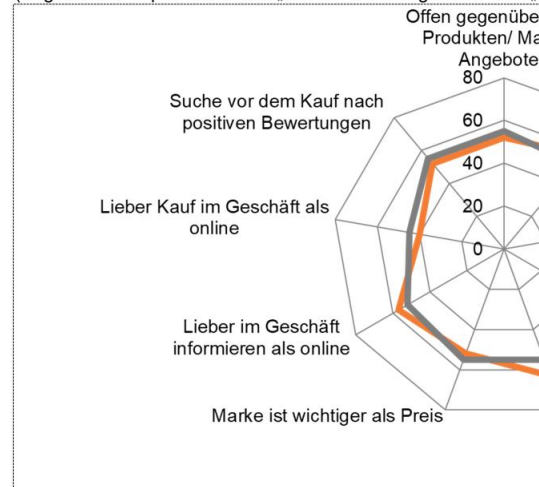


research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Kundenverhalten

Kundenverhalten der Zielgruppe im Vergleich zu allen Healthcare-Kunden
(Angaben als Top-2-Box-Werte „stimme voll und ganz zu“ und „stimme zu“)



Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



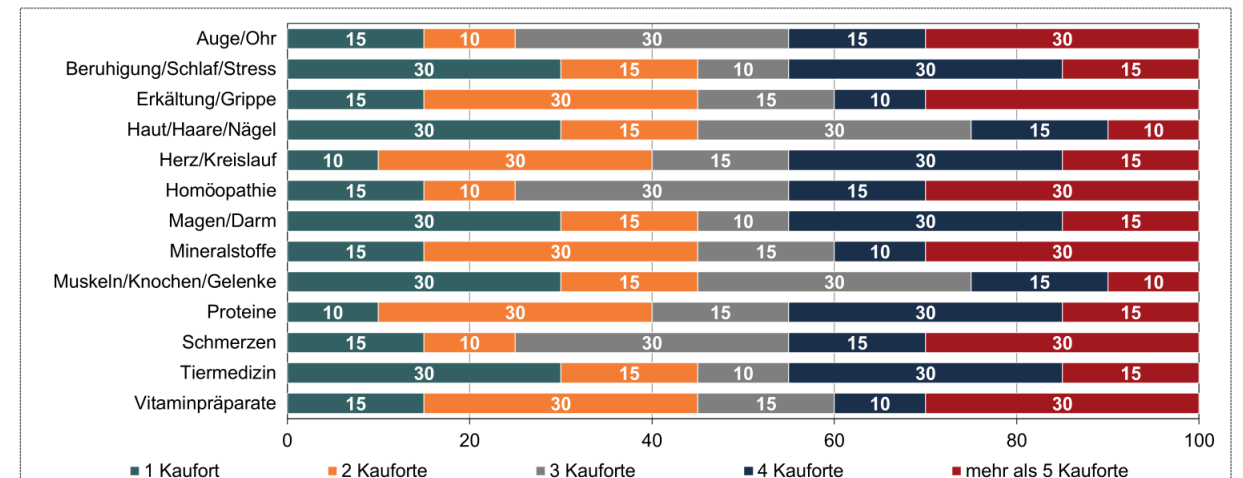
research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Wie viele Kauforte nutzen die Kunden?

Kundenverhalten

Anzahl der Kauforte (Arzneimittel) nach Produktkategorie in der Zielgruppe (Angaben in %)



Fragestellung: Welche Arznei- und Nahrungsergänzungsmittel haben Sie persönlich in den letzten zwölf Monaten verwendet? (Mehrfachantworten möglich); Welche Kauforte haben Sie in den letzten zwölf Monaten für den Kauf von Arzneimitteln genutzt? (Mehrfachantworten möglich) Lesebeispiel: 25% der Schmerzmittel-Kunden haben an nur einem Kaufort Arzneimittel gekauft.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studie Healthcare-Zielgruppe
Homöopathie 2026

Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

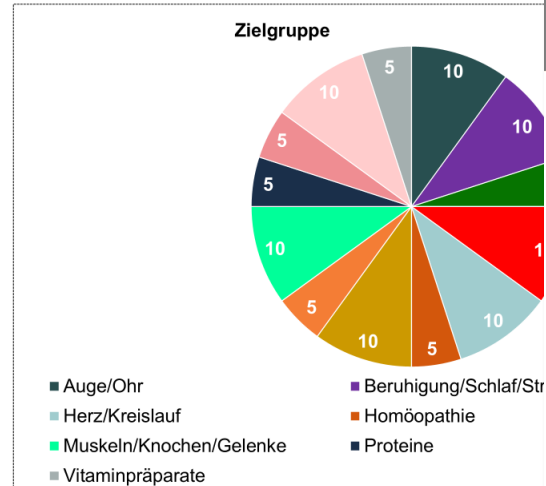
Studiensteckbrief Studie Healthcare-
Zielgruppe Homöopathie 2026

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

Anteil der Produktkategorien an den **letzten Produktnutzungen**¹ (Angaben in %)

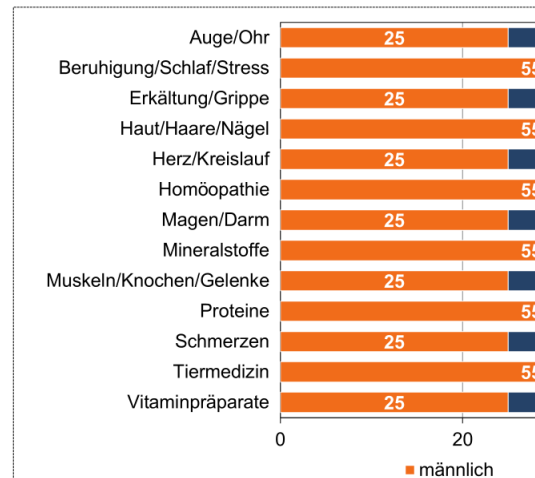


¹ Basis: in den letzten zwölf Monaten verwendete Arzneimittel und Nahrungsergänzungsmittel



Produktkategorien

Anteile der Geschlechter nach Produktkategorie bei den **letzten Produktnutzungen**¹ in der Zielgruppe (Angaben in %)



Fragestellung: Welche Arznei- und Nahrungsergänzungsmittel haben Sie persönlich in der verwendeten Arzneimittel und Nahrungsergänzungsmittel

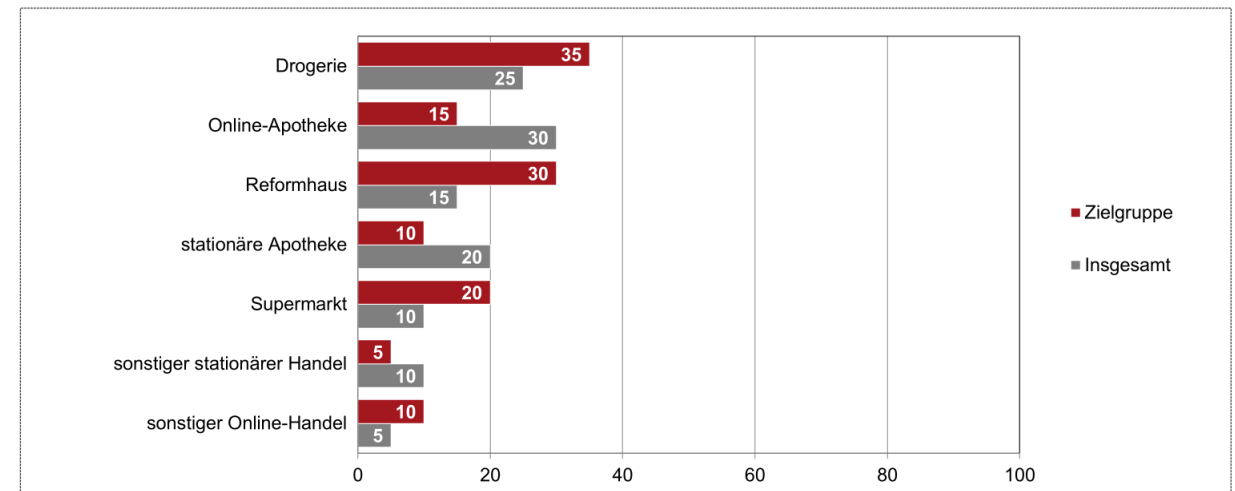


Welche Produktgruppen erwirbt die Zielgruppe verstärkt?

Welche Kauforte werden vermehrt gewählt?

Kauforte

Verteilung der Nahrungsergänzungsmittel Produktkäufe auf die Kauforte¹ (Angaben in %)



Fragestellung: Welche Kauforte haben Sie in den letzten zwölf Monaten für den Kauf von Nahrungsergänzungsmitteln genutzt? (Mehrfachantworten möglich); Lesebeispiel: 15% der Zielgruppe kauften Nahrungsergänzungsmittel in der Online-Apotheke



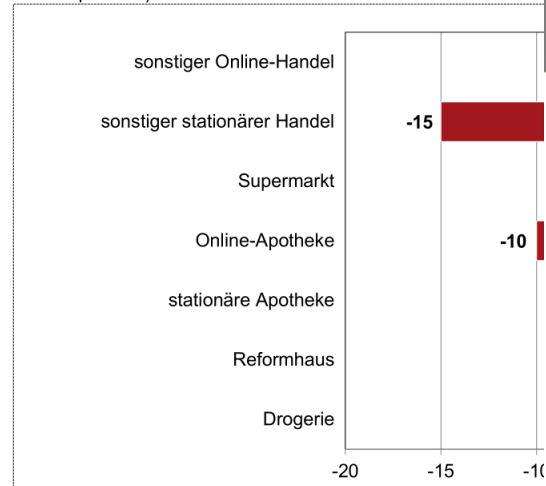
Studie Healthcare-Zielgruppe
Homöopathie 2026

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kauforte

Abweichungen der Marktanteile¹ der Arzneimittel Kauforte – Marktanteil bei der Zielgruppe abzüglich Marktanteil Insgesamt (Angabe in Prozentpunkten)

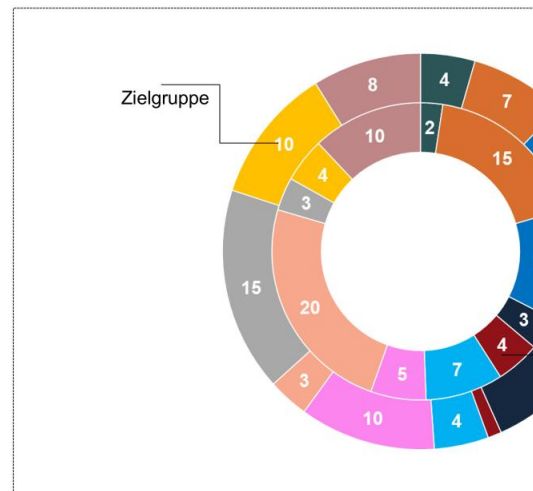


Fragestellung: Welche Kauforte haben Sie in den letzten zwölf Monaten für den Kauf von ...



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuchte Internetseite zu...

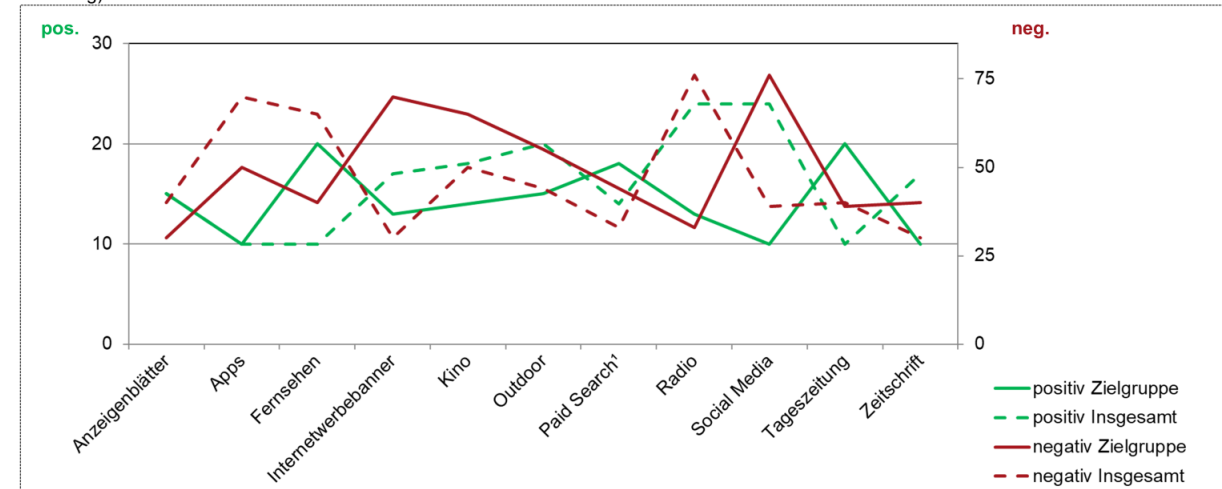


Welche Kauforte präferiert die Zielgruppe gegenüber der Vergleichsgruppe?

Über welche Medien kann ich die Zielgruppe erreichen?

Freizeitverhalten und Mediennutzung

Einstellung zur Werbung in der Zielgruppe (Angaben in durchschnittlichen Prozent, Zustimmung zu positiven und negativen Statements zur Werbung)



Fragestellung: Bitte bewerten Sie folgende Werbeformen. (Mehrfachantworten möglich) 1 Suchmaschinen-Anzeigen



Studie Healthcare-Zielgruppe
Homöopathie 2026

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: ronja.inhofer@research-tools.net

FAX: +49 (0)691 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.500 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Healthcare-Zielgruppe Homöopathie 2026.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Healthcare-
Zielgruppe Homöopathie 2026

Ihre Ansprechpartnerin für diese Studie ist:

Ronja Inhofer



Marketinganalytikerin
M.Sc. Planung und Partizipation
Tel.: +49 691 55090383, Fax +49 691 55090384
E-Mail: ronja.inhofer@research-tools.net

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist.

In der Branche ‚Healthcare‘ sind bereits mehr als 100 Studien erschienen.
In der Studienreihe ‚Zielgruppenstudien‘ sind bisher mehr als 150 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Zuletzt zur Healthcarebranche erschienen:

- Werbemarktanalyse Pharmazeutische Muskel- und Gelenkpräparate 2026
- Werbemarktanalyse Treppenlifte 2025
- Studie Healthcare-Zielgruppe Drogeriekäufe 2025
- Studie eVisibility Hörgeräte 2025
- Studie Healthcare-Zielgruppe Online-Apotheke 2025

Healthcarebranche: seit 2020 mehr als 60 Studien veröffentlicht

