

Erzwingen Käufer in Apotheken niedrigere Preise für OTC-Produkte?

Studie der TNS Infratest RI zur Preistransparenz von OTC-Produkten bei Apothekenkäufern

Seit zu Beginn des Jahres 2004 durch den Gesetzgeber die Preisbindung für OTC-Produkte in deutschen Apotheken aufgehoben wurde, hat sich für den Verbraucher im Bereich der freiverkäuflichen Apothekenprodukte augenscheinlich viel getan. Versandapotheken bieten eine Vielzahl von Artikeln deutlich unter dem empfohlenen Apothekenverkaufspreis an und auch die stationären Apotheken versuchen immer häufiger, mit günstigen Angeboten Kunden anzulocken.

Wie sehr haben nun diese „Discounter“-Aktionen mittlerweile das Kaufverhalten und die Apothekenwahrnehmung der Verbraucher beeinflusst? Ist „smart shopping“ bereits ein Thema für Gesundheitsprodukte? Werden Apotheken gezielt wegen preiswerter Produkte aufgesucht? Und ist der Verbraucher ob seiner Preiskennntnis überhaupt in der Lage, billig und teuer zu unterscheiden?

Die vorliegende Studie gibt eine Einschätzung, ob es wirklich die Apothekenkäufer sind, die niedrigere OTC-Preise erzwingen, und welche Möglichkeiten stationäre Apotheken haben, im Preiswettbewerb zu bestehen.



Einige Kernergebnisse der Studie sind:

Mehr als 50% der deutschen OTC-Apothekenkäufer sind preissensibel

Bei 60% äußert sich das durch die aktive Nachfrage nach dem Preis bzw. dem billigsten Produkt

Unabhängig von Einstellung und Verhalten gestehen mehr als 60% der Preisignoranten wie auch Preissensiblen, die genauen Preise der gekauften Produkte nicht zu kennen

ABER: Andererseits sind gut jedem vierten Befragten die Kosten eines OTC-Mittels egal

95% aller Apothekenkäufer wollen vor allem eines: Gute Beratung erhalten

Wie sollte ich in Bezug auf diese Erkenntnisse reagieren- was ist sinnvoll und was nicht?

Die Studie gibt Aufschluss darüber, welche Anpassungsmöglichkeiten stationäre Apotheken im zunehmend preisfokussierten Wettbewerbsumfeld haben und welche Möglichkeiten und Chancen im Kontext nicht preis-fokussierten Apothekenmarketings bestehen

Quelle: TNS Infratest RI GmbH

Als Teilnehmer der TNS Bonsai Befragungen erhalten Sie die vollständige Studie automatisch. Sofern Sie sich noch nicht für Befragungen bei TNS Bonsai angemeldet haben, können Sie das unter www.bonsai-deutschland.de nachholen.

Wir bedanken uns bei Ihnen für Ihre Teilnahme an Befragungen und freuen uns auf eine interessante Zusammenarbeit.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!

Ihr TNS Bonsai-Team

Kontakt und weitere Informationen:

Bonsai Deutschland Testmarkt Bremen GmbH; Obernstr. 1, 28195 Bremen
Telefon: 0421-460 22 0; info@bonsai-deutschland.de