



Presse-Information

Bei Grippemitteln wird nicht ausreichend auf Nebenwirkungen hingewiesen

Ipsos Studie: Kombinationspräparate sind bei Apothekern am beliebtesten

Hamburg 11. März 2014. Im Februar schickte Ipsos Loyalty Testkäufer in die Apotheken, um sich zum Thema Grippemittel beraten zu lassen. Ziel war es, mehr über das Verhalten der Apotheker und die Qualität der Beratung zu erfahren. Daher waren die geschulten Testkäufer natürlich inkognito unterwegs, also wie „normale“ Kunden. Es wurde simuliert, dass eine Grippe im Anmarsch ist und ein Mittel dagegen gewünscht wird. Ergebnis: Liebling der Apotheker sind Kombinationspräparate, denn bei sechs von zehn Käufen wurden diese Mittel empfohlen.

Kein eindeutiger Sieger unter den Kombinationspräparaten

Signifikante Unterschiede, welches Kombipräparat das Beste sei, gibt es nicht, jeder Apotheker hat offensichtlich seinen eigenen Favoriten. Bei diesem Produkt wurde ganz generell auf die gute und schnelle Linderung von Fieber und Schmerzen hingewiesen. Das wirft durchaus Fragen auf, denn die verschiedenen Präparate enthalten ganz unterschiedliche schmerzlindernde Wirkstoffe, wie z.B. Ibuprofen, ASS oder Paracetamol.

Markenpräparate werden seltener empfohlen als No-Name-Produkte

In jedem fünften Fall wurde ein günstiges No-Name-Schmerzmittel empfohlen. Markenpräparate im Bereich Schmerzmittel kommen nur auf 10 Prozent Empfehlungsquote. Für immerhin jeden zehnten Apotheker ist ein pflanzliches bzw. homöopathisches Mittel die erste Wahl bei Grippe.

Kaum Hinweise auf Neben- und Wechselwirkungen

Bei der Beratungsqualität zeigten sich deutliche Defizite: Nur bei jedem fünften Kauf wurde der Kunde auf Wechselwirkungen und Nebenwirkungen hingewiesen. Bei einem Viertel der Testkäufe wurde gefragt, ob chronische Krankheiten bestehen.

In Bezug auf die herannahende Grippe erkundigten sich 14 Prozent der Apotheker nicht nach den genauen Symptomen, sondern empfahlen gleich ein bestimmtes Grippemittel. In zehn Prozent der Testkäufe wurde auf die Frage, welche Mittel nicht eingenommen werden sollten, von Kombinationspräparaten abgeraten, in 18 Prozent von Monopräparaten (nur Schmerzmittel).

Auf die Seriosität der Apotheken hat das allerdings keinen negativen Einfluss. Drei Viertel der Kunden waren von der Beratung in der Apotheke überzeugt und würden daher das empfohlene Mittel kaufen.



Kombipräparate sind der Favorit in den Apotheken.



© Udo Kreiner, Fotolia.com

Ipsos Loyalty
The Customer and Employee Research Specialists



Beratung durch die Apotheke ist nicht ausreichend.



© Robert Kneschke, Fotolia.com

Ipsos Loyalty
The Customer and Employee Research Specialists



Kontakt Ipsos Pressestelle
Gudrun Witt
Gudrun.Witt@ipsos.com

Sachsenstraße 6
20097 Hamburg
Tel. 040 80096 4179

Steckbrief:

Diese Ergebnisse stammen aus einer Untersuchung, bei der im Februar 2014 von den Ipsos Mystery-Shoppern Beratungstests in 50 Apotheken, die bundesweit verteilt waren, durchgeführt wurden.

Über Ipsos und Ipsos Loyalty:

Ipsos ist ein unabhängiges und innovatives Dienstleistungsunternehmen, das weltweit Services rund um die Markt- und Meinungsforschung anbietet. Um unseren Kunden bestmöglichen Service zu bieten, haben wir uns in sechs Forschungsbereichen spezialisiert. So bestimmen unsere engagierten Forscher Marktpotenziale, zeigen Markttrends, testen Produkte, Werbung und Dienstleistungen, erforschen die Wirkung von Medien und geben der öffentlichen Meinung eine Stimme. Und das in 86 Ländern auf allen Kontinenten. In Deutschland beschäftigen wir in unserem „Home of Researchers“ über 500 Mitarbeiter in Hamburg, Mölln, München, Frankfurt und Berlin.

Ihre Kunden, deren Erwartungen, Erfahrungen und Verhaltensweisen – das sind die Themen, denen wir uns bei **Ipsos Loyalty** mit ganzer Leidenschaft widmen. Wir liefern Ihnen konkrete Einblicke und geben relevante Handlungsempfehlungen. So können Sie Ihre Kundenbeziehung erfolgreich gestalten. Als Partner an Ihrer Seite haben wir dabei auch immer die Wirtschaftlichkeit im Blick. Denn mit all unseren Leistungen wollen wir Ihnen einen klaren Mehrwert für Ihr Unternehmen liefern – mit mehr als 1000 Forschern in über 40 Ländern. Ipsos Loyalty verwaltet ein eigenes Mystery-Shopper Panel. Informieren Sie sich gern auf unserem [Portal](#).



Kontakt Ipsos Pressestelle

Gudrun Witt
Gudrun.Witt@ipsos.com

Sachsenstraße 6
20097 Hamburg
Tel. 040 80096 4179