

Contact:

Stacy Sevcik

+1 314 529 3062

stacy.sevcik@kantarhealth.com

PRESS RELEASE / PRESSEMITTEILUNG

FIRMENIMAGESTUDIE 2014

Hausärzte, Diabetologen und Kardiologen gaben ihr Votum zum Image der Pharmaindustrie in Deutschland – Teil 3: Hausärzte

MÜNCHEN, 18. Dezember 2014 – Kantar Health führt seit 1985 im Abstand von jeweils zwei Jahren eine repräsentative Gemeinschaftsstudie bei Hausärzten zum **Image pharmazeutischer Unternehmen** in Deutschland durch.

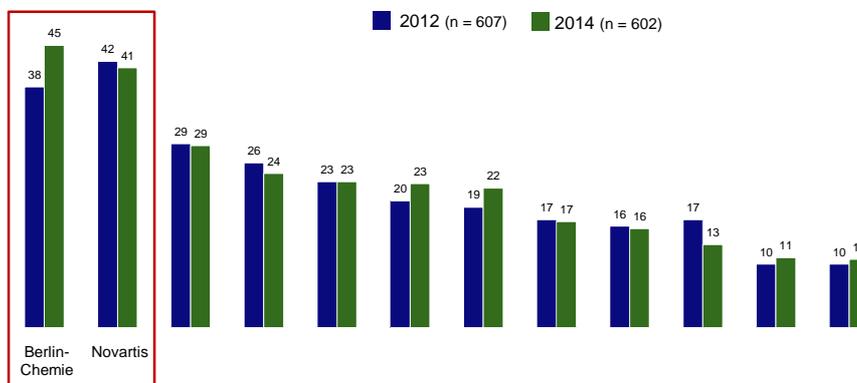
In der aktuellen Studie von 2014 wurden 33 Unternehmen beurteilt. Zielpersonen der Untersuchung waren niedergelassene Ärzte für Allgemeinmedizin/ Praktische Ärzte und Internisten in Deutschland. Befragt wurden insgesamt 602 Ärzte in drei Untersuchungswellen. Die Feldarbeit des Projektes fand in der Zeit von August 2014 bis Oktober 2014 statt.

Spontane Präferenz – Berlin-Chemie löst bei Hausärzten Novartis an der Spitze ab

Berlin-Chemie und Novartis bleiben - wie auch 2012 - die von Hausärzten am meisten geschätzten Pharmaunternehmen. Erst mit großem Abstand folgen die Nächstplatzierten. Dabei konnte Berlin-Chemie seinen Wert im Vergleich zur Vorwelle signifikant verbessern und ist an Novartis vorbeigezogen.

Im Vergleich mit 2012 liegen weiterhin Berlin-Chemie und Novartis vorne; Berlin-Chemie konnte seinen Wert signifikant steigern und nimmt 2014 erstmals den Spitzenrang ein

Wellenvergleich Spontane Präferenz bestimmter Firmen
(in %)



Frage A: Welche Pharma-Firmen werden von Ihnen besonders geschätzt?

Die Qualität der Präparate ist am entscheidendsten

Auch bei den Hausärzten war und ist die *Präparatequalität* am wichtigsten für die Bewertung eines Pharmaunternehmens, während *die gute telefonische Betreuung* weniger relevant bleibt. Die *Sensibilität für die Probleme des Arztes* und *eine gesellschaftlich verantwortungsvolle Rolle* haben bei Hausärzten an Bedeutung gewonnen.

Insgesamt wurden 20 Kriterien aus verschiedenen Bereichen abgefragt. Sie umfassen Aspekte zu den *Präparaten* (z.B. Präparatequalität, innovative Präparate), zur *Wirtschaftlichkeit* (z.B. Preis-/Leistungsverhältnis, gute Nutzenbewertung durch GBA), zum *Service* (z.B. hilfreiche Infos und/oder Serviceleistungen für Patienten, hilfreiche Informationen im Internet), zur *Betreuung* (z.B. guter Außendienst, Kontinuität in der Betreuung, Sensibilität für die Probleme des Arztes) und zur *Gesellschaft/ Politik* (z.B. gesellschaftlich verantwortungsvolle Rolle, Kompetenz in gesundheitspolitischen Fragen).

Berlin-Chemie beim Gesamt-Image unter Hausärzten Kopf an Kopf mit Bayer

Jede Firma wird hinsichtlich der Performance für diese 20 Bewertungskriterien bewertet, und daraus der Gesamt-Imagewert je Firma gebildet. Im Jahr 2014 erreichen Berlin-Chemie und Bayer die höchsten Image-Gesamtwerte, dicht gefolgt von den 3 Firmen Boehringer Ingelheim, Novartis und Sanofi.

Gesamtübersicht Image der Pharmaunternehmen 2014

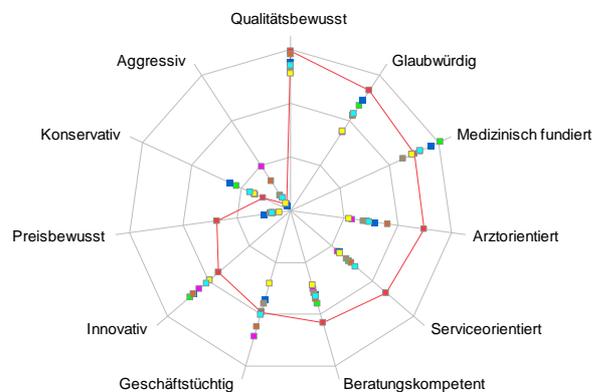
- mehr als 0,5 Punkte über dem durchschnittlichen Mittelwert über alle Firmen
- -0,5 bis 0,5 Punkte um den durchschnittlichen Mittelwert über alle Firmen
- mehr als 0,5 Punkte unter dem durchschnittlichen Mittelwert über alle Firmen

Wichtigkeit	Image-Gesamtwert																				Z6
	4,6	4,3	4,2	4,2	4,1	4,1	4,0	4,0	3,9	3,8	3,8	3,7	3,6	3,5	3,5	3,4	3,3	3,1	2,6		
Berlin-Chemie	78,7	0,3	0,3	0,8	1,0	0,5	0,9	0,6	0,6	0,4	0,5	0,5	0,3	0,3	0,6	0,4	0,7	0,6	0,3	0,5	0,5
Bayer	78,4	0,3	0,0	0,8	0,8	0,6	0,8	0,6	0,5	0,7	0,4	0,6	0,8	0,1	0,5	0,6	0,6	0,5	0,6	0,4	0,4
77,5	0,3	0,0	0,7	0,7	0,5	0,7	0,5	0,4	0,6	0,4	0,5	0,7	0,1	0,5	0,5	0,6	0,5	0,5	0,4	0,5	
77,3	0,3	0,0	0,6	0,7	0,6	0,6	0,5	0,4	0,7	0,4	0,5	0,8	0,0	0,4	0,5	0,5	0,5	0,4	0,5	0,4	
77,2	0,3	-0,1	0,7	0,9	0,5	0,6	0,5	0,4	0,8	0,3	0,4	0,9	0,0	0,5	0,4	0,5	0,5	0,4	0,4	0,5	
74,2	0,1	-0,2	0,5	0,6	0,5	0,4	0,3	0,2	0,6	0,2	0,3	0,5	-0,2	0,4	0,2	0,4	0,3	0,4	0,3	0,3	
73,3	0,2	0,0	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,5	0,2	0,4	0,5	-0,1	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,7	0,3	
72,8	0,3	-0,2	0,4	0,6	0,4	0,4	0,2	0,1	0,5	0,2	0,2	0,6	-0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	
72,2	0,2	-0,3	0,3	0,6	0,4	0,1	0,2	0,1	0,6	0,2	0,2	0,6	-0,4	0,1	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	0,3	
71,3	0,1	-0,2	0,3	0,2	0,3	0,2	0,1	0,0	0,5	0,0	0,3	0,5	-0,2	0,1	0,0	0,2	0,1	0,2	0,5	0,2	
71,3	0,3	-0,2	0,3	0,4	0,3	0,2	0,0	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	-0,1	0,2	0,2	0,2	0,1	0,0	0,6	0,0	
71,0	0,1	-0,2	0,3	0,3	0,2	0,1	0,0	0,1	0,4	0,2	0,1	0,6	-0,2	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2	0,3	0,1	
71,0	0,1	-0,1	0,3	0,4	0,2	0,2	0,2	0,2	0,4	0,2	0,0	0,4	-0,2	0,1	0,0	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	
70,6	0,0	-0,2	0,2	0,2	0,2	0,0	0,0	0,1	0,4	0,1	0,0	0,4	-0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1	0,4	0,1	
70,2	0,1	0,0	0,3	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,2	0,1	0,3	0,1	
69,5	0,0	0,0	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,2	0,1	0,0	0,0	-0,1	0,3	0,1	-0,1	0,3	0,0	
69,5	0,0	-0,3	-0,1	0,3	0,3	-0,1	-0,1	-0,1	0,4	0,1	0,1	0,6	-0,4	0,1	0,2	0,0	0,1	0,3	0,2	0,0	
69,0	-0,1	-0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0	0,2	0,0	0,1	0,2	-0,2	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	
68,4	-0,1	-0,1	-0,2	0,1	0,2	-0,2	-0,1	-0,1	0,2	0,0	0,0	0,4	-0,2	-0,1	0,1	0,0	0,1	0,2	0,1	0,2	
67,9	0,0	0,7	0,1	-0,3	-0,3	0,3	0,3	0,0	-0,7	0,1	0,1	-0,9	0,7	0,2	0,1	0,0	0,1	-0,1	-0,6	0,1	
67,7	-0,2	-0,3	0,2	0,0	0,0	0,1	-0,1	0,1	-0,1	0,0	-0,1	-0,1	-0,1	0,2	0,0	0,2	0,0	-0,1	-0,1	0,0	
65,5	-0,2	-0,2	0,0	-0,2	-0,2	0,0	-0,2	-0,1	-0,1	-0,2	-0,2	-0,2	-0,2	-0,1	0,0	0,0	-0,1	-0,1	0,0	-0,2	
65,1	-0,3	-0,3	0,0	-0,3	-0,1	0,0	-0,2	-0,1	0,0	-0,2	-0,1	-0,1	-0,3	-0,2	-0,2	-0,2	-0,1	-0,3	0,0	-0,1	
64,1	0,1	0,4	-0,1	-0,5	-0,3	-0,3	-0,1	0,0	-0,6	-0,1	-0,2	-0,6	0,4	-0,2	-0,2	-0,3	-0,2	-0,3	-0,4	-0,1	
63,5	-0,3	0,4	0,3	0,6	-0,4	-0,2	-0,2	-0,2	-0,6	0,3	-0,2	-0,7	0,5	-0,2	0,2	-0,4	-0,4	-0,3	-0,5	-0,2	
61,4	-0,1	0,4	0,3	-0,8	-0,6	-0,4	-0,1	-0,1	-1,1	-0,1	-0,2	-1,2	0,7	-0,1	-0,2	-0,3	-0,3	-0,4	-1,1	-0,3	
60,9	-0,1	0,3	-0,4	-0,7	-0,5	-0,5	-0,4	-0,3	-0,7	-0,4	-0,5	-0,7	0,3	-0,3	-0,3	-0,4	-0,4	-0,4	-0,4	-0,3	
60,4	-0,3	-0,7	-0,8	-0,4	-0,3	-0,5	-0,9	-0,5	0,1	-0,2	-0,5	0,2	-0,8	-0,3	-0,3	-0,6	-0,5	-0,1	0,1	-0,3	
59,8	-0,1	-0,6	-0,9	-0,5	-0,4	-0,7	-0,7	-0,5	0,1	-0,3	-0,4	0,1	-0,7	-0,7	-0,4	-0,6	-0,4	-0,1	0,1	-0,4	
57,9	-0,1	0,4	-0,9	-0,9	-0,7	-0,9	-0,4	-0,4	-1,2	-0,3	-0,4	-1,2	0,6	-0,4	-0,5	-0,5	-0,3	-0,9	-0,5	-0,5	
57,1	-0,4	0,5	-1,0	-1,1	-0,7	-0,6	-0,1	-0,4	-1,1	-0,6	-0,3	-1,4	0,6	-0,4	-0,6	-0,7	-0,5	-0,5	-1,0	-0,6	
56,1	-0,2	0,1	-0,8	-1,0	-0,8	-0,7	-0,4	-0,6	-0,9	-0,5	-0,8	-1,0	0,1	-0,7	-0,6	-0,6	-0,5	-0,6	-0,8	-0,6	
51,1	-0,4	0,7	-1,5	-1,4	-1,2	-1,0	-0,5	-0,7	-1,4	-0,7	-1,0	-1,7	0,6	-0,9	-0,9	-1,0	-0,9	-0,8	-1,2	-0,8	

Berlin-Chemie wird von den Hausärzten als besonders arzt- und serviceorientiert wahrgenommen

Für jede der bewerteten pharmazeutischen Firmen wird aus den Zuordnungen der 11 wichtigsten Attribute die individuelle Wahrnehmung der bewerteten Firmen durch den Hausarzt ermittelt. Berlin-Chemie kann sich dabei von den anderen Firmen abheben als besonders arztorientiert, serviceorientiert und preisbewusst.

Eigenschaften von Pharma-Firmen – 2014 (n = 200 je Firma)



Den vollständigen Berichtsband „Firmenimage bei APIs 2014“ können Sie bei Dr. Katja Zacharias, Senior Consultant Marketing Insights bei Kantar Health, Tel.: 089 56001929, email: katja.zacharias@kantarhealth.com erwerben.

Diese Ergebnisse dürfen nur unter der Quellenangabe “Kantar Health“ veröffentlicht werden.

About Kantar Health

Kantar Health is a leading global healthcare consulting firm and trusted advisor to many pharmaceutical, biotech, and medical device and diagnostic companies worldwide. It combines evidence-based research capabilities with deep scientific, therapeutic and clinical knowledge, commercial development know-how, and brand and marketing expertise to help clients evaluate opportunities, launch products and maintain brand and market leadership.

Kantar Health deeply understands the influence of patients, payers and physicians, especially as they relate to the performance and payment of medicines and the delivery of healthcare services. Its 600+ healthcare industry specialists work across the product lifecycle, from preclinical development to launch, acting as catalysts to successful decision-making in life sciences and helping clients prioritize their product development and portfolio activities, differentiate their brands and drive product success post-launch. Kantar Health is part of Kantar, the data investment management division of WPP. For more information, please visit www.kantarhealth.com.

Kontakt und weitere Informationen:

Kantar Health GmbH

Dr. Katja Zacharias

Senior Consultant Marketing Insights

t: +49 (0) 89 5600-1929

f: +49 (0) 521 9257-332

e: katja.zacharias@kantarhealth.com