

Studie anlässlich des Weltapothekertages: COVID verändert E-Commerce in Apotheken

Neuss, 25. September 2020 – Covid-19 hat den Übergang zum E-Commerce für OTC-Produkte nicht nur für Verbraucher, sondern auch für Apotheker beschleunigt. Dennoch suchen die Verbraucher online und im Geschäft mehr denn je vertrauenswürdigen Rat und professionelle Beratung. Das ist das Ergebnis einer europäischen Studie, die Johnson & Johnson (J&J) Consumer Health EMEA und das Marktforschungsinstitut Ipsos MORI anlässlich des heutigen Weltapothekertages durchgeführt haben. Befragt wurden mehr als 6.000 Teilnehmer im Alter zwischen 16 und 75 Jahren in ganz Europa.

Durchschnittlich 30 % der Konsumenten in Europa shoppen Gesundheitsprodukte online – am höchsten ist dieser Wert in Deutschland (38 %), gefolgt von Italien (37 %), Russland (34 %), Großbritannien (31 %), Spanien (27 %) und Frankreich (13 %). Dennoch suchen die Verbraucher online und im Geschäft mehr denn je vertrauenswürdigen Rat und professionelle Beratung, die ihnen hilft, sich im Labyrinth der Fake News zurechtzufinden, digitale Gesundheitslösungen zu verstehen und informierte Entscheidungen für die Selbstversorgung mit Gesundheitsprodukten zu treffen. Zusätzlich zum Online-Kanal besuchten durchschnittlich 54 % eine Apotheke, um während des Lockdowns Gesundheitsprodukte zu kaufen. An erster Stelle steht Italien (75 %), gefolgt von Russland (74 %), Spanien (58 %), Frankreich (55 %), Deutschland (34 %) und Großbritannien (29 %).

Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass die Verbraucher heute mehr von Apothekern erwarten. Durchschnittlich 50 % der Konsumenten erwarten Beratung zu rezeptfreien Gesundheitsprodukten, 37 % Hilfestellung zur Behandlung alltäglicher Gesundheitsprobleme wie Husten und Erkältungen, Raucherentwöhnung oder trockener Haut. 29 % möchten sich zu Gesundheitsthemen informieren, zu denen sie normalerweise den Arzt konsultieren würden, 29 % benötigen Rat zum COVID-Schutz,

23 % Zugang zu Diagnostika, 16 % Zugang zu Impfungen und 14 % Beratung zu chronischen Gesundheitsproblemen wie Diabetes oder Herz-Kreislauf-Erkrankungen.

Die Umfrage zeigt auch die wichtige Rolle der Apotheker bei der Vorbereitung auf das unsichere Level der Verbrauchernachfrage während des Winters. Im Durchschnitt sind nur 23 % der Konsumenten sehr zuversichtlich, dass die zuhause gelagerten Gesundheitsprodukte ausreichen, wenn es ihnen oder ihren Familienangehörigen nicht gut geht. Nur 36 % sind sich sicher, dass die Produkte ein gültiges Haltbarkeitsdatum aufweisen und nur 32 % sind überzeugt davon, dass die Produkte richtig gelagert werden.

„Die veränderten Kaufgewohnheiten der Verbraucher in Bezug auf Online- oder stationäre Käufe aber auch die unsichere Verbrauchernachfrage für den Herbst, stellen Apotheken vor neue Herausforderungen. Um Apothekern zu helfen, den Verbrauchern on- und offline Unterstützung zu bieten, intensivieren wir unsere Maßnahmen, insbesondere mit einem erweiterten Angebot an digitalen Produktschulungen, aber auch Inhouse-Schulungen für Apotheken“, sagt Karsten Klobbe (Commercial Director Self Care DACH & eCommerce, Johnson & Johnson Consumer Health). Er betont: „Die Rolle der Apotheken war noch nie so wichtig wie heute, sie spielen eine entscheidende Rolle als Gesundheitsexperten, die dem Verbraucher mit fachkundigem Rat zur Seite stehen.“

Über die Studie

Ipsos MORI hat insgesamt 6.378 Personen aus sechs europäischen Ländern online befragt: 1.113 Erwachsene aus Großbritannien im Alter von 16 bis 75 Jahren; 1.013 Erwachsene aus Frankreich im Alter von 16 bis 75 Jahren; 1.056 Erwachsene aus Deutschland im Alter von 16 bis 70 Jahren; 1.085 Erwachsene aus Italien im Alter von 16 bis 70 Jahren; 1.074 Erwachsene aus Spanien im Alter von 16 bis 65 Jahren und 1.037 Erwachsene aus Russland im Alter von 16 bis 60 Jahren. Die Studie beinhaltet eine national repräsentative Quotenstichprobe von Erwachsenen, die zwischen dem 25. August und 3. September an *Ipsos MORI's online I:Omnibus* teilgenommen haben. Die Daten wurden mit den bekannten Offline-Bevölkerungsanteilen gewichtet, und zwar nach Alter innerhalb des Geschlechts, der Region, des Erwerbsstatus und der sozialen Stellung.



CONSUMER HEALTH

Über den Weltapothekertag

Der Weltapothekertag wurde vom Internationalen Pharmazeutischen Verband initiiert, um Apotheker zu ermutigen, ihre Rolle bei der Verbesserung einer gesunden Lebensweise weltweit zu fördern und für sie einzutreten. „Globale Gesundheit transformieren“ ist das Thema des diesjährigen Weltapothekertages. Er soll zeigen, wie Apotheker zu einer Welt beitragen, in der jeder vom Zugang zu sicheren, wirksamen, qualitativ hochwertigen und bezahlbaren Arzneimitteln und Gesundheitstechnologien sowie von pharmazeutischen Versorgungsdiensten profitiert.

Über Johnson & Johnson Consumer Health

Bei Johnson & Johnson Consumer Health helfen wir mehr als 1,2 Milliarden Menschen dabei, ein gesünderes Leben zu führen – und das vom ersten Tag an. Angefangen beim ersten Babybad über den Schutz der Haut und Hygieneprodukte für Frauen bis hin zu apothekenpflichtigen Arzneimitteln: Seit mehr als 130 Jahren vertrauen die Menschen auf unsere Innovationen. Unser breites Portfolio unterschiedlicher Marken, darunter NEUTROGENA®, BEBE®, LISTERINE®, PENATEN®, O.B.®, REGAINE® und NICORETTE®, verbindet die Kraft der Wissenschaft mit den wichtigsten Erkenntnissen zu den menschlichen Bedürfnissen. Denn so können wir die Menschen dabei unterstützen, für sich selbst und ihre Lieben zu sorgen.

Mehr zu Johnson & Johnson GmbH in Deutschland unter: www.jnjgermany.de

Unser Service für Journalisten:

Sie haben Fragen oder wünschen aktuelle Pressefotos?

Wir helfen Ihnen gerne weiter:

Kontakt:

Pressebüro Johnson & Johnson GmbH

c/o Ogilvy Public Relations GmbH

Diane Sellenmerten

Am Handelshafen 2-4, 40221 Düsseldorf

Tel.: +49 (0) 211 49700 744

pressebuero.jnj@ogilvy.com



CONSUMER HEALTH

NOTE TO INVESTORS CONCERNING FORWARD-LOOKING STATEMENTS

This press release contains “forward-looking statements” as defined in the Private Securities Litigation Reform Act of 1995 regarding, among other things: future operating and financial performance, product development, market position and business. The reader is cautioned not to rely on these forward-looking statements. These statements are based on current expectations of future events. If underlying assumptions prove inaccurate or known or unknown risks or uncertainties materialize, actual results could vary materially from the expectations and projections of Johnson & Johnson. Risks and uncertainties include, but are not limited to: economic factors, such as interest rate and currency exchange rate fluctuations; competition, including technological advances, new products and patents attained by competitors; challenges inherent in new product research and development, including uncertainty of clinical success and obtaining regulatory approvals; uncertainty of commercial success for new and existing products; challenges to patents; the impact of patent expirations; the ability of the company to successfully execute strategic plans; the impact of business combinations and divestitures; manufacturing difficulties or delays, internally or within the supply chain; product efficacy or safety concerns resulting in product recalls or regulatory action; significant adverse litigation or government action, including related to product liability claims; changes to applicable laws and regulations, including tax laws and global health care reforms; trends toward health care cost containment; changes in behavior and spending patterns of purchasers of health care products and services; financial instability of international economies and legal systems and sovereign risk; increased scrutiny of the health care industry by government agencies. A further list and descriptions of these risks, uncertainties and other factors can be found in Johnson & Johnson's Annual Report on Form 10-K for the fiscal year ended December 29, 2019, including in the sections captioned “Cautionary Note Regarding Forward-Looking Statements” and “Item 1A. Risk Factors,” and in the company's most recently filed Quarterly Report on Form 10-Q, and the company's subsequent filings with the Securities and Exchange Commission. Copies of these filings are available online at www.sec.gov, www.jnj.com or on request from Johnson & Johnson. Any forward-looking statement made in this release speaks only as of the date of this release. Johnson & Johnson does not undertake to update any forward-looking statement as a result of new information or future events or developments.

Johnson & Johnson GmbH, Johnson & Johnson Platz 2, D-41470 Neuss
T: +49 2137 936-0 F: +49 2137 936 2333 www.jnjgermany.de
Reg.-Ger. Amtsgericht Neuss HRB 14980, WEEE-Reg.-Nr. DE24212257
Vorsitzende des Aufsichtsrates: Dr. Iris Zemzoum
Geschäftsführer: Paul Copeland, Vorsitzender
Karol Dzik, Fredrik Hedvall