

Grether's
SINCE 1820

neo-angin

SULGAN[®]N

ceylor

Vita Health Care

MAGNESIUM
Diasporal
activ

OMEGAlife[®]

TIGER BALM[®]

PERNATON[®]
Natürlich beweglich.

Medienmitteilung

August 2024

Fast die Hälfte der Schweizer*innen will mehr für ihre Gesundheitsprävention tun

*Die Doetsch Grether-Studie von gfs.bern zeigt auch, dass fast die Hälfte der Schweizer*innen regelmässig Nahrungsergänzungsmittel zu sich nimmt.*

Rund 46 % der Schweizer Bevölkerung planen, in den nächsten zwei Jahren mehr für ihre Gesundheit zu tun. Das zeigt der erste Schweizer Präventionsmonitor von gfs.bern, im Auftrag von Doetsch Grether. Dabei fühlen sich 3 von 4 Schweizer*innen aktuell gesund.

Der erste Schweizer Präventionsmonitor, beauftragt von Doetsch Grether anlässlich ihres 125-jährigen Jubiläums, zeigt, dass Eigenverantwortung eine grosse Rolle spielt: Gesunde Ernährung, Wandern und Sport sind die Top-Gesundheitstrends. Zudem ist die Einnahme von Nahrungsergänzungsmitteln weit verbreitet – fast die Hälfte der Bevölkerung supplementiert regelmässig – vor allem Magnesium und Vitamin D. Gekauft werden diese vorwiegend in der Apotheke.

Knapp die Hälfte will mehr vorsorgen

Trotz positiver Selbsteinschätzung haben 31 % der Schweizer*innen ein schlechtes Gewissen, zu wenig für ihre Gesundheit zu tun. Wenig Aktive und tendenziell mehr Frauen, Jüngere und Männer empfinden, dass sie noch mehr tun könnten.

Für Drei Viertel der Menschen in unserem Land ist Gesundheitsvorsorge wichtig. Dabei gewichten Frauen das Thema höher als Männer. Rund 46 % der Befragten möchten ihre Anstrengungen in den nächsten zwei Jahren intensivieren. Weitere 48 % wollen ihr aktuelles Engagement beibehalten.

Information und Beratung On- und Offline

Knapp die Hälfte informiert sich aktiv zur Prävention. Hier sind es erneut mehr Frauen als Männer. je nach Alter informieren sich die Menschen online (jüngere), offline (ältere) oder beides (mittleres Alter). Persönliche Fachberatung wird nach wie vor sehr geschätzt und bei der Hausärzteschaft, durch eigene Recherchen, aber auch bei Apotheken und anderen Fachpersonen eingeholt.

Fazit

Die Schweizer Bevölkerung tut bereits viel für die individuelle Gesundheitsvorsorge. Ausgewogene Ernährung, Bewegung, Selbstfürsorge und Supplemente gehören zu den Top 10 der präventiven Gesundheitstrends. Dennoch möchte fast die Hälfte der Einwohner*innen in Zukunft noch aktiver werden. Hier spielt sicher auch das schlechte Gewissen eine Rolle.

4 Fragen an Valentino Cè, Präsident des Verwaltungsrats

“Nur wenig Männer kennen sich mit Prävention aus”

Was hat Sie dazu inspiriert, anlässlich des 125-jährigen Jubiläums von Doetsch Grether den ersten Schweizer Präventionsmonitor in Auftrag zu geben?

Wir arbeiten seit jeher an diesem Thema und wir wollten das Jubiläum nutzen, um Prävention ins Bewusstsein von Herrn und Frau Schweizer zu rufen. Es gibt noch so viel zu tun in diesem Bereich. GFS belegt unsere Vermutung: Ich war überrascht, wie wenig die Männer sich mit dem Thema Prävention auskennen und dass Prävention und Vorsorge in weiten Kreisen der Bevölkerung kein Thema sind - obwohl wir alle wissen, dass immer mehr Menschen an vermeidbaren Zivilisationskrankheiten leiden.

Welche Erkenntnisse daraus haben Sie besonders überrascht/gefreut?

Erfreulich ist, dass unsere Partner, die Apotheken und Drogerien eine wichtige Rolle in der Prävention spielen - das haben wir vermutet aber wir denken, dass diese Rolle nicht genug betont werden kann. Wir fühlen uns auch mit unserem Fokus auf "Gesundheit einfach erleben" bestärkt: Unsere Produkte zielen darauf ab, Menschen zu unterstützen, die sich gesund halten wollen.

Laut der Studie will knapp die Hälfte der Schweizer Bevölkerung noch mehr für ihre Gesundheit tun. Wie wird Doetsch Grether dieses Bedürfnis nach mehr Prävention unterstützen?

Wir setzen uns für die Prävention in der Bevölkerung mit drei Instrumenten ein: Aufklärungsarbeit, Ausbildung und Nahrungsmittelergänzung. Die GFS Studie ist ein Instrument der Aufklärung, in unsere Produkte fliessen neuste Erkenntnissen aus der Wissenschaft ein, diese helfen uns bei der Entwicklung hochwertiger Nahrungsergänzungsmittel. Ausserdem organisieren wir Schulungen und geben so unser Knowhow an Apotheken und Drogerien weiter, das ermöglicht eine professionelle Beratung der Kundinnen und Kunden.

Gibt es eventuell schon konkret angedachte Massnahmen/Innovationen von Doetsch Grether, gemäss ihrer Purpose «Gesundheit einfach erleben»?

Alles, was wir bei Doetsch Grether täglich machen, dient dem Ziel, das Wohlbefinden und die Gesundheit vieler Menschen zu erhalten. Dazu braucht es starke Marken, viel positive Energie und Begeisterung und hohe Wertschätzung innerhalb des Teams, sowie das tägliche Engagement für unsere Kundinnen und Kunden. Auch in Zukunft wollen wir Innovationen finden und Bewährtes erhalten.

"Gesundheit einfach erleben"

Anlässlich ihres 125 Jahr-Jubiläums hat Doetsch Grether den Schweizer Präventionsmonitor bei gfs.bern initiiert und unterstreicht damit ihr Engagement für die Gesundheitsvorsorge der Schweizerinnen und Schweizer. Vor 125 Jahren als Apotheke in Basel gegründet, verbindet Doetsch Grether starke Werte mit einem modernen Management und gehört heute zu den führenden Schweizer Consumer Health Unternehmen. Mit dem Purpose "Gesundheit einfach erleben" möchte das Unternehmen, dass alle Menschen ihre Gesundheit bewusst und eigenverantwortlich stärken können.

Weitere Informationen/gesamte Studie

Für weitere Angaben und Einsicht in den Doetsch Grether Präventionsmonitor 2024 wenden Sie sich bitte an:

Heide Irmeler

Doetsch Grether
New Business & Strategic Projects
heide.irmeler@doetschgrether.ch
Telefon: +41 61 287 35 56

PR Agentur

Contcept Communication
Hardturmstrasse 76, 8005 Zürich
Barbara Ryter | | +41 43 501 33 06
barbara.ryter@concept.ch
www.concept.ch

Über die Doetsch Grether AG

Doetsch Grether ist ein im Herzen von Basel ansässiges, traditionsreiches und mittelgrosses Unternehmen in Familienbesitz. Es zählt zu den Top 10 Schweizer Unternehmen im Bereich Consumer Health Care und ist spezialisiert auf Marketing und Vertrieb von bekannten Marken in den Bereichen Pharma, OTC und Consumer Care.

* Repräsentative Telefon- und Online-Befragung von 1016 Einwohner*innen der Schweiz ab 18 Jahren im Februar 2024 sowie qualitative Befragung von drei Fokusgruppen in der Deutschschweiz und in der Romandie im Dezember 2023. Die Studie wurde von gfs.bern unter der Leitung des renommierten Politik- und Medienwissenschaftlers Lukas Golder durchgeführt.