

## Information

### Neue b4p-Studie zeigt: Das Gesundheitsbewusstsein der Deutschen nimmt zu

- + Der Studienableger **b4p t.o.m. Pharma** schlüsselt Käufer und Verwender von „Over the Counter“ (OTC)-Produkten auf und hilft, die Zielgruppen im Pharmamarkt noch besser zu verstehen
- + Die Kooperation mit der GfK SE für t.o.m. Pharma wurde auch in diesem Jahr fortgeführt

13.12.2016 – Rückenschmerzen haben in den letzten Jahren in Deutschland stark zugenommen. Mittlerweile leiden rund 11,11 Millionen Menschen ab 20 Jahren unter chronischen Rückenschmerzen. Laut b4p 2016 t.o.m. Pharma kaufen 10,59 Millionen Personen (16,4 Prozent) mindestens 2 Mal Mittel gegen akute Bewegungsschmerzen. Insgesamt verwenden 29,15 Millionen Bundesbürger (45 Prozent der Bevölkerung) rezeptfreie Rückenschmerz-Mittel.

Diese und viele weitere Informationen sind in der aktuellen t.o.m. Pharma enthalten, deren Ergebnisse seit heute vorliegen. Die Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung (GIK), Herausgeberin von best for planning (b4p) und best for tracking (b4t), veröffentlicht den Studienableger inzwischen zum vierten Mal. Die Studie bietet detaillierte Auswertungsmöglichkeiten zu 27 Indikationsbereichen und vier unterschiedlichen GfK-Käufertypen (Marken-, Empfehlungs-, Preis- und Wechselkäufer).

Carsten Dorn, Sprecher der GIK-Geschäftsführung: „Das Gesundheitsbewusstsein der Deutschen hat deutlich zugenommen. Mit vorbeugenden Präparaten versuchen 20,45 Millionen Personen (31,6 Prozent) die Gesundheit zu erhalten. Rund 49,6 Prozent, also beinahe jeder Zweite, versucht sich durch regelmäßige sportliche Betätigung fit zu halten.“

b4p t.o.m. Pharma ist ab sofort in allen gängigen Planungstools zählbar, inklusive der Daten von b4p 2016, die an die aktuelle ma 2016 Pressemedien II und ma 2016 Online 4 angepasst ist. b4p t.o.m. Pharma wird von Lizenznehmern getragen, die auch Lizenznehmer von b4p sind. Die Daten sind daher ausschließlich von diesen lizenzierten Partnern auswertbar. Zusätzlich haben Lizenznehmer und Werbungtreibenden die Möglichkeit, Sonderzielgruppen – wie z.B. die kundenindividuellen Zusammensetzungen von Indikationen und Marken – in das Tool fusionieren zu lassen.

Weitere Informationen zur Bestellung der Studie unter [www.b4p.media](http://www.b4p.media)

### Über b4p t.o.m. Pharma

b4p t.o.m. Pharma integriert die Daten von Deutschlands umfangreichster Markt-Media-Studie mit dem GfK medic\*scope-Panel. Das Panel bildet auf Basis von Tagebuchaufzeichnungen ab, welche OTC-Produkte von welchen Konsumententypen gekauft wurden. Die Fusion der Käuferdaten mit den Zielgruppen- und Mediainformationen von best for planning ermöglicht eine präzisere Aussteuerung der Mediaplanung auf Käufer, Verwender, Marken und Medien. Die Grundgesamtheit umfasst die deutschsprachige Gesamtbevölkerung ab 20 Jahren.

### Über die Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung (GIK)

Die Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung (GIK) ist ein Gemeinschaftsunternehmen



der fünf großen Medienhäuser Axel Springer SE, Bauer Media Group, Funke Mediengruppe, Gruner + Jahr und Hubert Burda Media. Gemeinsam betreiben sie die crossmedialen Markt-Media-Studien best for planning (b4p) und best for tracking (b4t), um Kunden und Marktpartnern Daten für ihre Werbeplanung zur Verfügung zu stellen.

## Kontakt

### **Axel Springer SE**

Bianca-Maria Dardon

Tel.: 030 / 2591-77641

Mail: [bianca.dardon@axelspringer.de](mailto:bianca.dardon@axelspringer.de)

### **Bauer Media Group**

Christoph Ploss

Tel.: 040 / 3019-1037

Mail: [christoph.ploss@bauermedia.com](mailto:christoph.ploss@bauermedia.com)

### **Funke Mediengruppe**

Katja Mazurek

Tel.: 0201 / 804 8866

Mail: [k.mazurek@funkemedien.de](mailto:k.mazurek@funkemedien.de)

### **Gruner + Jahr GmbH & Co. KG**

Carola Holtermann

Tel.: 040 / 328 714 13

Mail: [holtermann.carola\\_fr@guj.de](mailto:holtermann.carola_fr@guj.de)

### **Hubert Burda Media Mediengruppe**

Olga Oster

Tel.: 089 / 9250-2590

Mail: [Olga.Oster@burda.com](mailto:Olga.Oster@burda.com)

