

EDITION 01/2025

# **BCN.***Deutschland-Puls*

Vertrauen in der Gesundheitsbranche



# *Was ist der Deutschland-Puls?*

*Wie steht die deutsche Bevölkerung zu aktuellen Gesundheitsthemen? Die neue Studie „BCN Deutschland-Puls“ des Crossmedia-Vermarkters BCN vermittelt ab sofort einmal jährlich ein umfassendes Stimmungsbild. Die Ergebnisse wurden in diesem Jahr erstmals exklusiv auf dem BCN Health Lab 2025 vorgestellt.*





# Leitthema 2025: *Vertrauen*

# Vertrauen als Faktor *für Erfolg*

Die Studie beschäftigt sich jedes Jahr mit einem Kernthema. In diesem Jahr geht es um Vertrauen – die Basis für ein funktionierendes Gesundheitssystem.

Auf der einen Seite stehen dabei die Patient:innen. Nur wenn sie an die Zuverlässigkeit von medizinischer Beratung, Präventionsangeboten und neuen Technologien glauben, kann das System stabil bleiben.

Auf der anderen Seite braucht auch die Health- und Pharma-Branche verlässliche politische Rahmenbedingungen, um nachhaltige unternehmerische Entscheidungen treffen zu können.



**Wie steht es um dieses Vertrauen heute? In einer Zeit, in der Desinformation, KI und der ständige Wandel im Gesundheitsmarkt für Verunsicherung sorgen?**

Die neue Studie gibt Aufschluss darüber, wie die Deutschen verschiedene Gesundheitsthemen einschätzen. Dazu gehören die in diesem Jahr eingeführte elektronische Patientenakte, das E-Rezept, KI im Gesundheitswesen, Longevity, Nahrungsergänzungsmittel, Vorsorge sowie das deutsche Gesundheitssystem und die Gesundheitspolitik im Allgemeinen.

# Methode

## **BCN Online-Befragung (2025):**

Online-Nutzer:innen ab 16 Jahren, repräsentativ zur deutschen Bevölkerung hinsichtlich Alter, Geschlecht und Bildung (laut b4p 2024 II).

Befragt wurden hierzu  
in **Online-Interviews**  
**2.000 Personen.**

## **b4p (2024):**

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (70,48 Mio.). Zur repräsentativen Abbildung dieser Grundgesamtheit wurden für b4p 2024 insgesamt 30.234 zufällig ausgewählte Personen befragt.

## **b4p extra (2024):**

Grundgesamtheit: Online-Nutzer:innen (in den letzten 3 Monaten) ab 16 Jahren (61,5 Mio.). Befragt wurden hierzu in Online-Interviews 4.084 Personen. Um die Ergebnisse auf breiter Basis in der Hauptstudie der b4p zählbar zu machen, wurden die Daten des b4p-extra-Fragebogens mit dem Hauptdatensatz der Online-Fälle (Internetnutzer:innen der letzten 3 Monate ab 16 Jahren) fusioniert.

## **b4p trends „Medienvertrauen/Fake News“ (2025):**

Grundgesamtheit: Online-Nutzer:innen (in den letzten 3 Monaten) ab 16 Jahren, repräsentativ für die deutsche Online-Gesamtbevölkerung gewichtet nach Alter, Geschlecht, Bildung (laut ma Presse 2024). Befragt wurden hierzu in Online-Interviews 2.023 Personen.

# Management Summary

→ Das Vertrauen und die Zufriedenheit der Menschen in das deutsche Gesundheitssystem und die Gesundheitspolitik sind gering. Mehr als die Hälfte der Befragten findet: Es braucht eine grundlegende Veränderung in der Gesundheitspolitik.

→ Digitale Gesundheitslösungen wie die elektronische Patientenakte (ePA) und das E-Rezept sind bereits in der Bevölkerung bekannt und werden gut angenommen. Die ePA wird jedoch nicht durchweg positiv bewertet – insbesondere das Thema Datenschutz sehen die Menschen kritisch.

→ Dem Einsatz von KI im Gesundheitswesen stehen die Menschen eher skeptisch gegenüber. Viele sind der Meinung, dass KI den Menschen in der Medizin nie ersetzen wird.

→ Nur ein geringer Anteil beschäftigt sich mit Trendthemen wie Longevity oder Fitnessstrackern. Dagegen betreiben immer mehr Menschen Selbstfürsorge und haben erkannt: Vorsorge ist besser als Nachsorge.

→ Nicht jede:r hat Vertrauen in die Impfstoffe in Deutschland. Die Angst vor Nebenwirkungen oder nicht ausreichende Erforschung der Impfstoffe sind Gründe dafür. Nur die Hälfte würde die Corona-Impfungen im Nachhinein als richtig und wichtig bewerten.



# Der 1. Deutschland-Puls im Überblick



|   |                                                                                                  |       |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 1 | Vertrauen in Medien                                                                              | 08-12 |
| 2 | Vertrauen in Gesundheitssystem und -politik                                                      | 13-20 |
| 3 | Vertrauen in Apotheken und Arzneimittel                                                          | 21-26 |
| 4 | Vertrauen in digitale Gesundheitslösungen:<br>Elektronische Patientenakte (ePA), E-Rezept und KI | 27-33 |
| 5 | Selbstfürsorge, Vorsorge und Eigenleistungen                                                     | 34-39 |
| 6 | Vertrauen in Trends: Nahrungsergänzungsmittel                                                    | 40-46 |
| 7 | Vertrauen in Trends: Longevity                                                                   | 47-50 |
| 8 | Vertrauen in Impfungen                                                                           | 51-55 |

# Vertrauen in *Medien*

Wie hat sich die Wahrnehmung von Medien geändert?  
Von wem fühlen sich die Deutschen am zuverlässigsten  
informiert und beraten? Diese Quellen gelten in der  
Bevölkerung als seriös.

Der Begriff „*Fake News*“ ist in der Bevölkerung bekannt.  
**82%** kennen den Begriff und wissen, was damit gemeint ist. **15%** kennen ihn zwar, aber wissen nicht genau, was damit gemeint ist. Nur **3%** können nichts mit dem Begriff „*Fake News*“ anfangen.

**Fake News sind leider Teil unserer modernen Welt –  
und gerade bei Gesundheitsinformationen sehr gefährlich.**  
*Was denken die Menschen darüber?*

**80%**

„Gerade beim Thema  
Gesundheit ist mir der  
Wahrheitsgehalt besonders  
wichtig.“

Quelle: BCN Online-Befragung<sup>1</sup>

**87%**

„Es ist mir wichtig,  
vertrauenswürdige  
Informationsquellen  
zu haben.“

Quelle: b4p<sup>2</sup>

**52%**

„Die Verbreitung von Fake  
News macht mir Angst.“

Quelle: BCN Online-Befragung<sup>1</sup>

**43%**

informieren sich  
häufig in Medien über  
Gesundheitsfragen.

Quelle: b4p<sup>2</sup>

# Wie sehr vertrauen die Menschen den folgenden Informationsquellen bei Gesundheitsthemen?



# Key Takeaways:

## Vertrauen in Medien

### → *Fake News verunsichern viele*

Der Begriff „**Fake News**“ ist in der Bevölkerung bekannt. Vielen macht die Verbreitung von Fake News Angst.

### → *Vertrauen in klassische Medien*

**Seriöse, vertrauenswürdige Quellen** sind den Menschen daher wichtig. Nach der Beratung in Arztpraxen und Apotheken sowie Gesprächen mit Freunden oder Verwandten werden Berichte und Tests in Medien als am vertrauenswürdigsten eingestuft.

### → *Werbung bleibt Einflussfaktor*

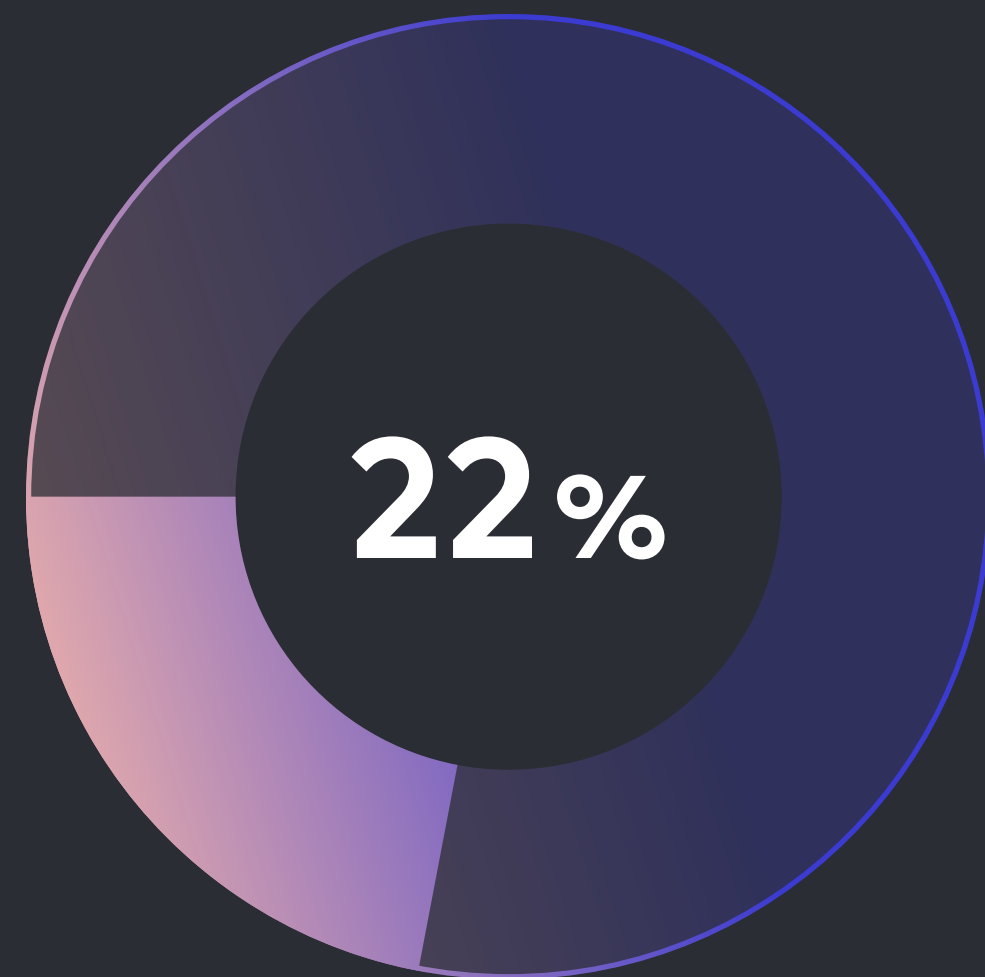
**Werbung** wird als weniger vertrauenswürdiges Informationsmedium genannt. Kommunikativ gesehen bleibt sie dennoch ein wichtiger Faktor, da sie den einzigen Weg darstellt, sich direkt an Konsument:innen zu wenden und Kaufentscheidungen zu beeinflussen.



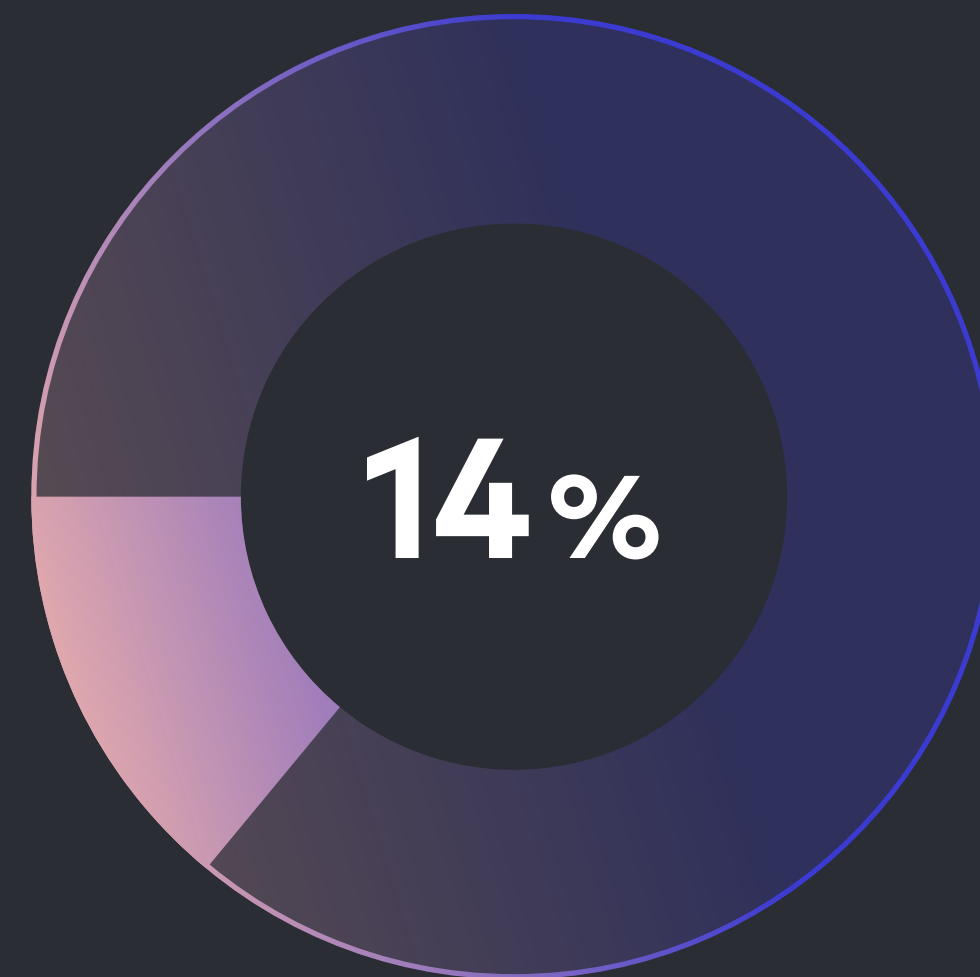
# Vertrauen in *Gesundheitssystem und -politik*

Wie zufrieden sind Patient:innen mit dem deutschen Gesundheitssystem? Wie bewerten sie die Gesundheitspolitik der aktuellen Regierung? Die neuen Zahlen zeigen Unterschiede bei Männern und Frauen auf.

# *Das Vertrauen in das Gesundheitssystem und die Gesundheitspolitik in Deutschland ist gering.*



Vertrauen in das  
Gesundheitssystem

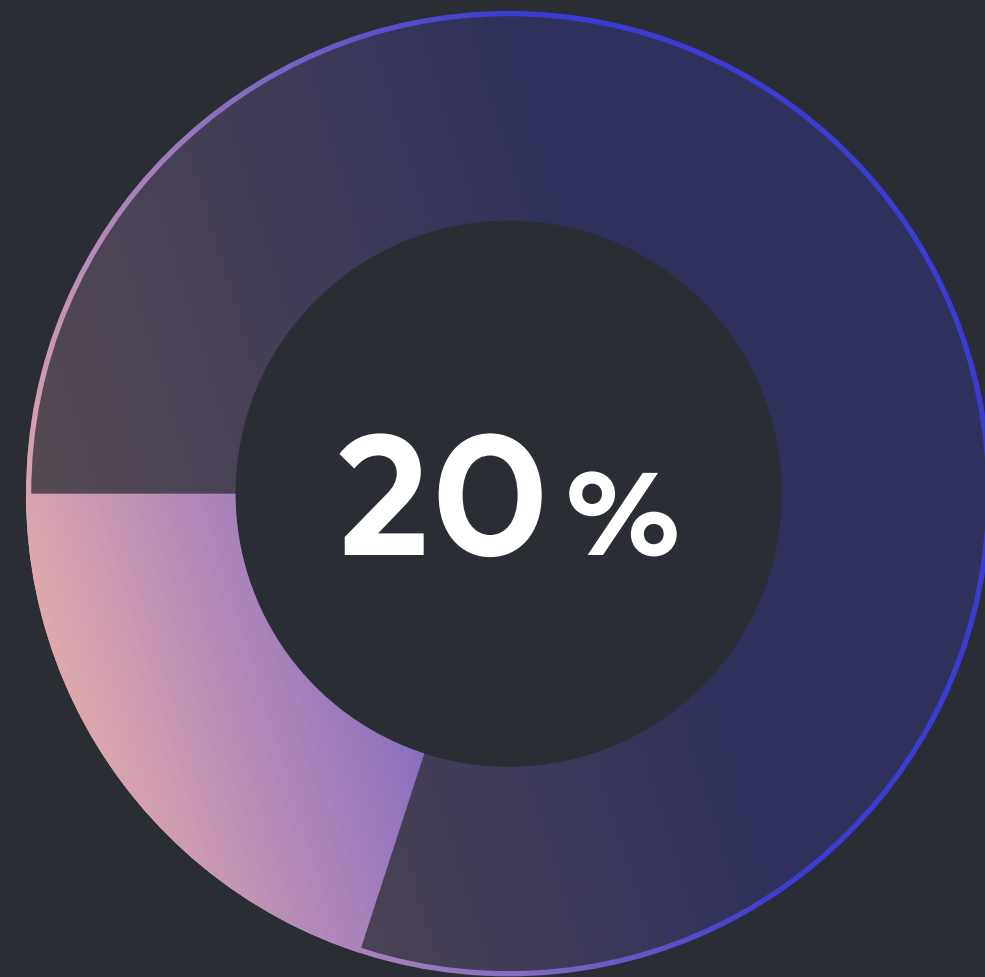


Vertrauen in die  
Gesundheitspolitik

## *Unterschied der Geschlechter*

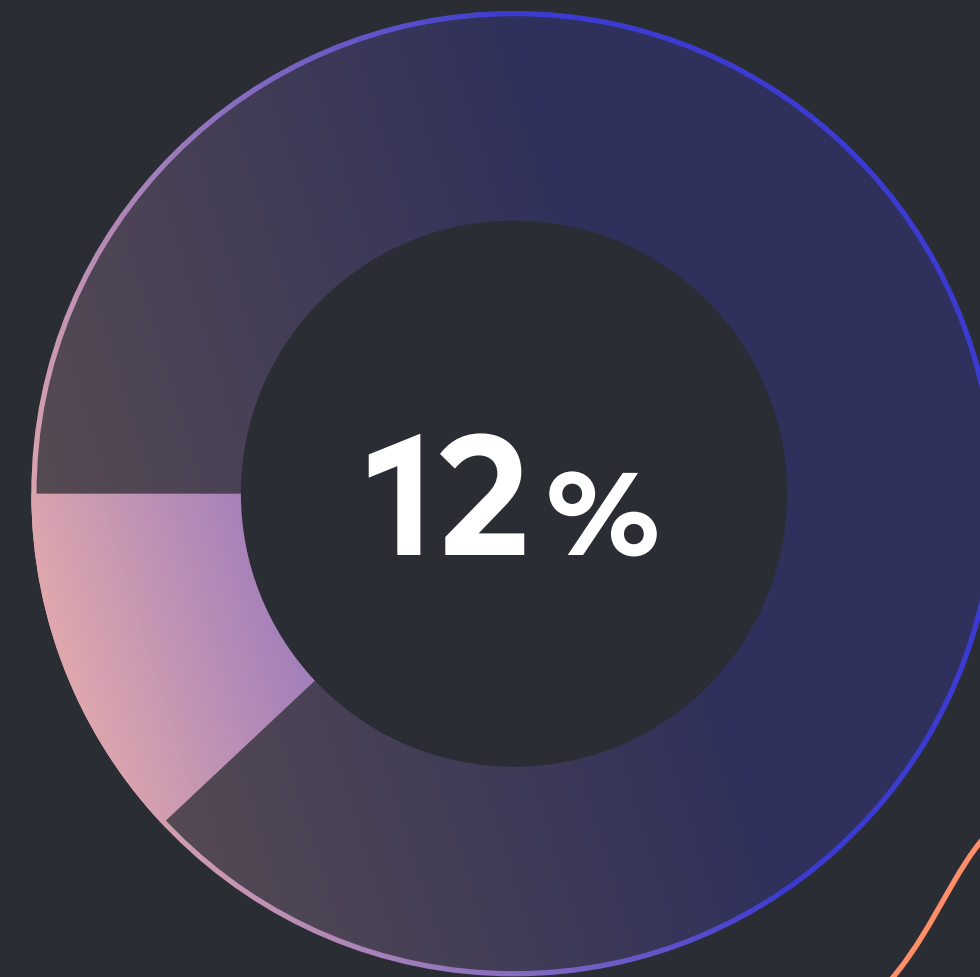
Das Vertrauen von Frauen (19%)  
ist dabei geringer als das  
von Männern (26%)

# Die Zufriedenheit mit dem Gesundheitssystem und der Gesundheitspolitik in Deutschland ist gering.



Zufriedenheit mit dem Gesundheitssystem

Die Zufriedenheit von **Frauen (16%)** ist dabei geringer als von **Männern (24%)**.



Zufriedenheit mit der Gesundheitspolitik

**53%**

finden, es brauche eine grundlegende Veränderung in der Gesundheitspolitik.

**45%**

finden, das deutsche Gesundheitssystem verursache zu hohe Kosten – **Männer (51%)** noch mehr als **Frauen (39%)**.

# Wir haben nachgefragt: *Was sind die Vorteile des deutschen Gesundheitssystems?*

- 01 Allgemeiner Zugang und universelle Versorgung für alle
- 02 Hohe Qualität der medizinischen Versorgung
- 03 Freie Arztwahl und individuelle Betreuung
- 04 Umfassende Leistungen und Kostenübernahme durch Krankenkassen
- 05 Hohe Stabilität und Zuverlässigkeit im internationalen Vergleich

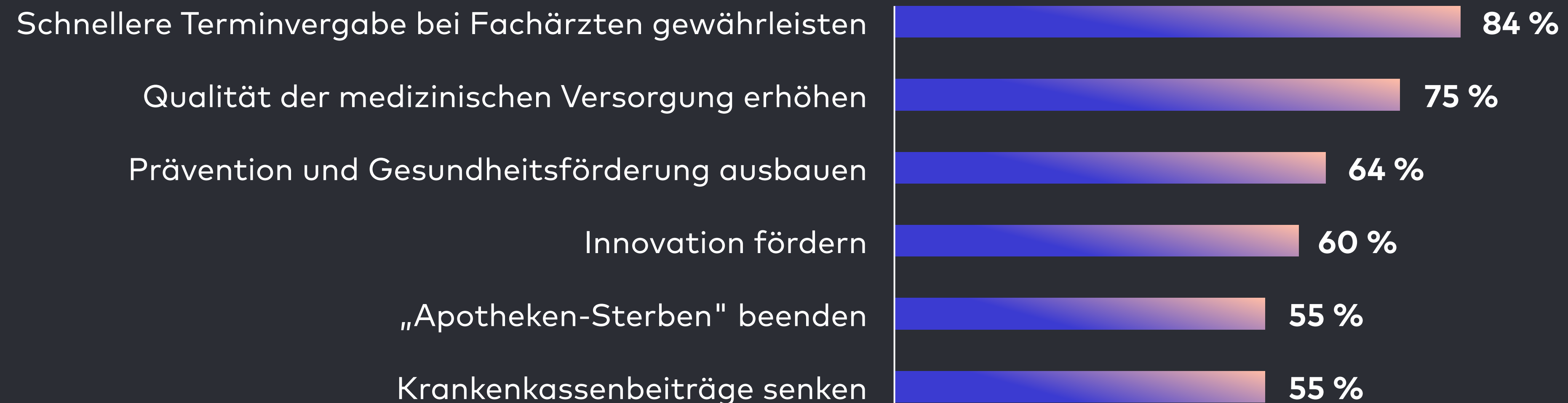


# Wir haben nachgefragt: *Wo liegen die Probleme des Gesundheitssystems?*

- 01 „Zweiklassenmedizin“ zwischen gesetzlich und privat Versicherten
- 02 Lange Wartezeiten für Arzttermine und Behandlungen
- 03 Hohe finanzielle Belastung durch Kassenbeiträge und IGeL-Leistungen
- 04 Personalmangel und Überlastung
- 05 Bürokratie und Aufholbedarf bei digitalen Lösungen
- 06 Mangelnde Patientenorientierung und Menschlichkeit



# *Wie wichtig sind den Menschen folgende Aspekte rund um das Gesundheitswesen in Deutschland?*



# Die Krankenversicherung ist ein zentraler Pfeiler unseres Gesundheitssystems.

*Was denken die Menschen darüber – und welche Sorgen treiben sie um?*

**55 %**

haben Angst vor weiteren Kostensteigerungen bei der Krankenversicherung.

**34 %**

machen sich Sorgen, dass sie sich im Alter den Versicherungsschutz im Krankheitsfall nicht mehr leisten können.

**31 %**

haben Sorge, dass der Versicherungsschutz im Krankheitsfall nicht ausreicht.

**29 %**

finden es gut, dass es in Deutschland sowohl gesetzliche als auch private Krankenversicherungen gibt.

**50 %**

haben Vertrauen in die Krankenversicherung.

# Key Takeaways:

## Vertrauen in Gesundheitssystem und -politik

### → *Wenig Vertrauen*

Das Vertrauen in das deutsche **Gesundheitssystem** und die **Gesundheitspolitik** sowie die Zufriedenheit mit beiden ist gering. Hier besteht Handlungsbedarf. Die aktuelle Politik wird etwas kritischer gesehen als das Gesundheitssystem generell.

### → *Mehrheit fordert Systemwandel*

Etwas mehr als die Hälfte der Befragten wünscht sich eine grundlegende **Änderung des Systems**, insbesondere eine schnellere Terminvergabe, höhere Qualität der medizinischen Versorgung und den Ausbau der Prävention.

### → *Frauen kritischer als Männer*

Auffällig: Frauen vertrauen dem Gesundheitssystem weniger und sind auch weniger zufrieden mit dem Gesundheitssystem als Männer.

**Unsere Einschätzung:** Dies könnte ein Hinweis auf eine kritischere Sichtweise aufgrund des **Gender Health Gaps** sein.

### → *Sorge um Krankenversicherung*

Nur die Hälfte der Menschen vertraut ihrer **Krankenversicherung**. Die Angst vor weiter steigenden Kosten oder die Frage, ob man sich den Schutz im Alter noch leisten kann, trüben das Vertrauen.

# Vertrauen in Apotheken *und Arzneimittel*

Marke, Qualität oder Preis – welches Kriterium entscheidet, was im Einkaufskorb landet? Welche Rolle spielt die Beratungsleistung der Apotheken? Darauf achten die Deutschen beim Medikamentenkauf.

*Apotheken first:* Beim Kauf von rezeptfreien Medikamenten wenden sich **61%** für eine Beratung an ihre Apothekerin oder ihren Apotheker.

# Apotheken sind für viele eine wichtige Anlaufstelle bei gesundheitlichen Fragen.

*Was denken die Menschen darüber?*

**70%**

„Apotheken vor Ort sind ein unverzichtbarer Bestandteil der Gesundheitsversorgung.“

**68%**

„Eine Apotheke in meiner Nähe ist mir wichtig.“

**60%**

„Ich habe großes Vertrauen in die Kompetenz der Mitarbeiter:innen in Apotheken vor Ort.“

**52%**

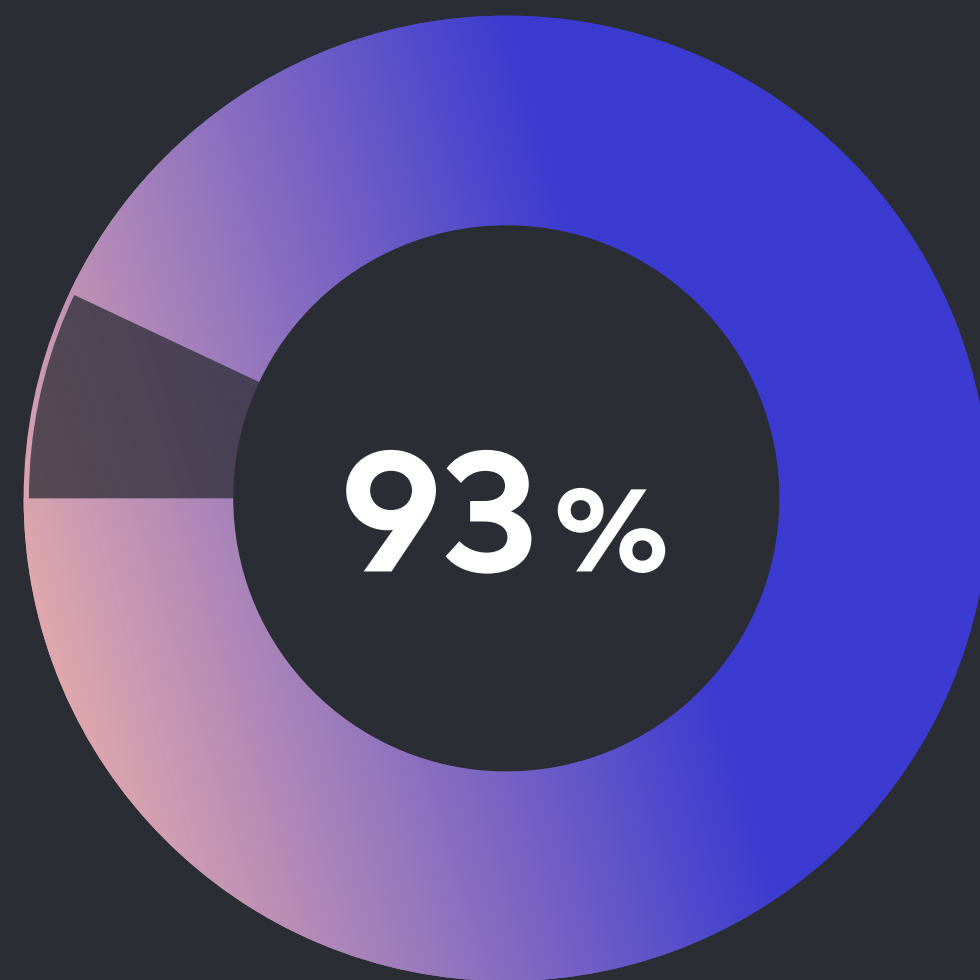
„Produktempfehlungen von Apotheker:innen vertraue ich.“

**50%**

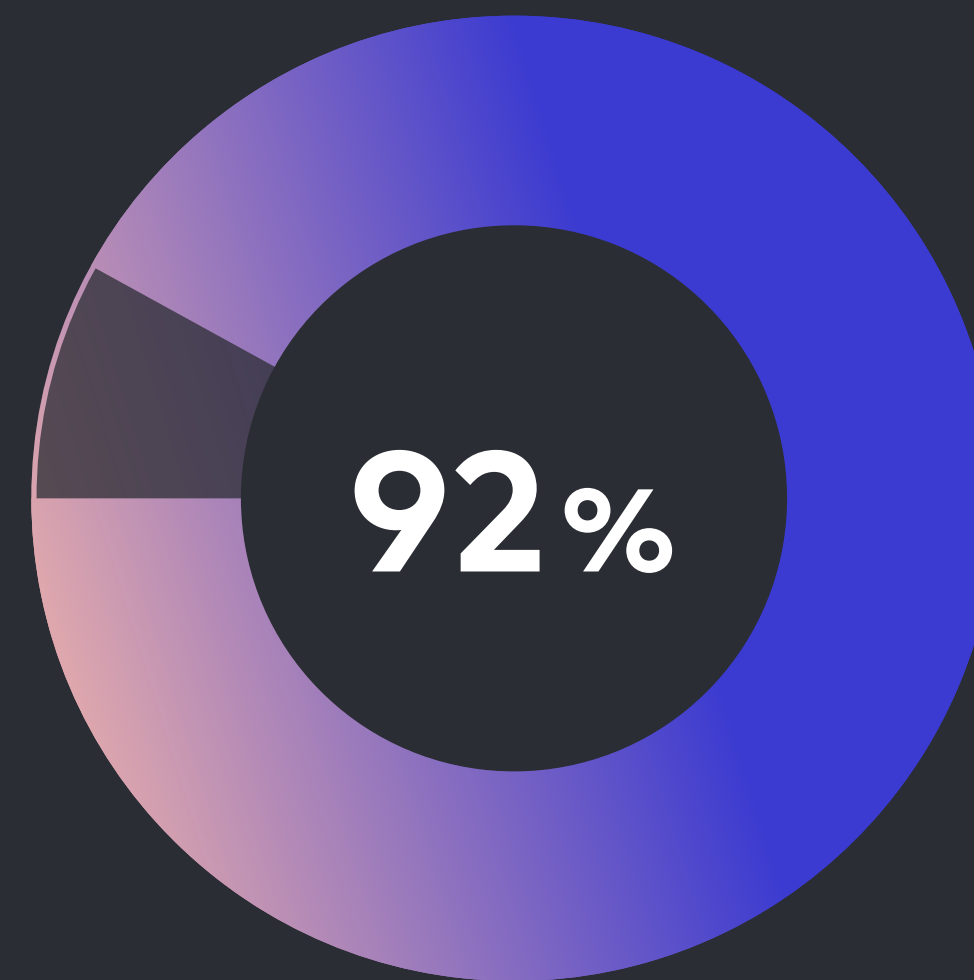
„Ich mache mir Sorgen, dass Apotheken vor Ort zunehmend verschwinden.“

*Wichtige Kriterien beim Kauf von rezeptfreien Arzneimitteln:*  
**Welche Rolle spielen Preis und Marke beim Arzneimittelkauf?**

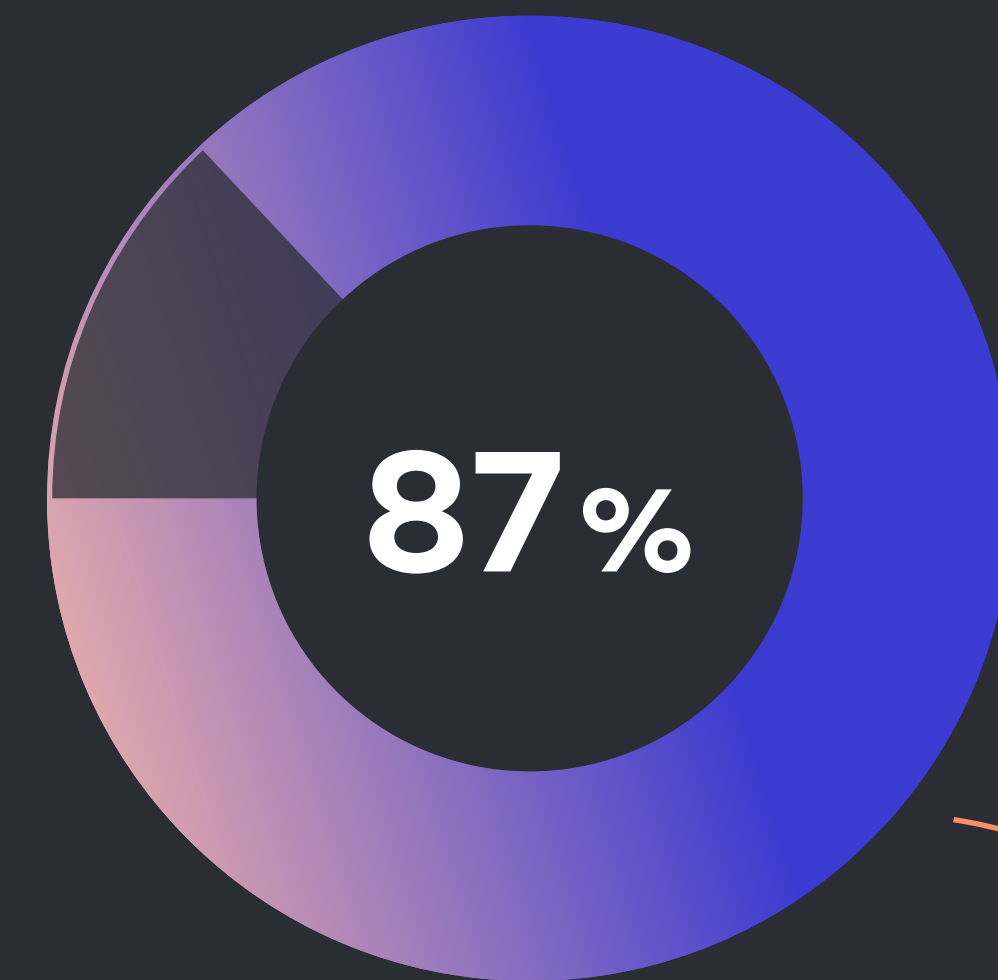
**Mir ist wichtig, dass...**



...das Produkt keine  
Nebenwirkungen hat.



...es unter den höchsten  
Qualitätsrichtlinien  
hergestellt und verpackt wird.



...es in der Apotheke vorrätig ist.

Der günstigste Preis (71%) spielt  
eine bedeutend größere Rolle als  
eine bestimmte Marke (37%).

# *Teuer vs. billig* – welchen Medikamenten vertrauen Kund:innen mehr?

46%

*„Zwischen Generika und dem ursprünglichen Präparat gibt es für mich – abgesehen vom günstigeren Preis – keinen Unterschied.“*

Quelle: b4p extra; Mehrfachantwort

25%

*„Ich vertraue beim Kauf von rezeptfreien Medikamenten eher Markenprodukten als Generika.“*

Quelle: BCN Online-Befragung<sup>1</sup>

# Key Takeaways:

## Vertrauen in Apotheken und Arzneimittel

### → *Apotheken genießen Vertrauen*

Das Vertrauen in die Beratung durch **Apotheken** ist hoch.

### → *Nebenwirkungen wichtiger als Marke*

Bei der **Kaufentscheidung** zählt vor allem, dass keine oder nur wenige Nebenwirkungen zu erwarten sind. Darüber hinaus ist der Preis wichtiger als die Marke.

**Unsere Einschätzung:** Dies überrascht nicht, da bei Beratungen in Apotheken die Gleichwertigkeit von Generika und Markenprodukten oftmals unterstrichen wird.

### → *Geringe Markenbindung*

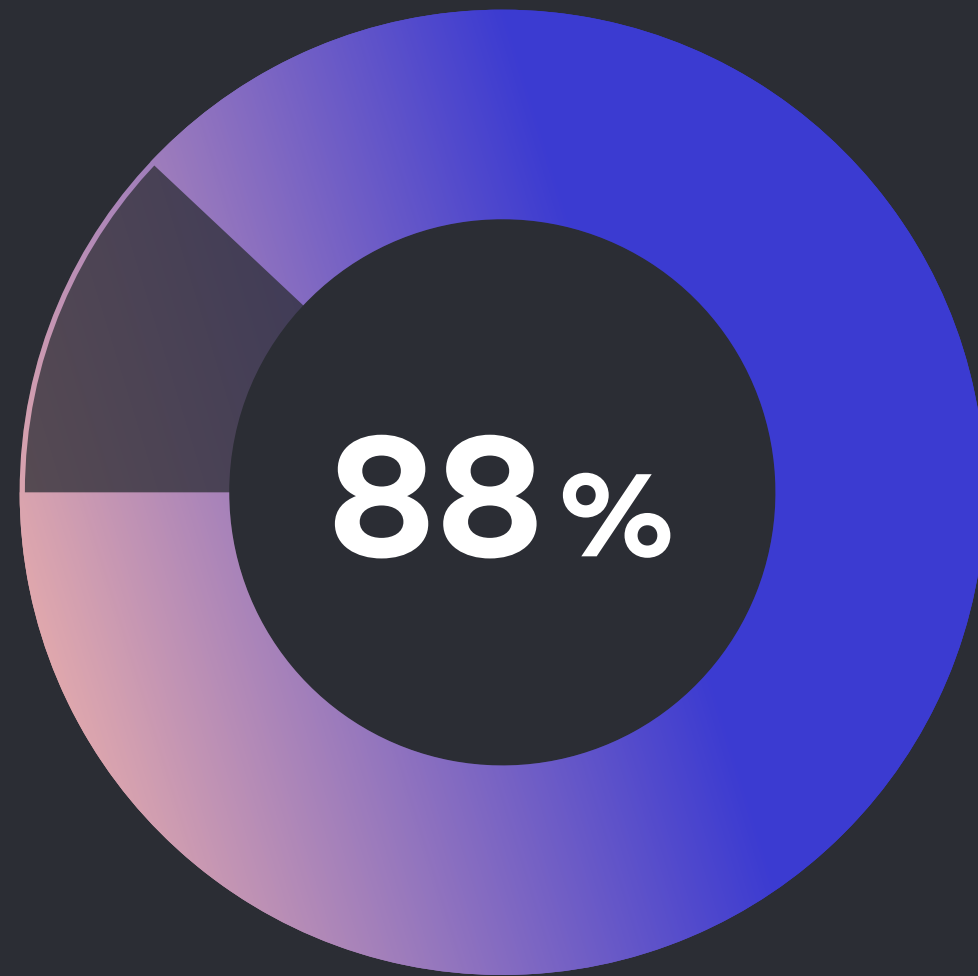
Allgemein zeigt sich im Gesundheitsmarkt (wie in vielen anderen Branchen) wenig Markenloyalität.



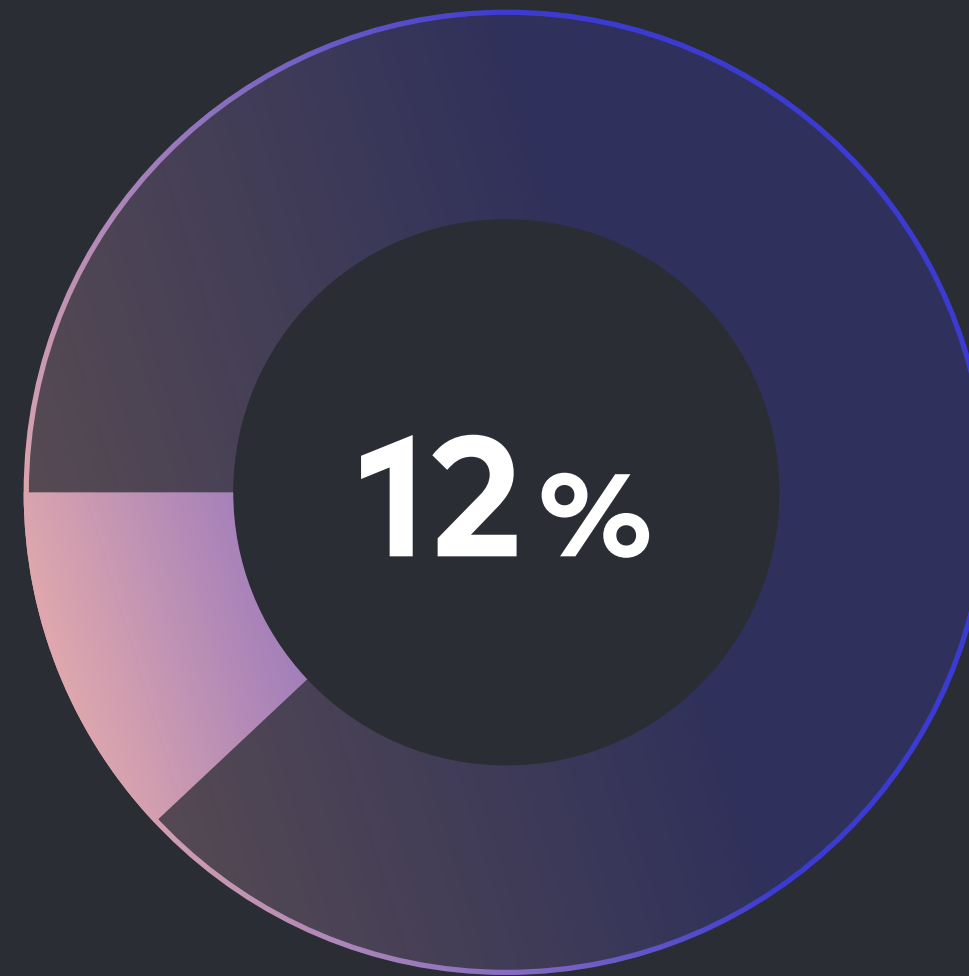
# Vertrauen in digitale Gesundheitslösungen: *Elektronische Patientenakte, E-Rezept und KI*

Wie stehen die Deutschen zur Digitalisierung in der Gesundheitsbranche? Wie gut werden neue Lösungen angenommen? So bekannt und anerkannt sind ePA, E-Rezept und der Einsatz von KI.

**Ende April 2025 wurde die elektronische Patientenakte (ePA) eingeführt.**  
*Ein Großteil der Menschen kennt sie.*



bekannt



nicht bekannt



## Die Befragten sehen Vorteile der elektronischen Patientenakte (ePA):

46%

*vereinfachte Arztbesuche  
für Patient:innen*

44%

*Fortschritt in der  
Gesundheitsvorsorge*

40%

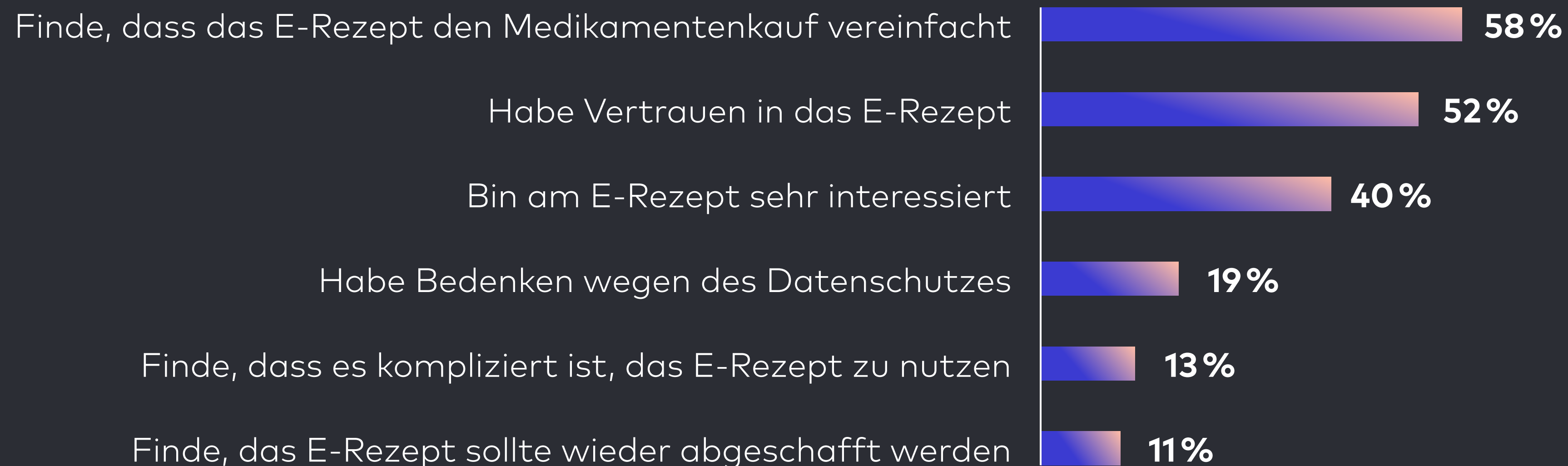
*Ermöglichung einer  
besseren Behandlung*

*Aber: 24% bewerten die elektronische Patientenakte grundsätzlich kritisch. 30% machen sich Sorgen in Hinblick auf den Datenschutz.*

Seit Anfang 2024 gibt es das E-Rezept. Damit können Rezepte digital über die Krankenkassen-Karte ausgestellt und eingelöst werden.

**65%** haben schon einmal ein E-Rezept eingelöst.

*Was denken die Menschen darüber?*



# Künstliche Intelligenz wird weiterhin eine große Rolle spielen – auch im Gesundheitswesen.

*Was denken die Menschen darüber?*

**48%**

„Ich vertraue meinem Arzt oder meiner Ärztin eher als der modernen Technik.“

**67%**

„In der Medizin wird die KI den Menschen nie ersetzen können.“

**33%**

„Den Einsatz von künstlicher Intelligenz in der Medizin sehe ich positiv.“

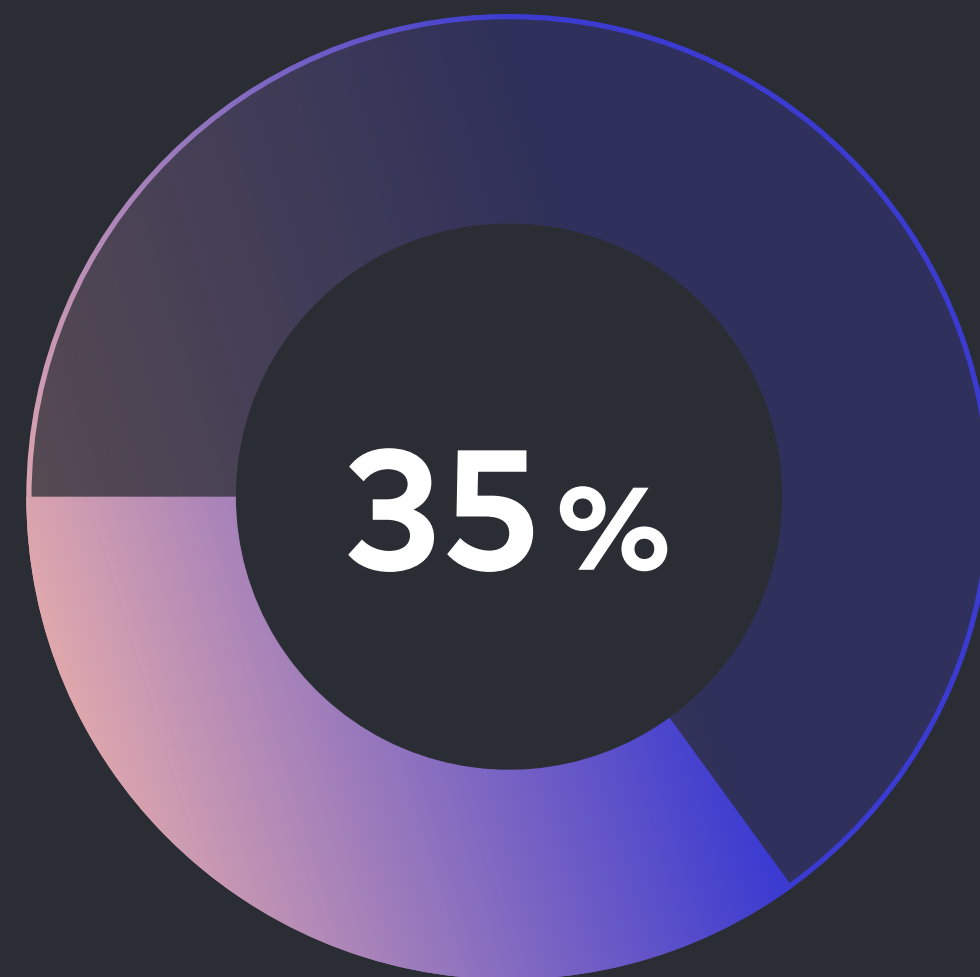
**30%**

„Der Einsatz von KI wird das Gesundheitswesen maßgeblich verbessern.“

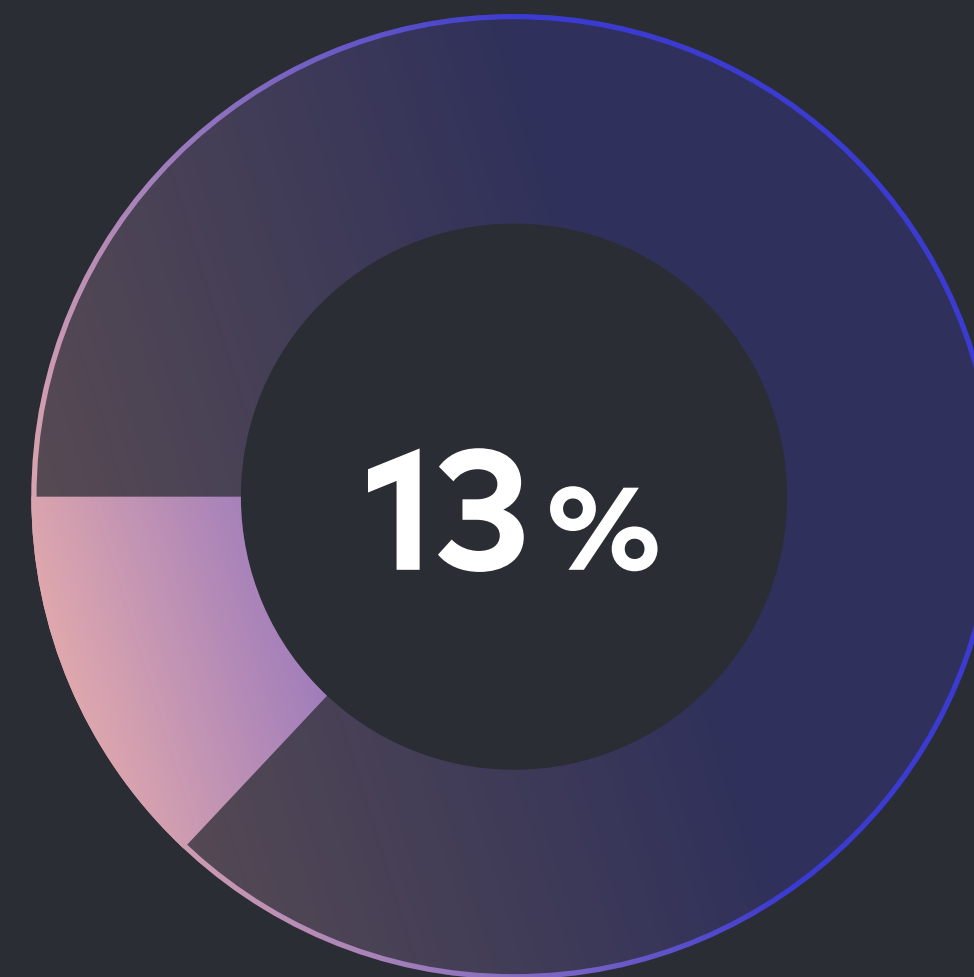
Auch hier sind Männer überzeugter (35%) als Frauen (25%).

Männer stehen künstlicher Intelligenz positiver gegenüber (39%) als Frauen (28%).

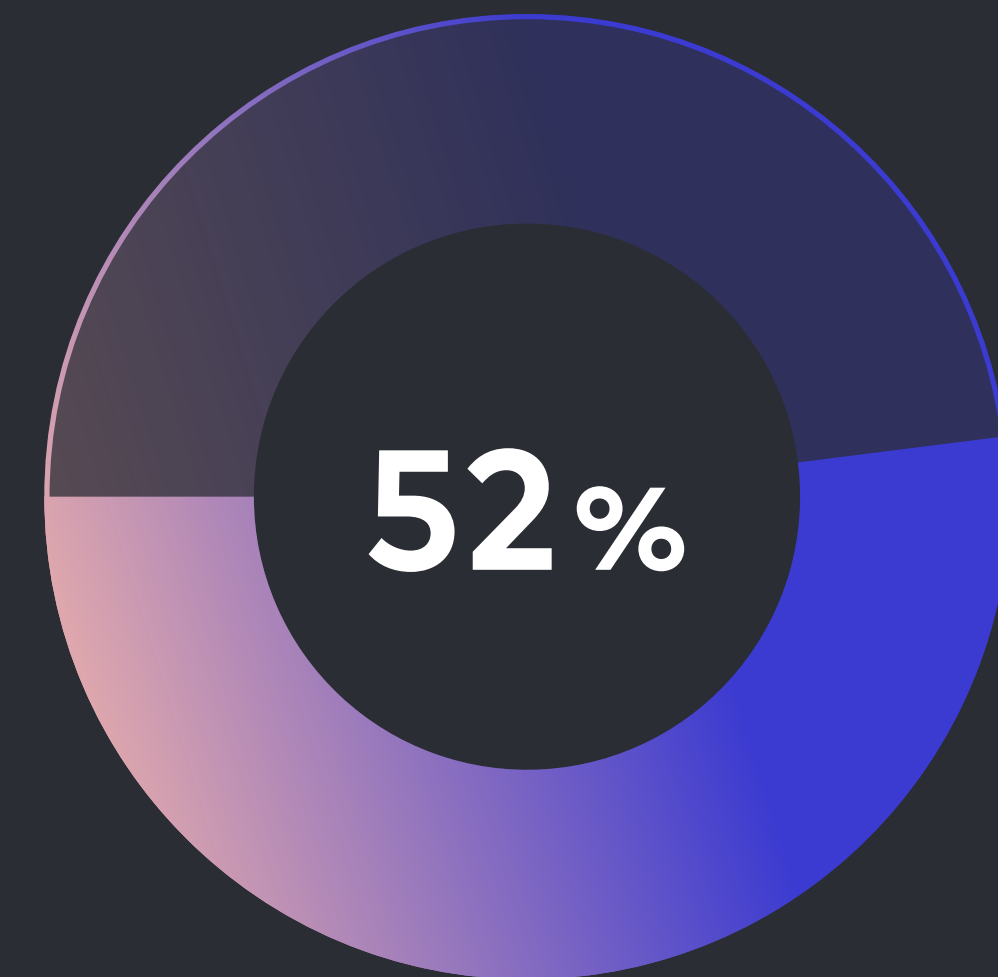
**Seit kurzem gibt es die digitalen Gesundheitsanwendungen (DiGA).**  
*Über die Hälfte kennt sie noch nicht.*



Kannte DiGA bereits,  
aber habe sie noch  
nicht genutzt.



Kannte DiGA bereits  
und habe sie genutzt.



Kannte DiGA noch nicht

# Key Takeaways:

## Vertrauen in digitale Gesundheitslösungen: Elektronische Patientenakte, E-Rezept und KI

### → *ePA bekannt, aber skeptisch bewertet*

Die **Elektronische Patientenakte (ePA)** ist mit 88% bereits überraschend bekannt. Dennoch wird sie unterschiedlich bewertet: Einige Vorteile werden noch nicht richtig erkannt, und beim Thema Datenschutz gibt es Bedenken in der Bevölkerung.

### → *E-Rezept setzt sich durch*

Das **E-Rezept** wird bereits gut genutzt und grundsätzlich weniger kritisch gesehen als die ePA.

### → *KI in der Medizin umstritten*

Dem Thema **KI** stehen die Menschen eher kritisch gegenüber. Ein Großteil ist der Meinung, dass KI den Menschen in der Medizin nie ersetzen wird.



# Selbstfürsorge, Vorsorge *und Eigenleistungen*

Wie groß ist die Bereitschaft, proaktiv etwas für die eigene Gesundheit zu tun? Welche Angebote nutzen Patient:innen? So beugen die Deutschen vor.

In Deutschland kann man verschiedene ärztliche  
Vorsorgeuntersuchungen in Anspruch nehmen. Einige  
davon werden von den Krankenkassen übernommen.  
*Was denken die Menschen darüber?*

z.B. zur Prävention  
von Darmkrebs,  
Hautkrebs oder  
Grünem Star.

**71%**

„Krankenkassen sollten  
mehr Vorsorge-  
Leistungen übernehmen.“

**67%**

„Mir ist die Wichtigkeit  
der Teilnahme an  
regelmäßigen  
Vorsorgeuntersuchungen  
bewusst.“

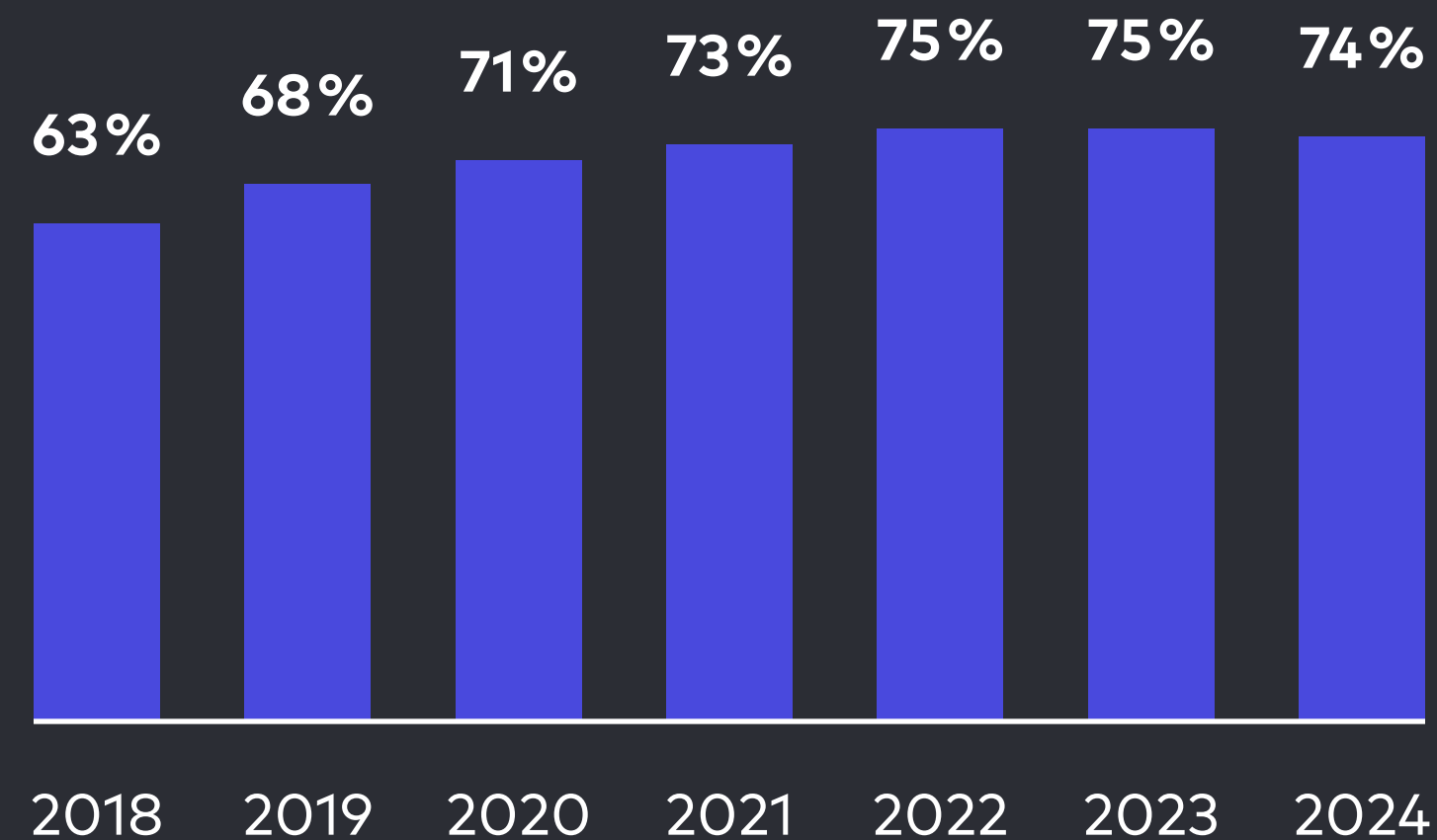
**64%**

„Vorsorgeuntersuchungen  
tragen langfristig dazu  
bei, die Kosten im  
Gesundheitswesen zu  
senken.“

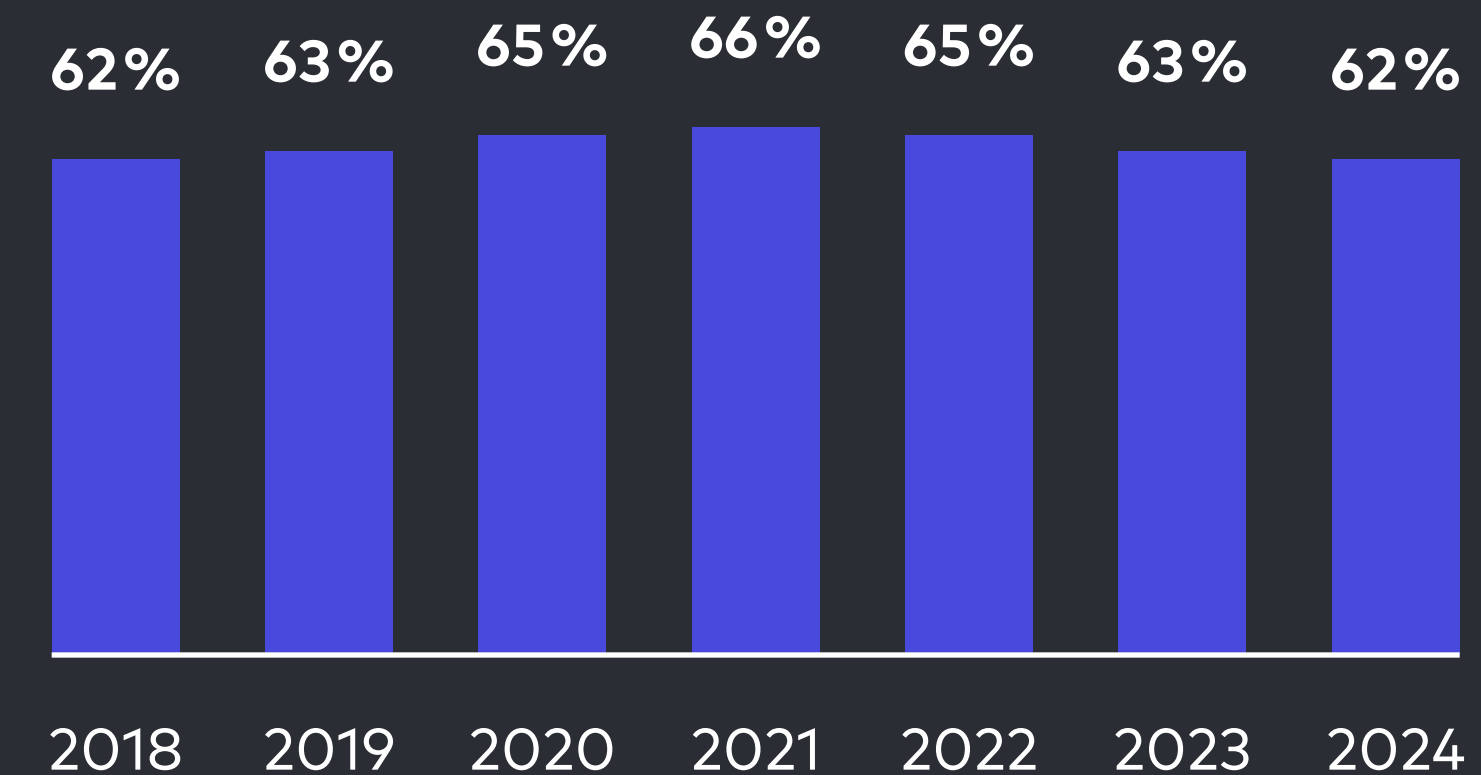
**48%**

„Der Staat sollte  
gewisse Vorsorge-  
Untersuchungen  
verpflichtend machen.“

# Wie hat sich die Einstellung zu Selbstfürsorge und Vorsorge im Laufe der Jahre geändert?

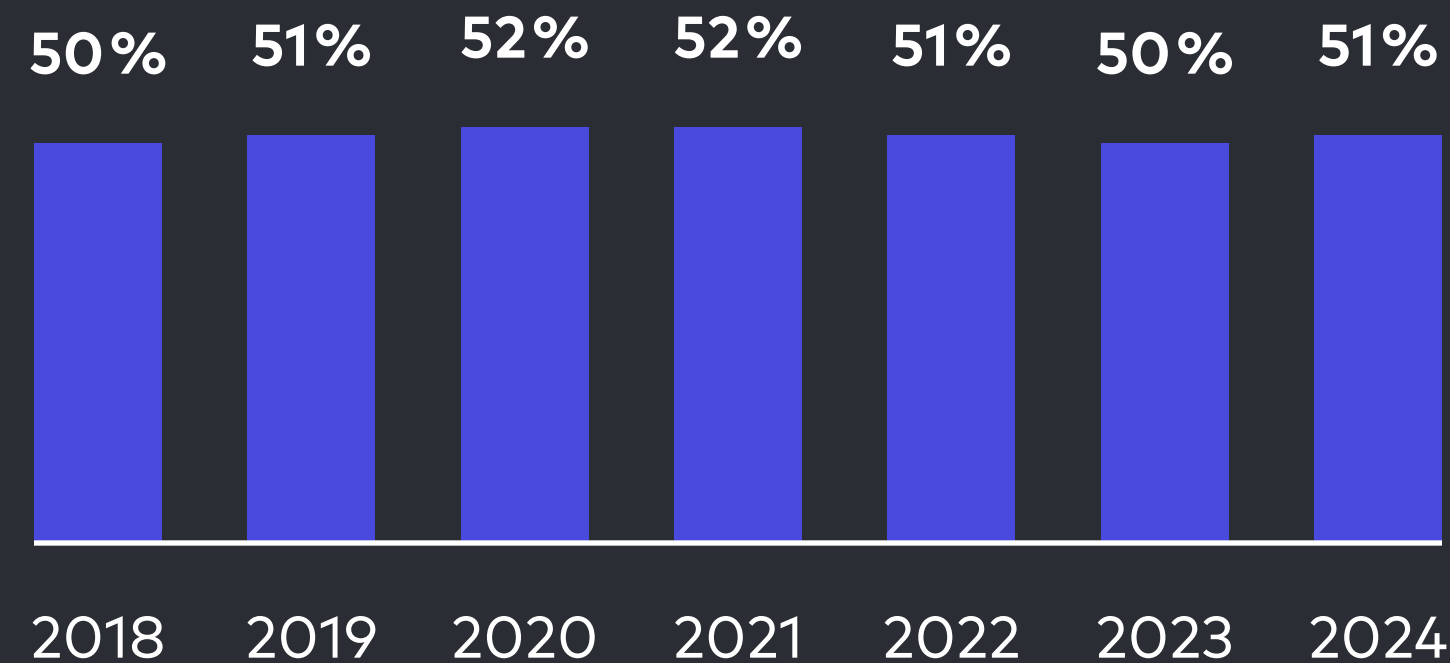


*„Es ist mir sehr wichtig, etwas für meine Gesundheit zu tun.“*

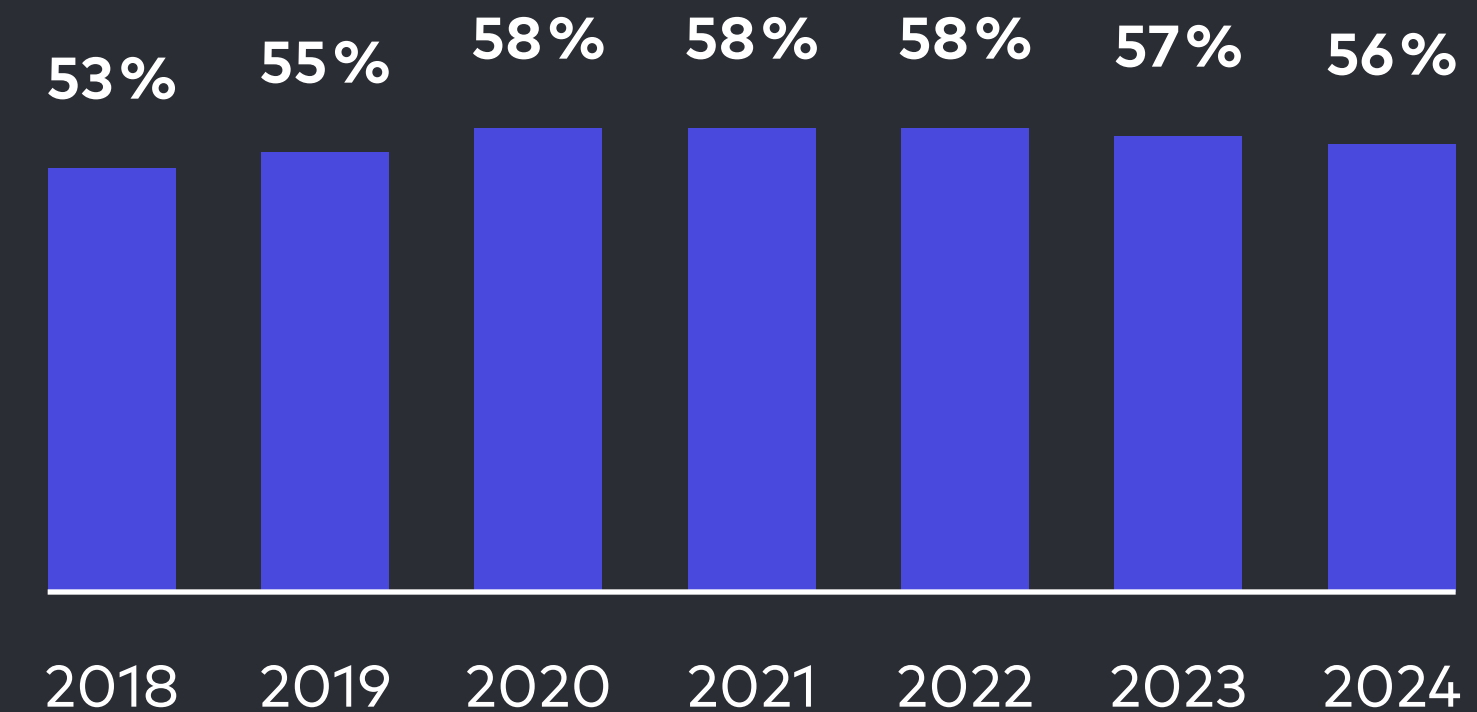


*„Ich achte ganz bewusst auf gesunde, ausgewogene Ernährung.“*

# Wie hat sich die Einstellung zu Selbstfürsorge und Vorsorge im Laufe der Jahre geändert?



*„Ich versuche, mich durch regelmäßige sportliche Betätigung fit zu halten.“*



z.B. Darmkrebs/  
Hautkrebs/Grüner Star

*„Ich nehme regelmäßig Krebsvorsorge- und andere Gesundheitsuntersuchungen in Anspruch.“*

Von (Zahn-)Ärztinnen und Ärzten und Psychotherapeut:innen werden verschiedene *Individuelle Gesundheitsleistungen (IGeL)* angeboten, die Patient:innen selbst bezahlen müssen. Jede:r Dritte (33%) nutzt regelmäßig IGeL-Leistungen oder hat sie bereits in Anspruch genommen und wird es auch wieder tun.

# Key Takeaways:

## Selbstfürsorge, Vorsorge und Eigenleistungen

### → *Gesundheit hat hohen Stellenwert*

Den Deutschen ist es zunehmend wichtig, etwas für ihre Gesundheit zu tun - mit einer Steigerung von 63% auf 74% in den Jahren 2018 bis 2024. Selbstfürsorge und Vorsorge durch Ernährung und Sport spielen dabei eine zentrale Rolle.

### → *Mehr Bewegung, bessere Ernährung*

**Vorsorgeuntersuchungen** waren während Corona auf einem Höchststand, doch auch heute ist das Niveau noch höher als vor der Pandemie (2018/2019).

→ **Unsere Einschätzung:** Die Menschen haben erkannt: Vorsorge ist **besser als Nachsorge** – sowohl für den einzelnen Menschen als auch für die Stabilität und Finanzierbarkeit des Systems generell.



# Vertrauen in Trends: *Nahrungsergänzungsmittel*

Wie stehen die Menschen zu Vitaminen und Mineralstoffen?  
Welche Marken werden bevorzugt? Diese Rolle spielen  
Nahrungsergänzungsmittel im Leben der Deutschen.

# *NEMs* sind längst Alltag

# 59%

Fast zwei Drittel der Menschen (59%) nehmen mindestens mehrmals pro Monat ergänzende Nährstoffe zu sich, sogenannte Nahrungsergänzungsmittel.

z.B. Vitamine oder Mineralstoffe wie Calcium, Magnesium, Zink o.ä.

Quelle: b4p extra;

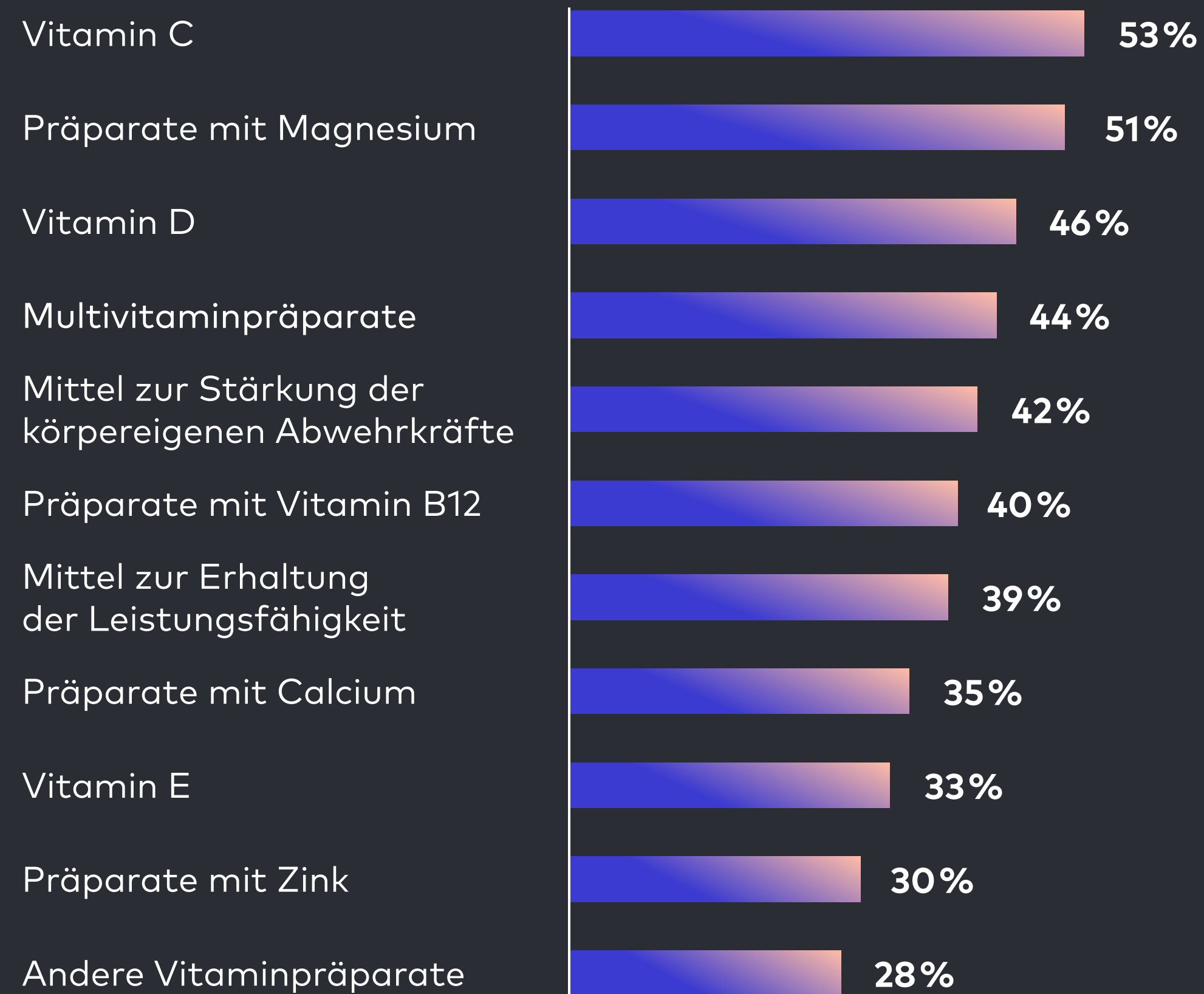
Häufigkeitsskala: (mehrmals) täglich, mehrmals pro Woche, einmal pro Woche, mehrmals pro Monat

# 34%

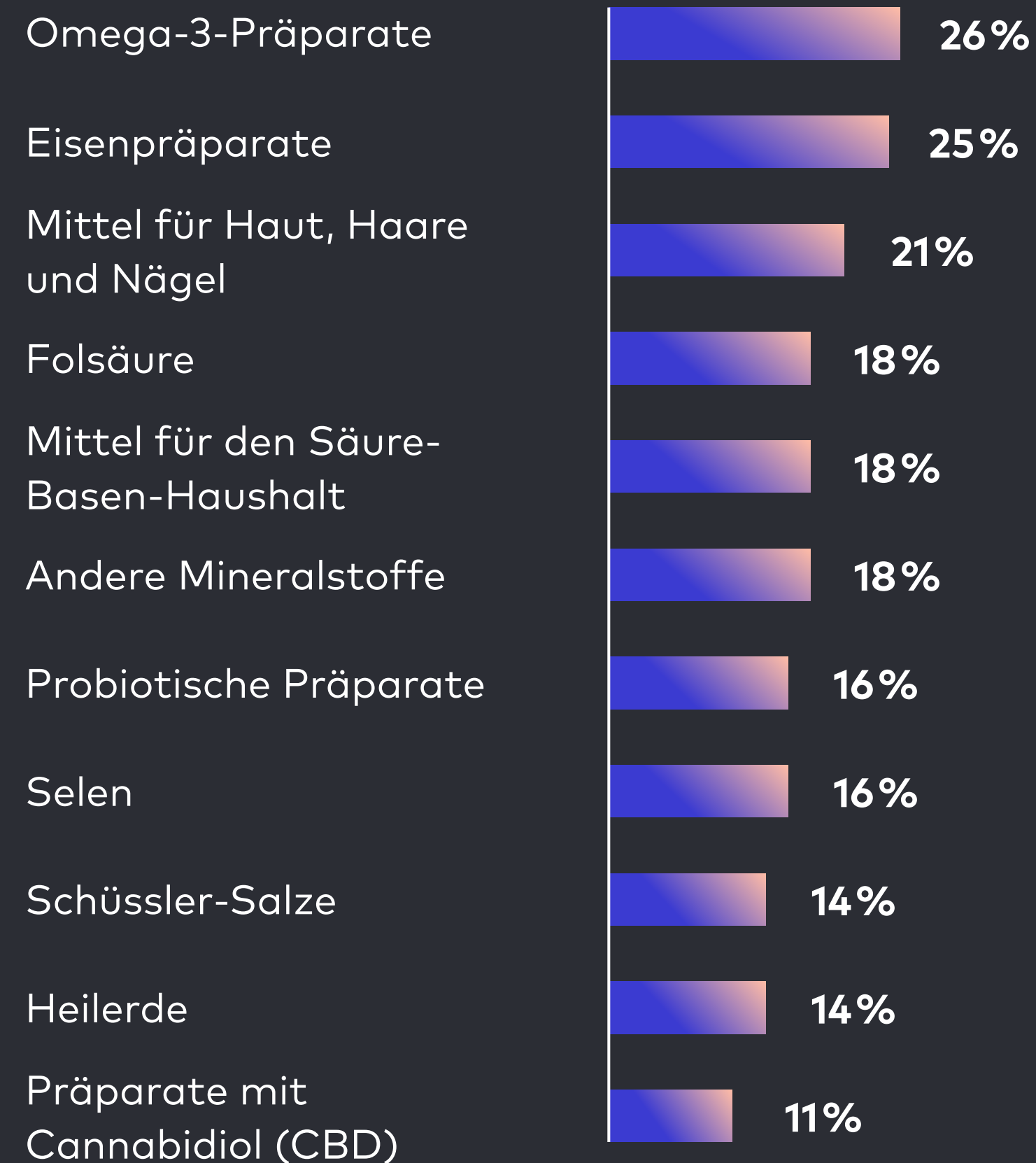
Ein Drittel nutzt Nahrungsergänzungsmittel gezielt zur Förderung seiner Gesundheit. Frauen greifen darauf häufiger zurück (41%) als Männer (27%).

Quelle: BCN Online-Befragung<sup>1</sup>

## Welche Nahrungsergänzungsmittel werden am häufigsten verwendet – und welche am wenigsten?

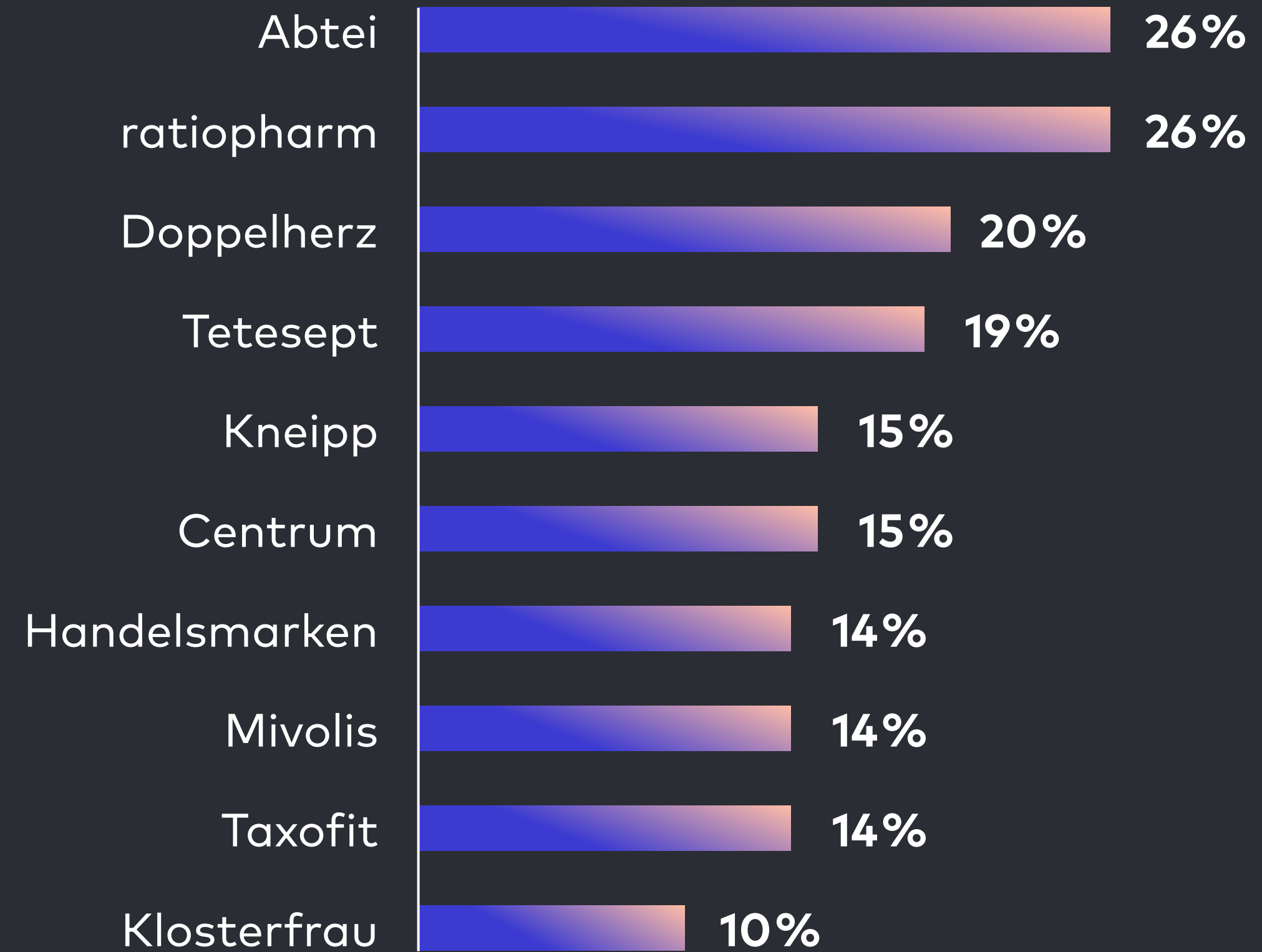


## Welche Nahrungsergänzungsmittel werden am häufigsten verwendet – und welche am wenigsten?



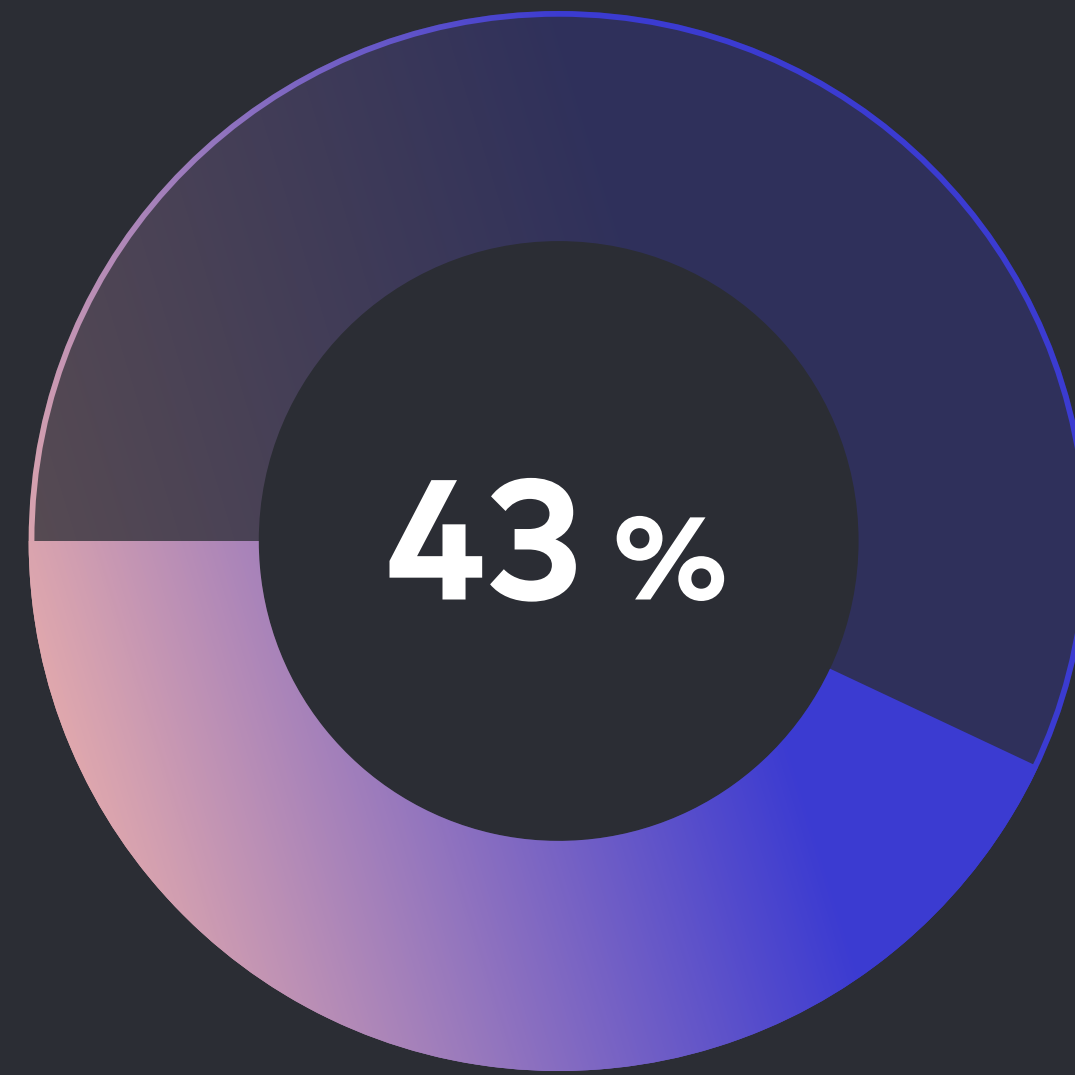
# Wenn Nahrungsergänzungsmittel eingenommen werden:

*Von welchen Marken werden  
NEM verwendet?*

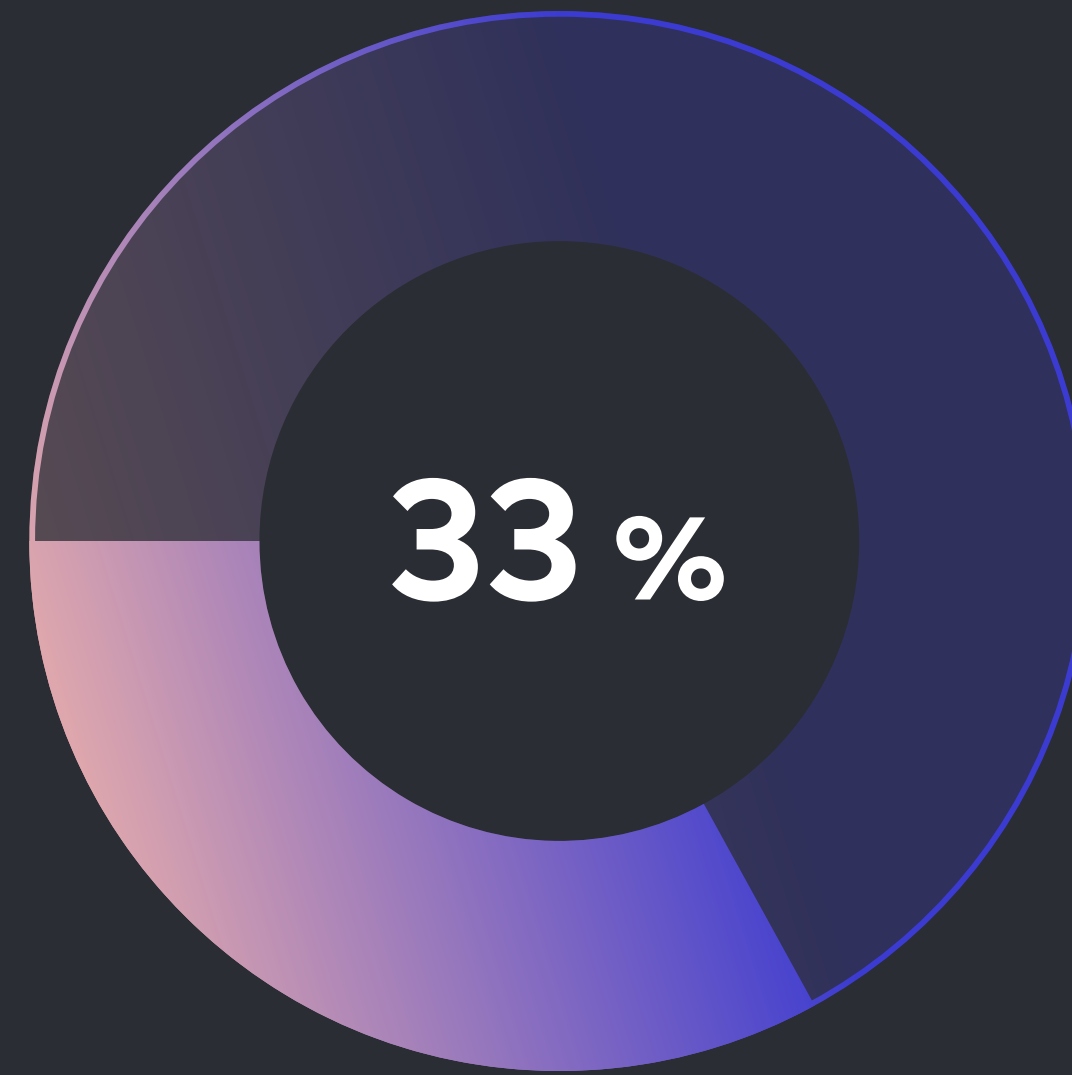


## Aus welchen Gründen werden Nahrungsergänzungsmittel genommen?

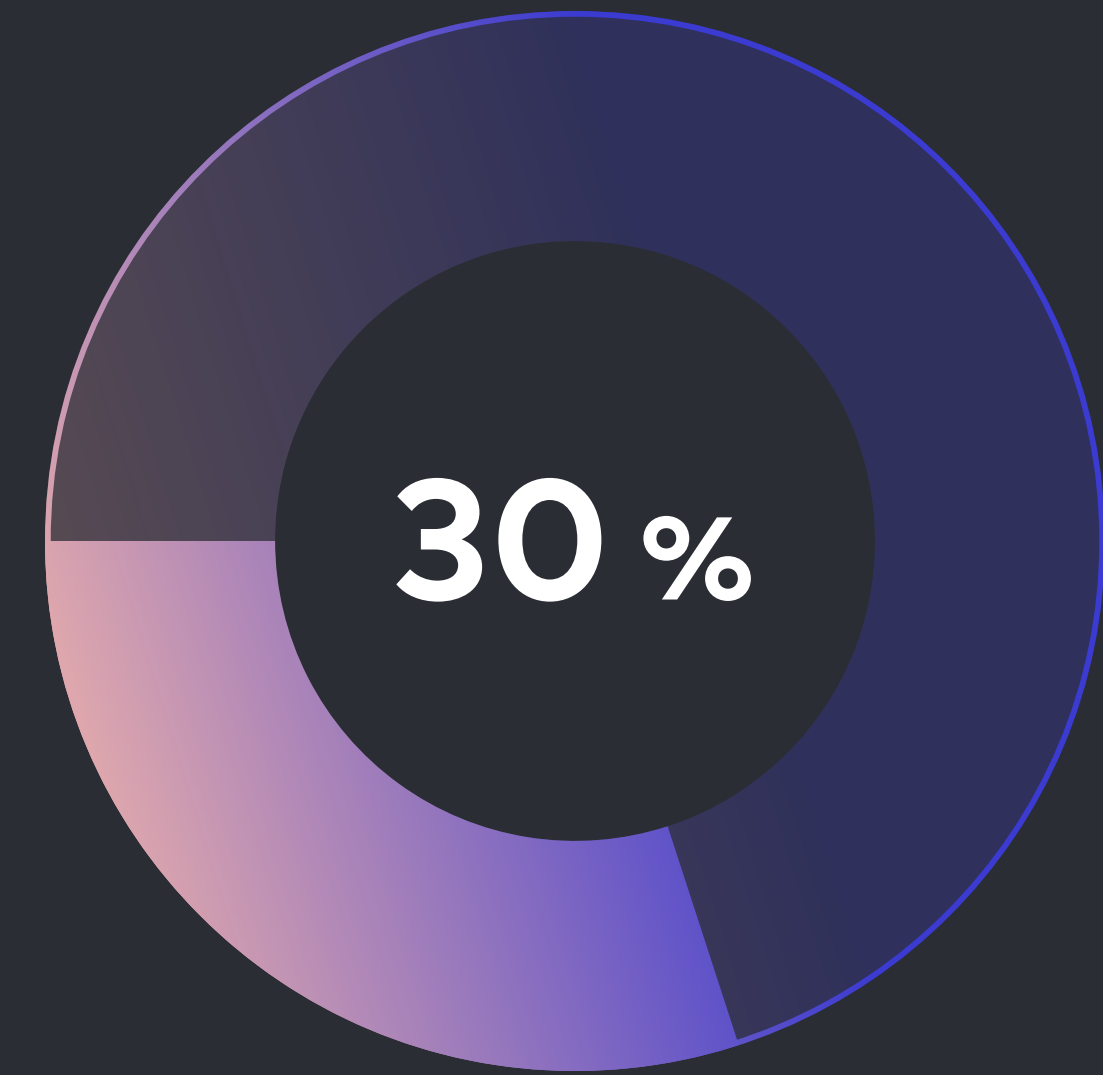
Um gesund älter zu werden (19%) oder den Alterungsprozess zu verlangsamen (8%), werden Nahrungsergänzungsmittel eher nicht genommen.



Abdecken des  
allgemeinen Vitamin-/  
Mineralstoffbedarfs  
(ohne ärztliche Diagnose)



Erhalt bzw. Förderung des  
eigenen Wohlbefindens



Abwehr oder Überwindung  
von Krankheiten

## Key Takeaways:

# Vertrauen in Trends: Nahrungsergänzungsmittel

### → *NEMs sind fest etabliert*

Fast zwei Drittel nehmen mehrmals pro Monat **NEMs** – ein Beweis für das große Vertrauen in diese Produkte.

### → *Erhalt statt Lebensverlängerung*

Die meisten nehmen NEMs, um ihre Gesundheit zu erhalten und weniger, um ihr Leben zu verlängern.

**Unsere Einschätzung:** NEMs sind mit ihrem Innovationspotenzial einer der wenigen Wachstumsbereiche im Gesundheitsmarkt – im Gegensatz zu OTC-Produkten. Eine große Chance stellt auch die Zielgruppe dar: Der Marktanteil von NEMs wächst nicht in tradierten Zielgruppen, sondern bei jüngeren Konsument:innen.



# Vertrauen in Trends: *Longevity*

Zwischen Gesundheitstracker und Biohacking: Ist Longevity für die Deutschen ein Thema? Welche Anwendungen sind am beliebtesten? Das denkt die Bevölkerung über den Trend.

Es gibt verschiedene Methoden, um seine Gesundheit selbst zu optimieren oder eine gesunde Lebenszeit möglichst lange zu erhalten.  
*Was denken die Menschen darüber?*

**28%**

„Ich würde meine Genetik analysieren lassen, um gezielt länger gesund zu leben.“

**15%**

„Der Begriff Longevity ist mir bekannt.“

**24%**

„Ich bin bereit, Maßnahmen zu ergreifen, um biologisch jünger zu bleiben.“

**13%**

„Der Begriff Bio Hacking ist mir bekannt.“

**22%**

„Ich würde eine neuartige Methode/ Maßnahme ausprobieren, wenn sie meine Lebensspanne verlängern könnte – auch wenn sie noch nicht vollständig erforscht ist.“

**10%**

„Ich faste regelmäßig, um meine Gesundheit zu verbessern.“

z. B. intermittierendes Fasten

**Viele Marken bieten Gesundheitstracker wie Fitnessuhren, Smartwatches oder Ringe an, um die Vitalwerte zu überwachen.**  
*Was denken die Menschen darüber?*

**24%**

„Gesundheitstracker (wie Smartwatches, Fitnesstracker) stellen für mich eine wichtige Unterstützung dar, um meine Gesundheit zu überprüfen und zu optimieren.“

**23%**

„Ich nutze Wearables (z.B. Fitnessuhr/ Smartwatch/Ring) und/oder Apps zur Überwachung meiner Vitalwerte (z. B. Schlaf, Herzfrequenz, Blutzucker).“

# Key Takeaways:

## Vertrauen in Trends: Longevity



### → *Longevity noch kein Massenphänomen*

Die Erwartung, dass **Longevity** sich bereits als Trendthema etabliert hat, wurde nicht bestätigt. Stattdessen zeigen die Zahlen, dass Longevity und Bio-Hacking als Begriffe eher unbekannt sind.

### → *Konzepte bekannter als Begriffe*

Bekannter sind die **dahinterliegenden Methoden** wie Analyse der Genetik, Maßnahmen für die biologische Verjüngung oder neuartige Methoden zur Verlängerung der Lebensspanne. Allerdings würde nur knapp ein Viertel der Menschen diese konkreten Maßnahmen ergreifen.

### → *Geringe Nutzung von Fitnesstrackern*

**Fitnesstracker** nutzt bislang nur jede:r Vierte.

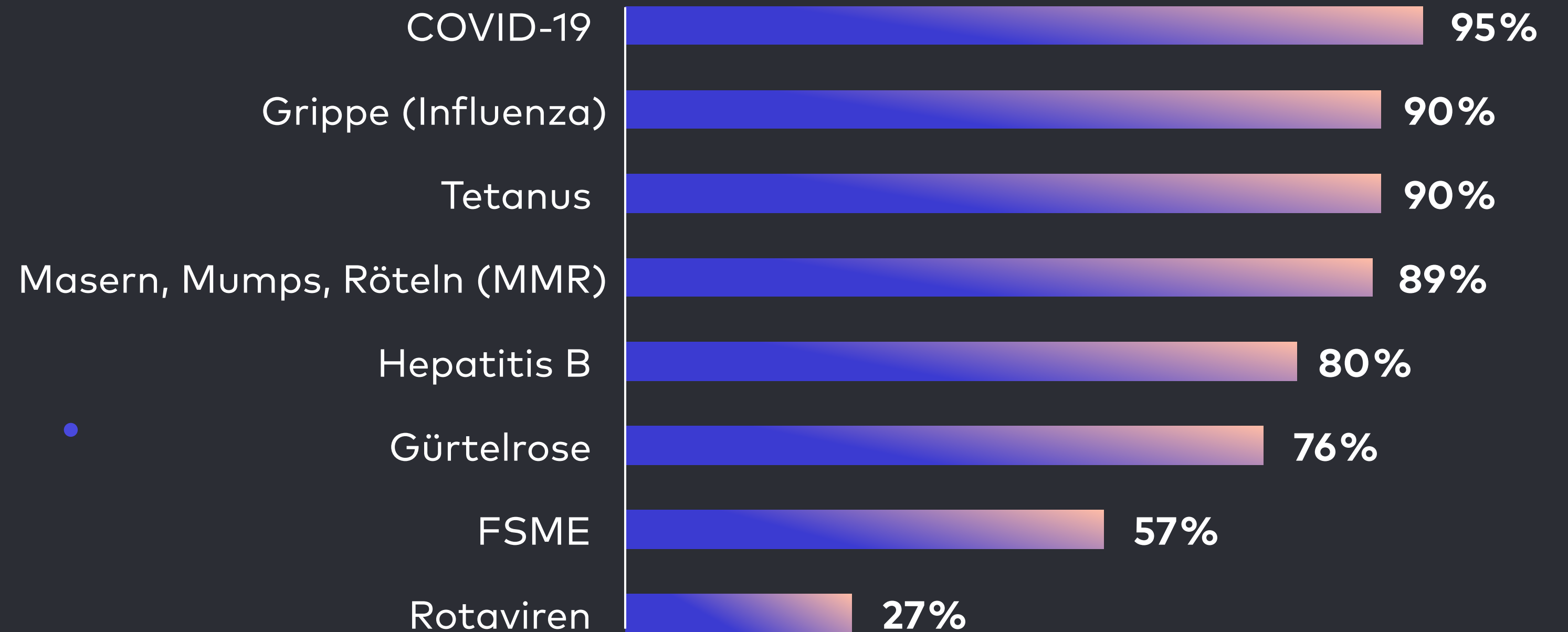
### → *Marketing-Potenzial noch ungenutzt*

Insgesamt zeigt sich hier **Spielraum für Marketing-Maßnahmen.**

# Vertrauen in *Impfungen*

Wie hat Corona Einstellungen verändert? Welche Vorteile sieht die Bevölkerung, wo gibt es Ängste? So stehen die Deutschen zum Thema Impfen.

# Welche Impfungen sind *den Menschen bekannt?*



# Impfungen helfen gegen Volkskrankheiten, sind aber seit Corona auch ein heiß diskutiertes Thema. *Was denken die Menschen darüber?*

**76%**

„Alle Impfungen sollten grundsätzlich von den Krankenkassen übernommen werden.“

Quelle: BCN Online-Befragung<sup>1</sup>

**51%**

„Die Corona-Impfungen waren richtig/wichtig.“

Quelle: BCN Online-Befragung<sup>1</sup>

**58%**

„Ich bin offen für Impfungen gegen Krankheiten wie z.B. Gürtelrose, HPV, Tetanus, FSME.“

Quelle: b4p<sup>2</sup>

**38%**

„Impfungen sollten für jede:n verpflichtend sein.“

Quelle: BCN Online-Befragung<sup>1</sup>

**55%**

„Ich habe Vertrauen in die Impfstoffe, die in Deutschland zur Verfügung stehen“

Quelle: BCN Online-Befragung<sup>1</sup>

**17%**

„Was das Thema Impfstoffe angeht, bin ich eher ängstlich.“

Quelle: BCN Online-Befragung<sup>1</sup>

# Welche Ängste haben die Menschen *im Zusammenhang mit Impfungen?*



Angst vor evtl. Nebenwirkungen

69%

„Nicht ausreichend erforscht“

60%

„Keine Langzeitstudien vorliegend“

51%

„Unzureichende Wirksamkeit“

32%

Andere

4%

# Key Takeaways:

## Vertrauen in Impfungen

### → *Impf-Skepsis bleibt verbreitet*

Viele Impfungen sind **bekannt**. Doch nicht jede:r vertraut den verfügbaren Impfstoffen. Nur 55% sprechen den Impfstoffen in Deutschland ihr Vertrauen aus.

### → *Mehr Medienaufklärung gefordert*

Dass die Corona-Impfungen von der Hälfte der Befragten als nicht richtig oder nicht wichtig empfunden wird, könnte sich dadurch erklären, dass der Virus aus heutiger Sicht nicht mehr als bedrohlich empfunden wird. Eine **gesellschaftliche Aufarbeitung** der Corona-Pandemie ist deshalb wichtig.

**Unsere Einschätzung:** 17 Prozent geben an, dass sie dem Thema Impfstoffe eher ängstlich gegenüberstehen. Bei den Gründen für diese Ängste zeigt sich ein Gap zwischen Wahrnehmung und Wirklichkeit. So scheint z.B. nicht hinreichend bekannt zu sein, dass die allermeisten Impfstoffe in Langzeitstudien erprobt wurden und eine sehr hohe Wirksamkeit besitzen – oder, Stichwort Vertrauen, die Seriosität dieser Forschung wird angezweifelt. Hier ist mehr Aufklärungsarbeit (z.B. durch die Medien) nötig.



# Erläuterung zu den *Fußnoten*

<sup>1</sup> Top2 5er-Skala: „stimme voll und ganz zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“

<sup>2</sup> Top2 4er-Skala: „trifft voll und ganz zu“ bis „trifft überhaupt nicht zu“

<sup>3</sup> Top2 5er-Skala: „vertraue ich vollkommen“ bis „vertraue ich überhaupt nicht“

<sup>4</sup> Top2 5er-Skala: „vollkommen zufrieden“ bis „überhaupt nicht zufrieden“

<sup>5</sup> Top2 5er-Skala: „außerordentlich wichtig“ bis „überhaupt nicht wichtig“

*Über* **BCN.**

## *Über uns:* **BCN.**

BCN Brand Community Network (kurz: BCN) ist einer der führenden crossmedialen Werbevermarkter von **mehr als 500 Marken- und Medienangeboten** der Verlage Hubert Burda Media, FUNKE und Mediengruppe KLAMBT sowie weiterer Mandanten.

**Mehr als 3.000 Werbetreibende und Agenturen**, insbesondere in den Bereichen Pharma und Health, nutzen das Portfolio mit einer **Reichweite von 61 Mio. Personen** für ihre Markenwelten. Zu den Vermarktungskanälen von BCN gehören Print, Display, Mobile, CTV, Podcast und Social sowie Events.



# Noch *Fragen?*

Fragen zur Studie oder zur Vermarktung  
von Health-, Pharma- und Gesundheitsthemen?  
Kontaktieren Sie mich gern!

**Udo Radzio**

Head of Client Services Health

**+49 89 92 50 46 77**

**[udo.radzio@bcn.group](mailto:udo.radzio@bcn.group)**



**BCN.** *Inspiring  
brands.*