

Internetnutzung von Apothekern in Deutschland, Österreich und der Schweiz

DocCheck[®] Online-Studie



Internetsnutzung von Apothekern in Deutschland, Österreich und der Schweiz

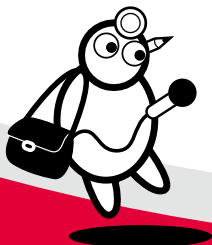
Das Internet hat in den letzten Jahren kontinuierlich an Bedeutung gewonnen und ist damit als Medium für Marketingmaßnahmen und Dienstleistungen zu einer festen Größe geworden – auch für die Healthcare-Industrie. Um die Maßnahmen zielgerichtet platzieren zu können, ist es wichtig, die eigene Zielgruppe und deren Internetsnutzungsverhalten zu kennen. Bislang existierten hauptsächlich Untersuchungen zur Nutzung des Internets der Gesamtbevölkerung; Daten über die Gruppe der Healthcare-Professionals suchte man vergebens.

Um diese Lücke zu schließen, führte DocCheck bereits 2009 eine Studie über die Nutzungsgewohnheiten von Ärzten durch. Die vorliegende Untersuchung soll nun Aufschluss darüber geben, wie Apotheker das Internet verwenden, insbesondere im Hinblick auf Frequenz, Motivation und präferierte Inhalte.

Insgesamt nahmen 151 Apotheker an der Studie teil, 100 davon stammten aus Deutschland, 21 aus Österreich und 30 aus der Schweiz. Da die Probanden aus dem Online-Panel von DocCheck rekrutiert wurden und es sich dadurch um internetaffine Apotheker handelt, ist eine Übertragung der Ergebnisse auf die jeweilige Grundgesamtheit nicht ohne Weiteres möglich. Zudem gilt es zu beachten, dass Vergleiche zwischen den Ländern zum Teil mit Vorsicht zu interpretieren sind, da die Teilnehmerzahlen in Österreich und der Schweiz relativ gesehen etwas geringer ausfielen.

Studiendesign

Methode:	Online-Befragung
Instrumentarium:	Vollstrukturierter Online-Fragebogen
Rekrutierung:	Panel-Teilnehmer aus dem Healthcare-Panel von DocCheck
Feldphase:	26.08. – 12.10.2010
Institut	DocCheck Medical Services GmbH, Köln



Dr. Himeh Horoufchin

fon: +49(0)221.92053-512

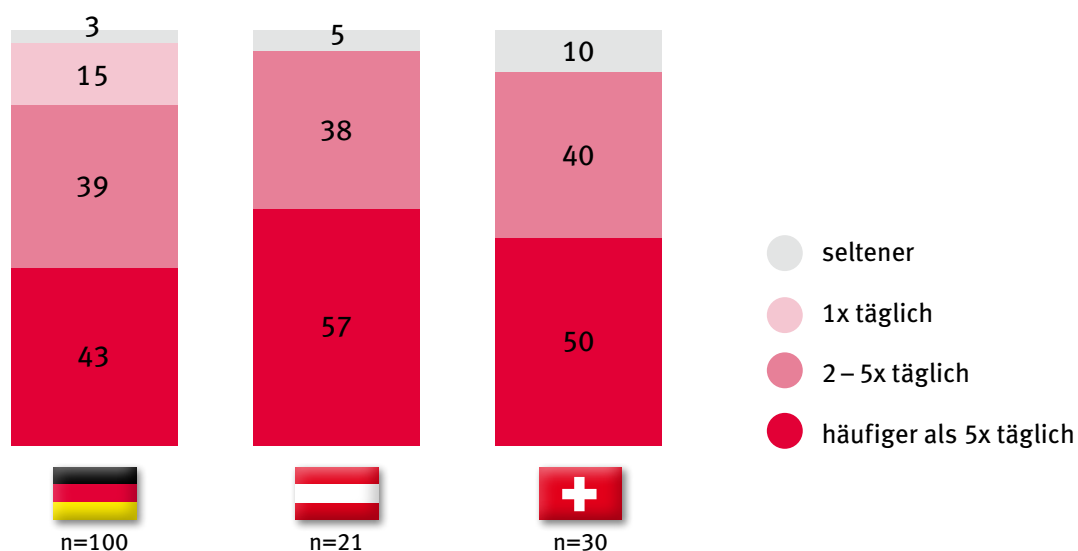
eMail: himeh.horoufchin@doccheck.com

research.doccheck.com

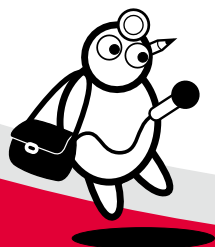
Ergebnisse:

Fast alle Befragten (über 90%) nutzen das Internet täglich. Dabei sind Apotheker, die das Internet nur einmal täglich nutzen, die Ausnahme. Über 40% der deutschen Apotheker geben an, das Internet häufiger als 5 mal täglich zu nutzen. In Österreich liegt dieser Wert sogar bei nahezu 60%, in der Schweiz bei 50%.

» Häufigkeit der Internetnutzung

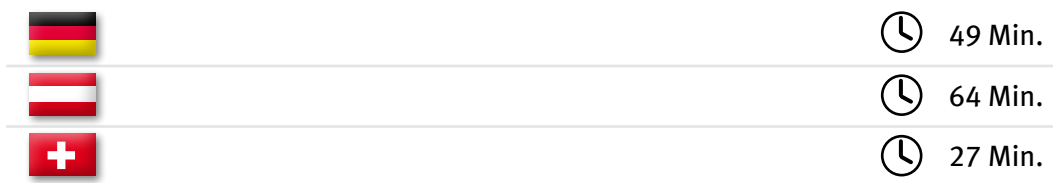


Angaben in %. Differenzen zu 100% sind rundungsbedingt.



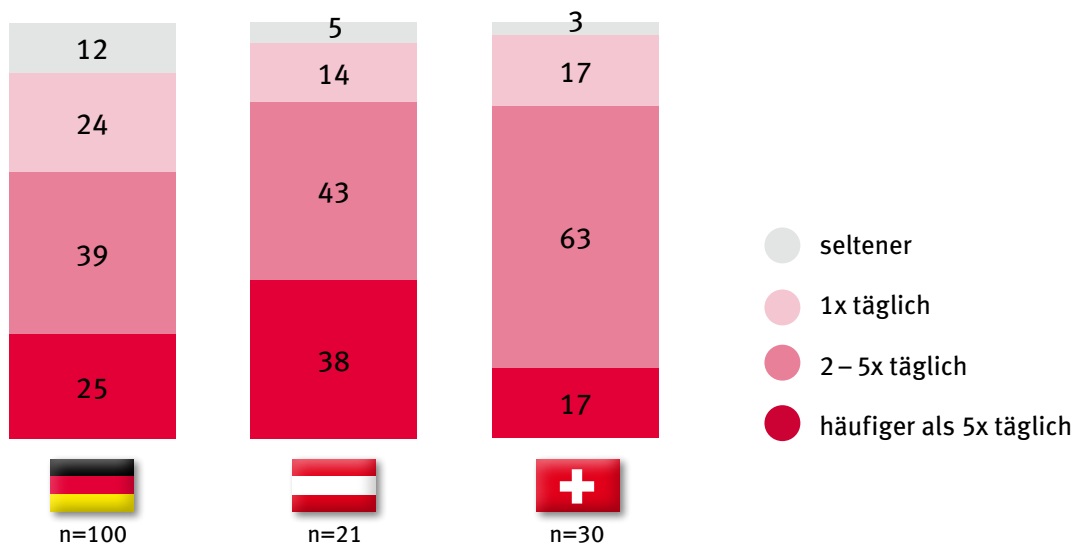
Die Verweildauer pro Internetbesuch liegt bei den Apothekern im Schnitt zwischen einer halben Stunde (Schweiz) und einer ganzen Stunde (Österreich). Deutsche Apotheker liegen mit 49 Minuten im Mittelfeld. Rund 90% der Befragten rufen Ihre E-Mails mindestens einmal täglich ab, wobei österreichische Apotheker hier die höchste Frequenz angeben.

» Und wie viel Zeit verbringen Sie bei einem durchschnittlichen Besuch im Internet?



4

» Wie häufig rufen Sie durchschnittlich Ihre E-Mails ab?






Angaben in %. Differenzen zu 100% sind rundungsbedingt.



Sehr deutlich zeigt sich, dass die Befragten das Internet in allen Lebensbereichen nutzen: Über 90% der Befragten geben an, das Internet sowohl zu Hause als auch in der Apotheke zu nutzen. Länderübergreifend gaben alle Apotheker an, das Internet sowohl für berufliche als auch private Zwecke zu verwenden.




» An welchen Orten nutzen Sie das Internet?

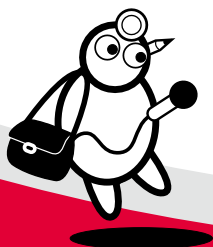
Ort Internetnutzung	 n=100	 n=21	 n=30
In der Apotheke	93%	95%	97%
Zu Hause	97%	91%	97%
Unterwegs	28%	38%	37%
An einem anderen Ort	5%	14%	7%

5

Vor allem deutsche Apotheker gehen hauptsächlich mit einer schnellen DSL-Verbindung online (90%). In der Schweiz nutzt lediglich die Hälfte der Befragten diese Verbindung, in Österreich sind es sogar nur 33%. Dafür sind ISDN oder Kabelverbindungen in diesen beiden Ländern wesentlich häufiger vertreten. Internetnutzung über Satellit spielt in allen drei Ländern eine vernachlässigbare bis gar keine Rolle.

» Mit welcher Verbindung sind Sie i.d.R. online?

Verbindung	 n=100	 n=21	 n=30
DSL	90%	33%	50%
ISDN	5%	29%	33%
Kabel	3%	19%	13%
Satellit	1%	–	–
Andere Verbindungen	–	5%	–
Analoges Modem	–	–	–
Weiß ich nicht	1%	14%	3%

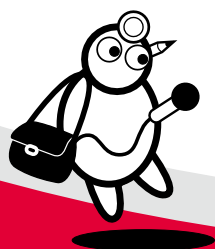
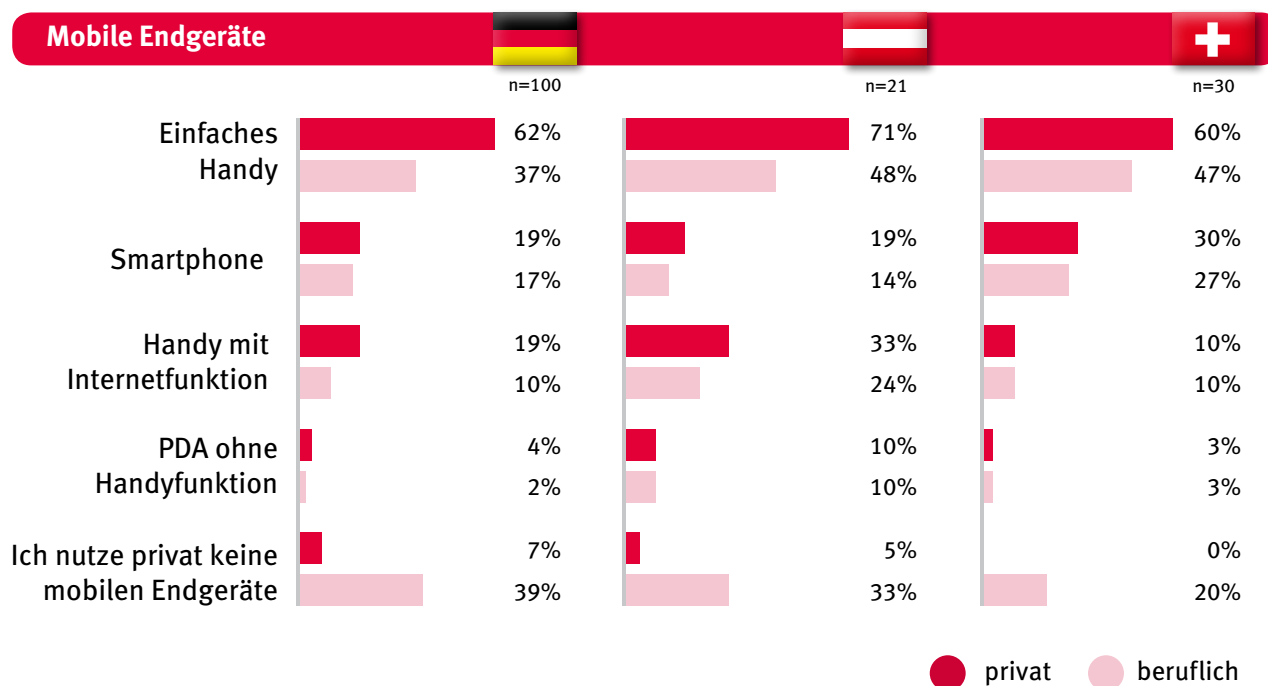


Sowohl bei beruflicher als auch bei privater Nutzung sind einfache Handys nach wie vor am weitesten verbreitet. Smartphones weisen zwar geringere Nutzungszahlen auf, dennoch verwendet in Deutschland beinahe jeder Fünfte solch ein mobiles Endgerät privat (19%) oder beruflich (14%), in der Schweiz ist es sogar fast jeder Dritte (30% bzw. 27%). In Österreich ist die Verbreitung von Smartphones unter Apothekern etwas geringer (19% bzw. 14%), jedoch besitzt hier circa ein Drittel ein Handy mit Internetfunktion.

Während nahezu alle Befragten privat mobile Endgeräte nutzen, gibt durchschnittlich ein Drittel an, diese nicht für berufliche Zwecke zu verwenden.

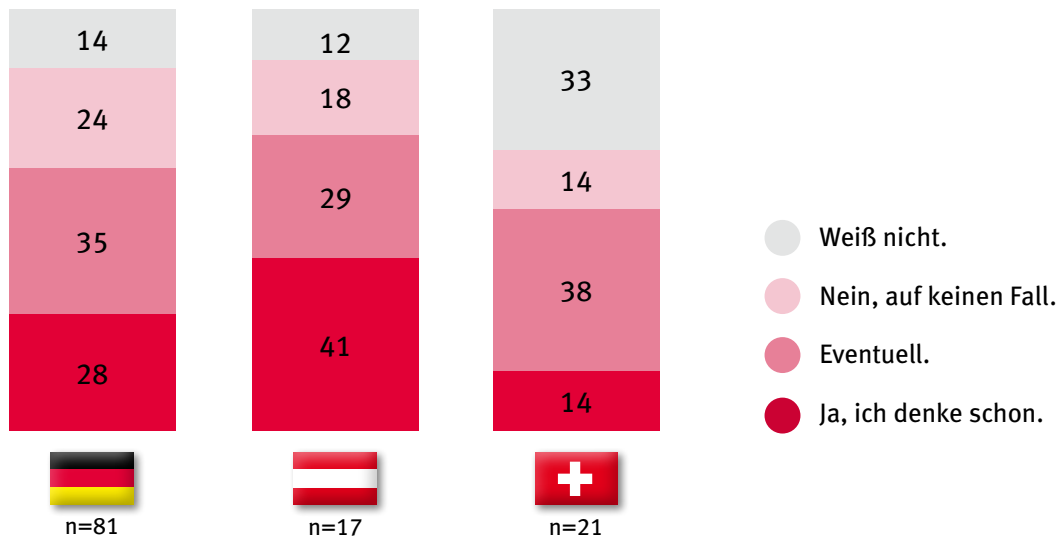
6

» Welche Art mobiler Endgeräte nutzen Sie für private oder berufliche Zwecke?

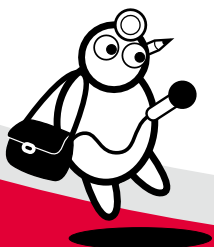


Ein Großteil der Befragten, die bisher kein Smartphone (z.B. iPhone, Blackberry) nutzen, kann sich vorstellen, in Zukunft ein solches Gerät für die Internetsnutzung anzuschaffen. Dabei zeigen besonders die Österreicher sehr großes Interesse, in der Schweiz ist die Kaufbereitschaft am geringsten.

» Können Sie sich vorstellen, sich in Zukunft ein Smartphone (z.B. iPhone, Blackberry) für die Internetsnutzung anzuschaffen?



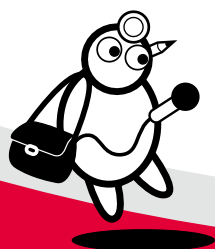
Angaben in %. Differenzen zu 100% sind rundungsbedingt.



Um die Verbreitung der Internetsnutzung unter Apothekern in Deutschland, der Schweiz und Österreich auch über den Teilnehmerkreis hinaus einordnen zu können, wurden die befragten Apotheker gebeten, eine Einschätzung über Ihre Kollegen abzugeben. Demnach sind die Apotheker in Österreich davon überzeugt, dass 80% Ihrer Kollegen das Internet nutzen, während in Deutschland und der Schweiz die Nutzung sogar auf 85% bzw. 87% geschätzt wird.




» Was glauben Sie wie viel Prozent der Apotheker in Ihrem Land nutzen prinzipiell das Internet (beruflich und/oder privat?), wenn auch nur gelegentlich?

			
	n=100	n=21	n=30
Internetnutzung durch Kollegen	85%	80%	87%

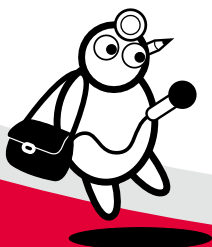


Das Hauptmotiv für die Nutzung des Internets ist die Informationssuche. Mit großem Abstand folgt der allgemeine Spaßfaktor des Internets sowie der Kontaktaufbau und der Austausch mit Anderen.

» Inwieweit treffen die unten aufgeführten Aussagen zur generellen Nutzung des Internets zu?




Ich nutze das Internet...	 n=100	 n=21	 n=30
...um mich zu informieren.	93%	95%	93%
...weil es Spass macht.	51%	67%	33%
...um mich mit anderen auszutauschen.	27%	43%	30%
...um online einzukaufen.	37%	33%	23%
...weil ich schnell Kontakt zu Anderen aufbauen kann.	29%	43%	30%
...weil ich selbst bestimmen kann.	25%	29%	17%
...weil ich selbst Inhalte über mich einspeisen kann.	4%	15%	7%
...weil ich auf Menschen treffe, die mir ähnlich sind.	8%	5%	7%
...weil die Zeit dann schneller vorbeigeht.	3%	5%	7%

Top Two Werte. Fünfstufige Skala von 1 (Nutze ich überhaupt nicht) bis 5 (Nutze ich sehr häufig).

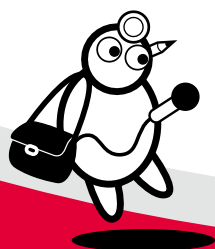


Bei der berufsbezogenen Internetsnutzung steht die Suche nach Informationen zu Medikamenten über alle drei Länder hinweg im Vordergrund. Ebenfalls eine große Rolle spielen der Abruf von Informationen über Krankheiten/Indikationsgebiete, gefolgt von Fortbildungen, medizinisch-wissenschaftlichen Lexika und Fachliteratur allgemein.

» Welche berufsbezogenen Inhalte rufen Sie im Internet ab?

Inhalte	 n=100	 n=21	 n=30
Informationen zu Medikamenten	66%	76%	87%
Krankheiten/Indikationsgebiete	55%	52%	67%
Fortbildung	57%	43%	67%
Medizinisch wissenschaftliches Lexikon für Fachbegriffe	47%	71%	67%
Fachliteratur allgemein	42%	43%	50%
Informationen zur Gesundheitspolitik	41%	24%	17%
Expertenforen/Apotheken-Netzwerke	30%	29%	10%
Informationen zur Gesundheitsvorsorge	28%	33%	23%
Betriebswirtschaftliche Infos	23%	14%	17%
Studien/-zusammenfassungen	21%	24%	40%
Informationen über Pharmaunternehmen	17%	24%	3%
Anderes	12%	24%	13%

Top Two Werte. Fünfstufige Skala von 1 (Nutze ich überhaupt nicht) bis 5 (Nutze ich sehr häufig).



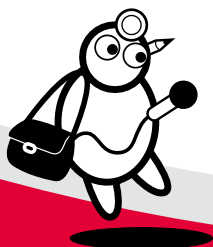
Internetangebote der Pharmaindustrie werden über alle drei Länder hinweg genutzt. In Deutschland werden produktneutrale und produktbezogene Websites im Vergleich zu Unternehmensseiten etwas stärker frequentiert, die Apotheker aus der Schweiz verwenden alle Internetseiten von Pharmaunternehmen gleichermaßen. Produktneutrale Websites werden von den Befragten aus Österreich im Vergleich minimal bevorzugt.

» Inwieweit nutzen Sie Unternehmens-, Produkt- und produktneutrale Seiten von Pharmaunternehmen?




	 n=100	 n=21	 n=30
Unternehmensseiten von Pharmaunternehmen	19%	10%	23%
Produktneutrale Websites von Pharmaunternehmen	32%	19%	20%
Produktseiten von Pharmaunternehmen	30%	10%	20%

Top Two Werte. Fünfstufige Skala von 1 (Nutze ich überhaupt nicht) bis 5 (Nutze ich sehr häufig).

Zu den Websites, die die Befragten beruflich am häufigsten nutzen, zählen neben der Suchmaschine Google vor allem die Seiten der jeweiligen Apothekenkammern. Das Online-Lexikon Wikipedia sowie Seiten mit Arzneimittelinformationen (rote-liste.de, fachinfo.de) werden generell für berufliche Zwecke genutzt, wenn sich auch leichte Unterschiede zwischen den Ländern zeigen. Länderspezifische Seiten, wie pharmavista.net in der Schweiz oder gehaltskasse.at in Österreich, weisen in den jeweiligen Ländern ebenfalls recht hohe Nutzungszahlen auf.






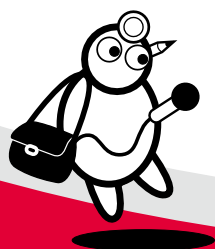
» Bitte geben Sie nun die Websites an, die Sie beruflich am häufigsten nutzen.

	 n=100	 n=21	 n=30
google.com	22%	48%	30%
Homepage der jeweiligen Apothekenkammer	34%	43%	0%
pharmavista.net	0%	0%	67%
doccheck.com	23%	19%	7%
wikipedia.org	19%	10%	17%
rote-liste.de, fachinfo.de	15%	19%	7%
pharmasuisse.org	0%	0%	40%
pharmazeutische-zeitung.de	15%	5%	0%
gehaltsskassen.at	0%	19%	0%

Rund 40% der Apotheker sind bereits Mitglied in einem sozialen Netzwerk. Facebook und Xing sind dabei länderübergreifend die am häufigsten genutzten Netzwerke. Insbesondere die Deutschen sind daneben auch in weiteren Netzwerken, wie MeinVZ oder MySpace, registriert.

» In welchen sozialen Netzwerken sind Sie Mitglied?

Inhalte	 n=100	 n=21	 n=30
Facebook	19%	33%	40%
Xing	12%	14%	13%
DocCheck Community	10%	10%	7%
MeinVZ	9%	0%	0%
MySpace	2%	0%	0%
LinkedIn	1%	0%	0%
Sonstige (z.B. wer kennt wen?)	13%	10%	0%
In keinem sozialen Netzwerk	62%	52%	57%



Fazit:

Das Internet ist bei Apothekern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz fest im beruflichen und privaten Alltag integriert. Dabei zeigen sich über die Länder hinweg zum größten Teil vergleichbare Nutzungsgewohnheiten.

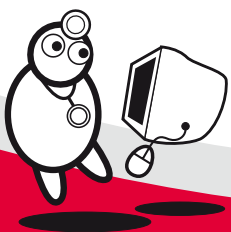
Länderübergreifend ist das einfache Handy zwar nach wie vor am stärksten verbreitet, jedoch finden auch technisch weiterentwickelte mobile Endgeräte, wie Smartphones und Handys mit Internetfunktion, bei einem beachtlichen Teil der Befragten Verwendung. Der Großteil derjenigen, die bisher kein Smartphone besitzen, kann sich vorstellen, ein solches Gerät für die Internetnutzung anzuschaffen, so dass hier in naher Zukunft eine deutliche Steigerung zu erwarten ist.

Die Hauptmotivation für die Internetnutzung stellt in allen drei Ländern die Suche nach Informationen dar. Mit weitem Abstand steht der allgemeine Spaßfaktor an zweiter Stelle. Es folgen die Möglichkeiten, online einzukaufen sowie die Kontaktaufnahme und der Austausch mit Anderen.

Die allseits beliebten sozialen Netzwerke finden auch unter den befragten Apothekern regen Anklang: Rund 40% geben an, in einem oder mehreren Netzwerken Mitglied zu sein, wobei Facebook und Xing hier länderübergreifend die ersten Plätze belegen. Auch die DocCheck Community weist im Vergleich eine recht hohe Verbreitung unter den Studienteilnehmern auf.

Zu den berufsbezogenen Inhalten, die von den Befragten im Internet abgerufen werden, zählen vor allem Informationen zu Medikamenten, Krankheiten und Indikationsgebieten. Daneben nutzt ein großer Teil der Befragten das Internet für Fortbildungen, sowie um medizinische Lexika und Fachbücher abzurufen.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass das Internet von Apothekern sowohl beruflich als auch privat intensiv genutzt wird, die befragten Apotheker dabei aus dem vielfältigen Angebot wählen und auch auf Web 2.0-Anwendungen zurückgreifen. Somit bietet das Internet verschiedene Kanäle für Marketingmaßnahmen, über die sich Apotheker erreichen lassen.



Ihr Kontakt



DocCheck

Dr. Himeh Horoufchin

Vogelsanger Str. 66, 50823 Köln

fon: +49 (0) 221.9 20 53-512

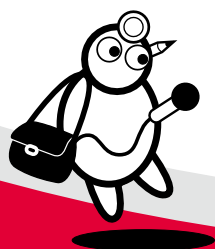
fax: +49 (0) 221.9 20 53-133

eMail: himeh.horoufchin@doccheck.com

Über DocCheck Research

DocCheck ist Europas führendes Portal für medizinische Fachkreise: Rund 700.000 registrierte Mitglieder nutzen mittlerweile unseren Service. Damit bietet DocCheck die idealen Voraussetzungen, um Ihre Kunden schnell und kostengünstig per Online-Marktforschung zu befragen.

Ob quantitative Online-Befragungen oder Webcam-Interviews – wir verfügen über reichlich Erfahrung bei der Durchführung von Internetstudien und Sie erhalten Ihre Ergebnisse innerhalb kürzester Zeit. Auch für Ihre individuelle Fragestellung finden wir schnell die passende Lösung! Benötigen Sie mehr Informationen oder möchten Sie eine eigene Marktforschung durchführen lassen? **Rufen Sie uns an oder besuchen Sie unsere Website!**



research.doccheck.com

Dr. Himeh Horoufchin

fon: +49(0)221.92053-512

eMail: himeh.horoufchin@doccheck.com

research.doccheck.com