

Medikamente? Nein, danke.

20.02.2008, 14:49 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Konzept & Analyse AG*

Umfrage von Konzept & Analyse zeigt: Fast 50 Prozent der Deutschen bekämpfen die Erkältung lieber mit einem heißen Bad als mit Hustenlöser

Der Februar ist Erkältungszeit. Schniefnasen und Dauerhuster in U-Bahn, Büro oder Kino sind kaum zu übersehen und -hören. Doch was tun die Deutschen gegen ihre Erkältungssymptome? 45 Prozent geben an, bei einer Erkältung ganz auf Medikamente zu verzichten. Das ergibt eine aktuelle Umfrage des Nürnberger Marktforschungsunternehmens Konzept & Analyse unter 1.000 Befragten. So glaubt fast die Hälfte der Deutschen, dass mit ausgiebigem Schlaf, Ruhe und einem heißen Bad der Kampf gegen Viren und Bazillen zu gewinnen ist. Auch im Trend: Die Selbstmedikation. Ein Drittel der Befragten vertraut auf den Apotheker und deckt sich im gesundheitlichen Krisenfall mit Nasenspray, Hustenlöser und Halsschmerztabletten ein. Auf die Kraft der Homöopathie vertrauen lediglich 17 Prozent der Befragten. Globuli, Echinacea, Umckaloabo und Co. finden somit nur bei einer Minderheit der Deutschen Anklang. Noch seltener sind nur diejenigen, die gleich beim ersten Anzeichen von Erkältung zum Arzt gehen, um sich „was Richtiges“ verschreiben zu lassen (2 Prozent).

Die repräsentative Online-Befragung wurde im Februar 2008 von dem Panel-Anbieter Respondi im Auftrag von Konzept & Analyse durchgeführt. Das Respondi-Panel verfügt derzeit über 55.000 aktive Teilnehmer in Deutschland. Dadurch ist eine repräsentative Meinungsvielfalt garantiert.

Portrait

Über Konzept & Analyse:

Konzept & Analyse gehört mit über 30 Mitarbeitern zu den führenden Unternehmen im Bereich der qualitativen Marktforschung und ist seit 20 Jahren für namhafte Markenartikler aus allen Branchen sowie für Verbände, Finanz- und Versicherungsdienstleister und Medienunternehmen tätig. Das Unternehmen war maßgeblich beteiligt am Erfolg zahlreicher Markenartikler wie Beck's, Langnese, Jever, Landliebe oder Wrigley's Extra. Alle Projekte werden von Marktforschungsspezialisten und erfahrenen Marketingexperten gemeinsam betreut. Einer der Schwerpunkte des Instituts liegt auf der Konsum- und Motivforschung. Auf der Basis des MarkenMonopol-Konzepts wurden Methoden wie das Psychodrama oder die MOT-Wirkungsanalyse entwickelt. Damit können die ursächlichen rationalen und emotionalen Gründe und Motive für das Kaufverhalten erhoben werden, an denen die Standardmarktforschung scheitert. Die Wirksamkeit der eigenen Methoden wurde in knapp 100 verschiedenen Märkten und Produktkategorien bewiesen.

Über Respondi:

Die Respondi AG ist ein junges Unternehmen mit Sitz in Köln und als Feldinstitut im Bereich internetbasierter Marktforschung spezialisiert. Als Anbieterin internationaler Online-Access-Panels in acht europäischen Ländern führt die Respondi AG Online-Befragungen für namhafte nationale und internationale Marktforschungsinstitute durch. Die Respondi als eigenständige Aktiengesellschaft wurde 2005 gegründet.

News-ID: 190185 • Views: 1388 (Stand: 24.04.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/190185/Medikamente-Nein-danke-.html>