

# MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



## Fieberblasen im Fokus



Ergebnis-  
Abriss

August 2014

## Umfrage-Basics | Studiensteckbrief:

---

- **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- **Respondenten:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 18 und 69 Jahren
- **Sample-Größe:** n = 2.737 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- **Erhebungszeitraum:** 08.07.2014 – 28.07.2014
- **Screening:** Alter, Betroffenheit von Fieberblasen, Fieberblasen-Häufigkeit
- **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 18 und 69 Jahren
- **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- **Umfang:** 44 offene/geschlossene Fragen
- **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Dominique Ertl
- **Kontakt:** d.ertl@marketagent.com
- **Investitionskosten:** € 1.590,- zzgl. MwSt. für die gesamte Studie



## Fieberblasenmarken im Test:

---

- Aciclobene ratiopharm
- Aciclovir-ratiopharm
- ACTIVIR
- Compeed
- ERAZABAN
- Fenivir
- herpatch RemeSense
- Herposicc
- Herviros-Lösung
- Labisan med
- LiPACTIN
- Lomaherpan
- Mundisal Gel
- SOS Herpes Patch
- Viru-Merz
- ZOVIRAX

**16 Marken  
im Check**



## Erkenntnisinhalte:

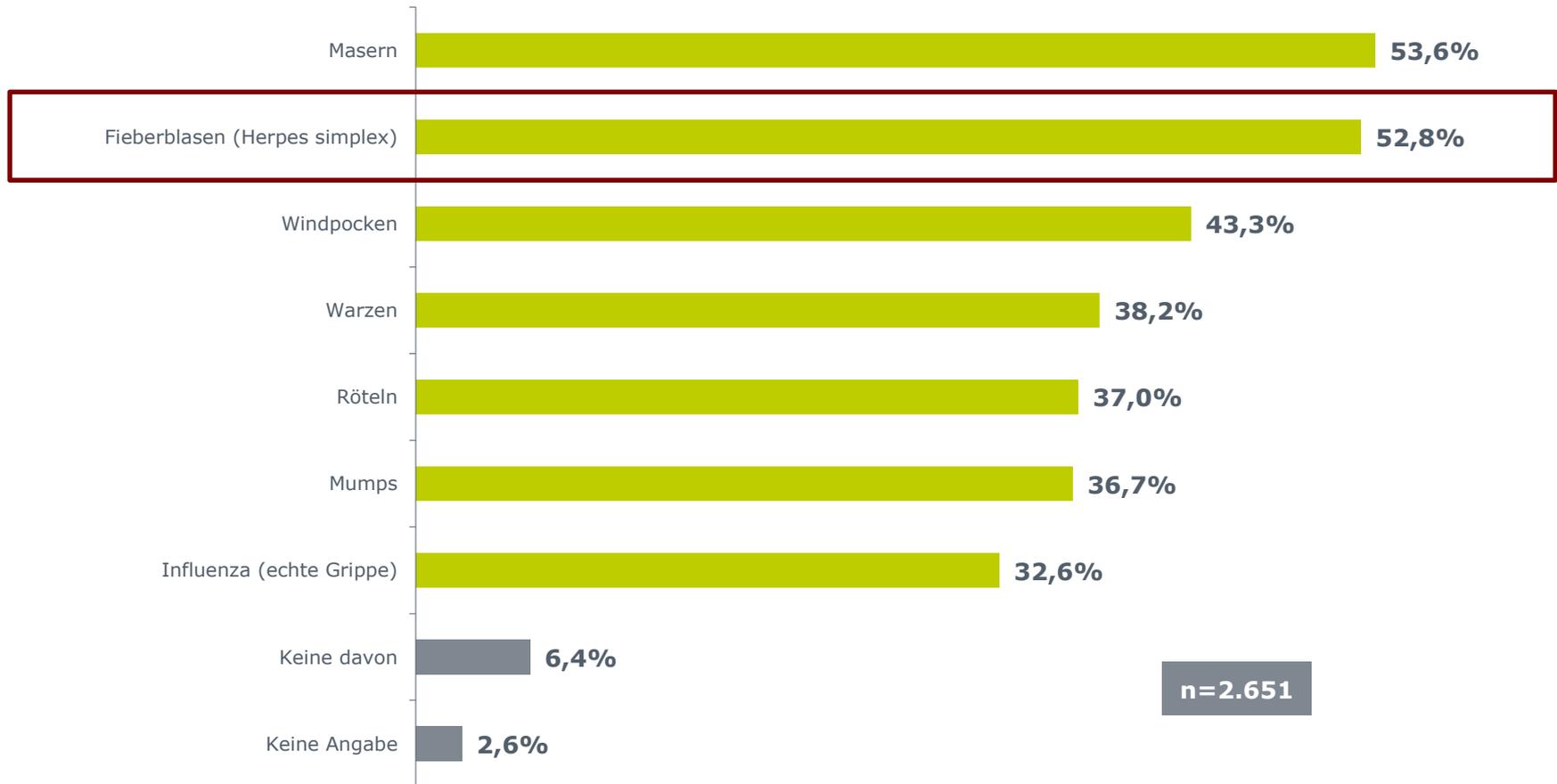
---

- **Kundentypologie und -verhalten** (Virale Erkrankungen, Fieberblasen-Häufigkeit, Ursachen, Symptome, Behandlungen, Art der Anwendungen, Wirkstoffe, Ausgaben für Behandlungen, Meinung zu Impfstoff)
- **Spontane und gestützte Bekanntheit Fieberblasenmittel**
- **Image-Bewertung Fieberblasenmittel** (sympathisch, etabliert, vertrauenswürdig, innovativ, zukunftsorientiert, qualitativ, ansprechend, hebt sich positiv ab, orientiert sich an neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen, von Fachexperten empfohlen, in Betracht ziehen, schwache Wirkstoffe, natürlich, schmerzstillend, lindert Juckreiz, einfache Anwendung, Preis-/Leistungsverhältnis, rasche Abheilung, verträglich, weiterempfehlen)
- **Gesamt-Image-Bewertung**
- **Fieberblasenmittel-Nutzung** (bereits verwendete Produkte, Lieblings-Produkt, Produkt-Variation)
- **Informationsbeschaffung und -verhalten**
- **Kaufeinfluss** (Kaufkriterien, Arztempfehlung)



# Jeder Zweite hatte schon einmal eine Fieberblase.

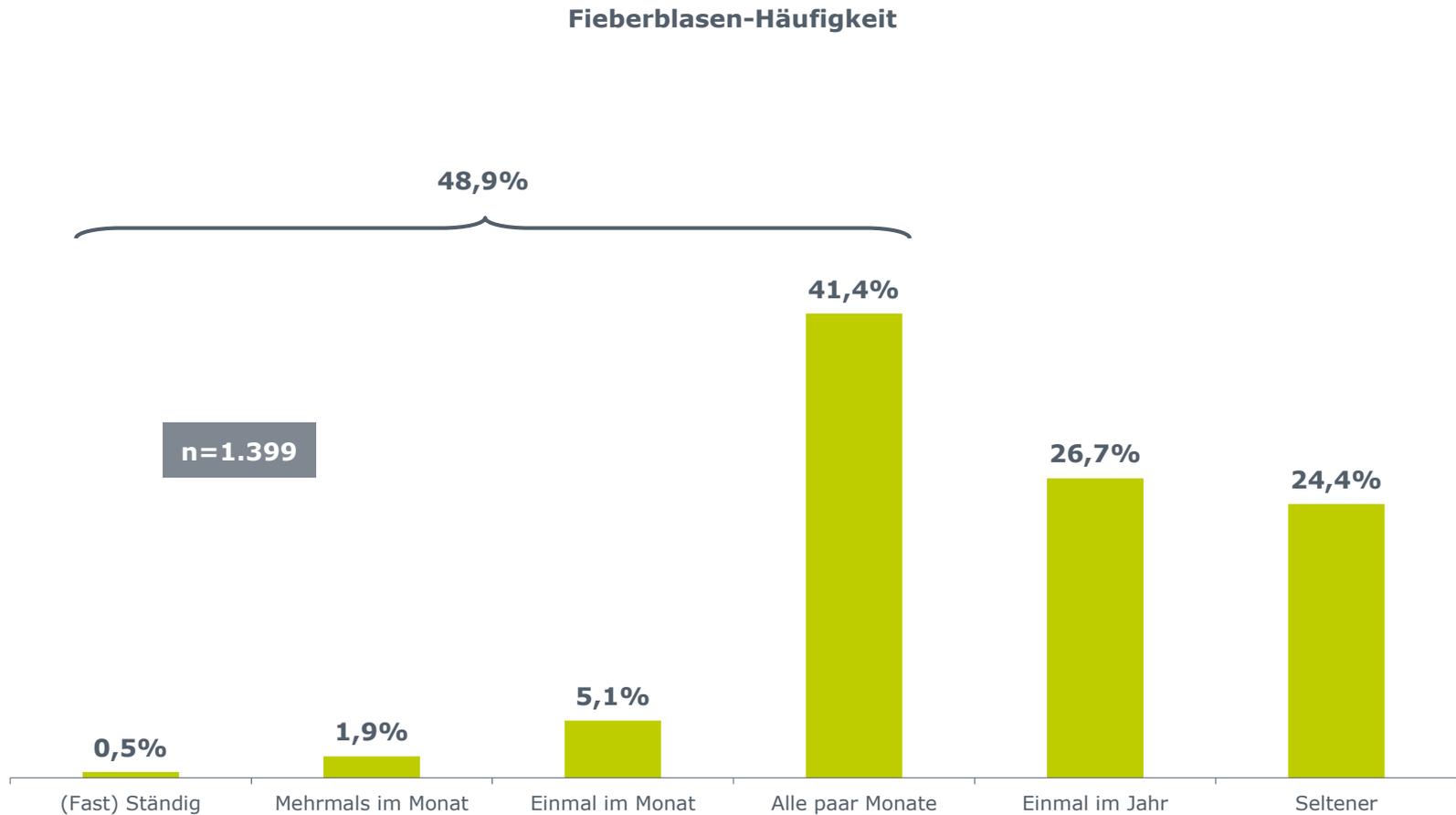
## Betroffenheit von folgenden viralen Erkrankungen



Von welcher der folgenden viralen Erkrankungen waren Sie bereits betroffen?



# Knapp 50 Prozent haben zumindest alle paar Monate eine Fieberblase.



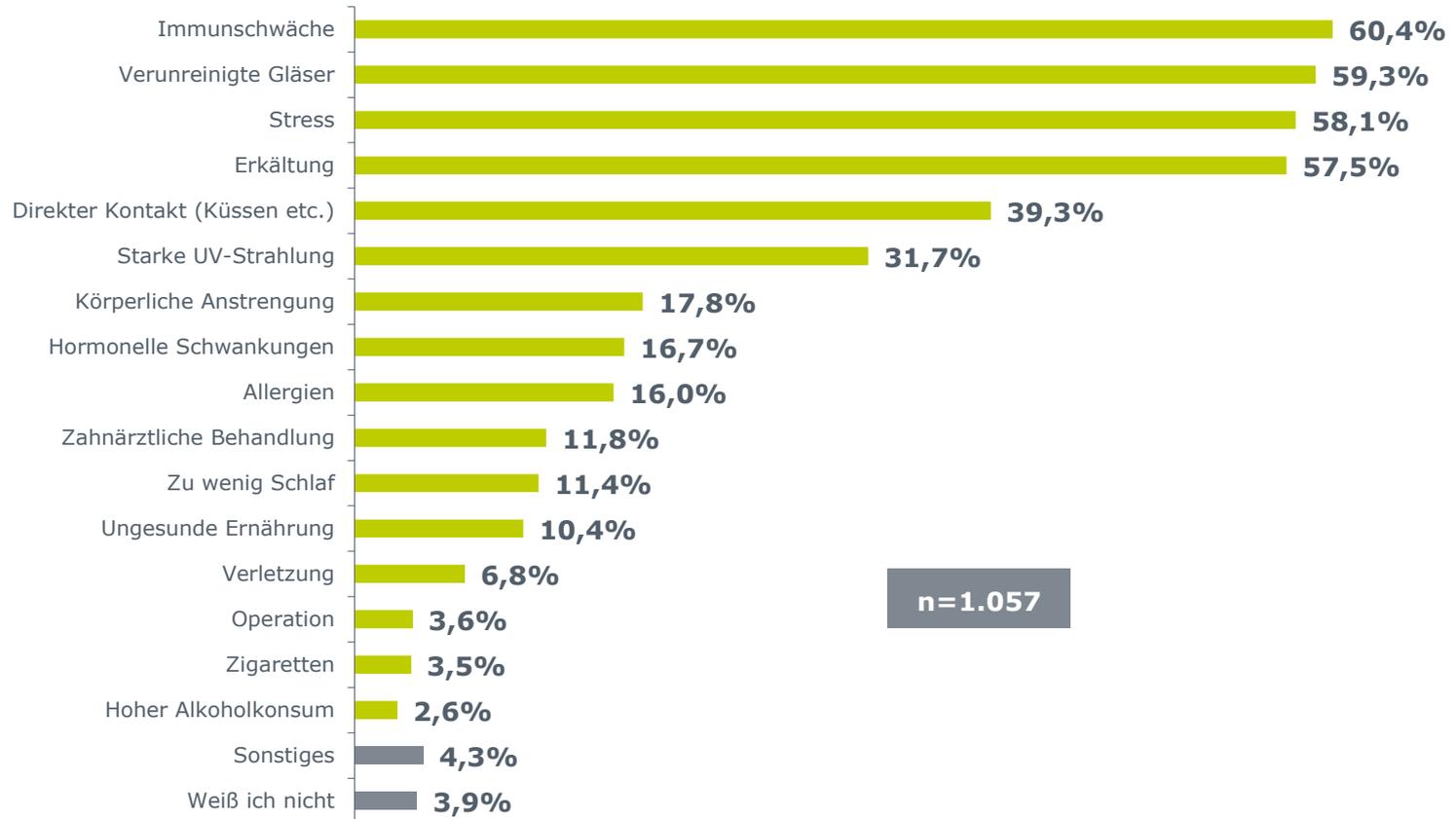
(Basis: Respondenten hatten bereits einmal eine Fieberblase)

**[...] Wie häufig sind Sie von Fieberblasen betroffen, unabhängig davon, wo Sie diese haben?**



# Begünstigte Faktoren für Fieberblasen im Gesicht:

## Auslöser für Fieberblasen im Gesicht



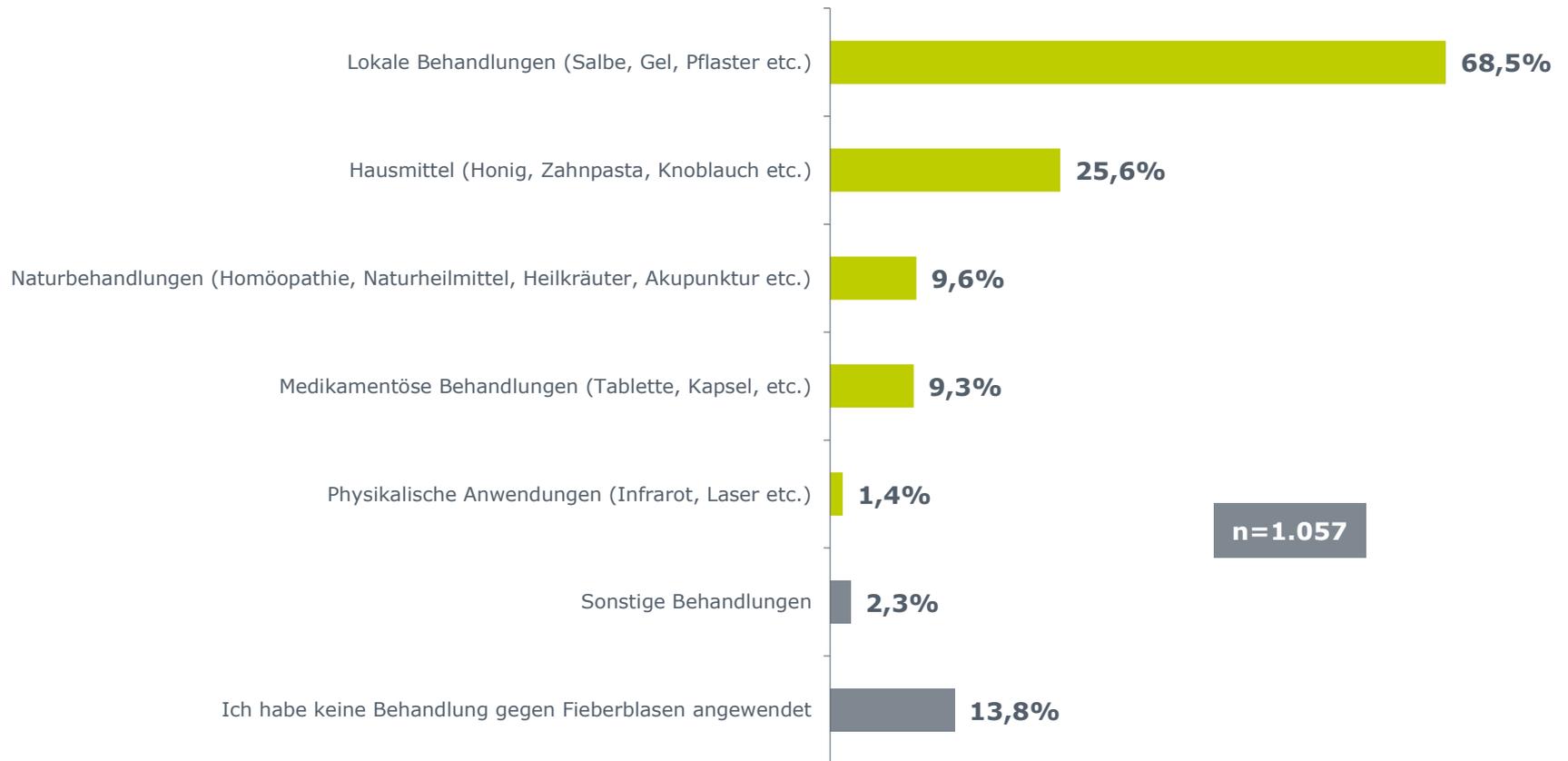
(Basis: Respondenten haben zumindest einmal im Jahr eine Fieberblase)

Was sind Ihrer Meinung nach die möglichen Ursachen für Fieberblasen im Gesicht (Lippen, Nase, Kinn etc.)?



# 7 von 10 haben in den letzten 12 Monaten Fieberblasen im Gesicht lokal behandelt.

## In den letzten 12 Monaten angewandte Behandlungsarten



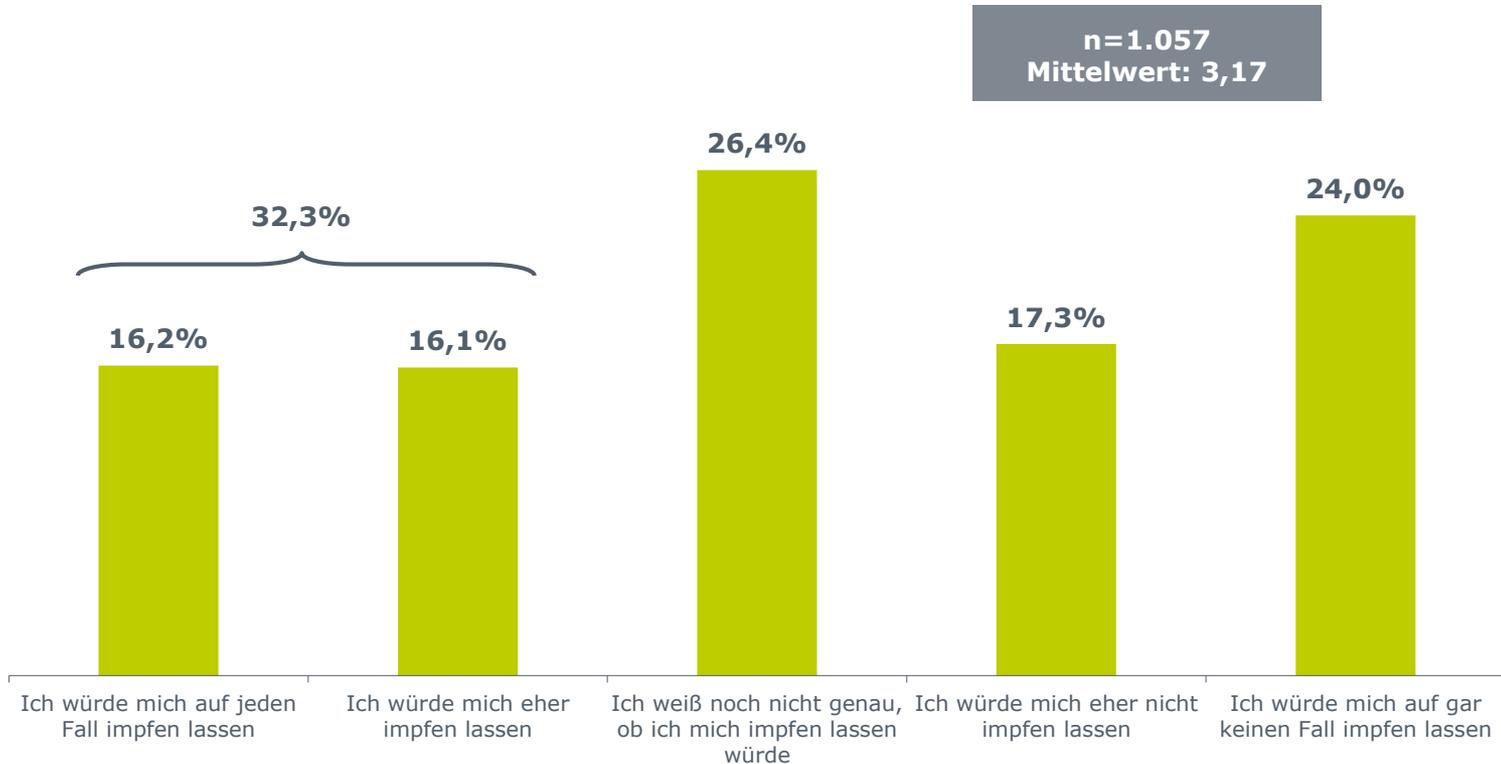
(Basis: Respondenten haben zumindest einmal im Jahr eine Fieberblase)

**Haben Sie in den letzten 12 Monaten eine der folgenden Behandlungen bei Fieberblasen im Gesicht (Lippen, Nase, Kinn etc.) angewendet?**



# Ein Drittel würde sich gegen Fieberblasen impfen lassen.

## Interesse an einem Impfstoff gegen Fieberblasen



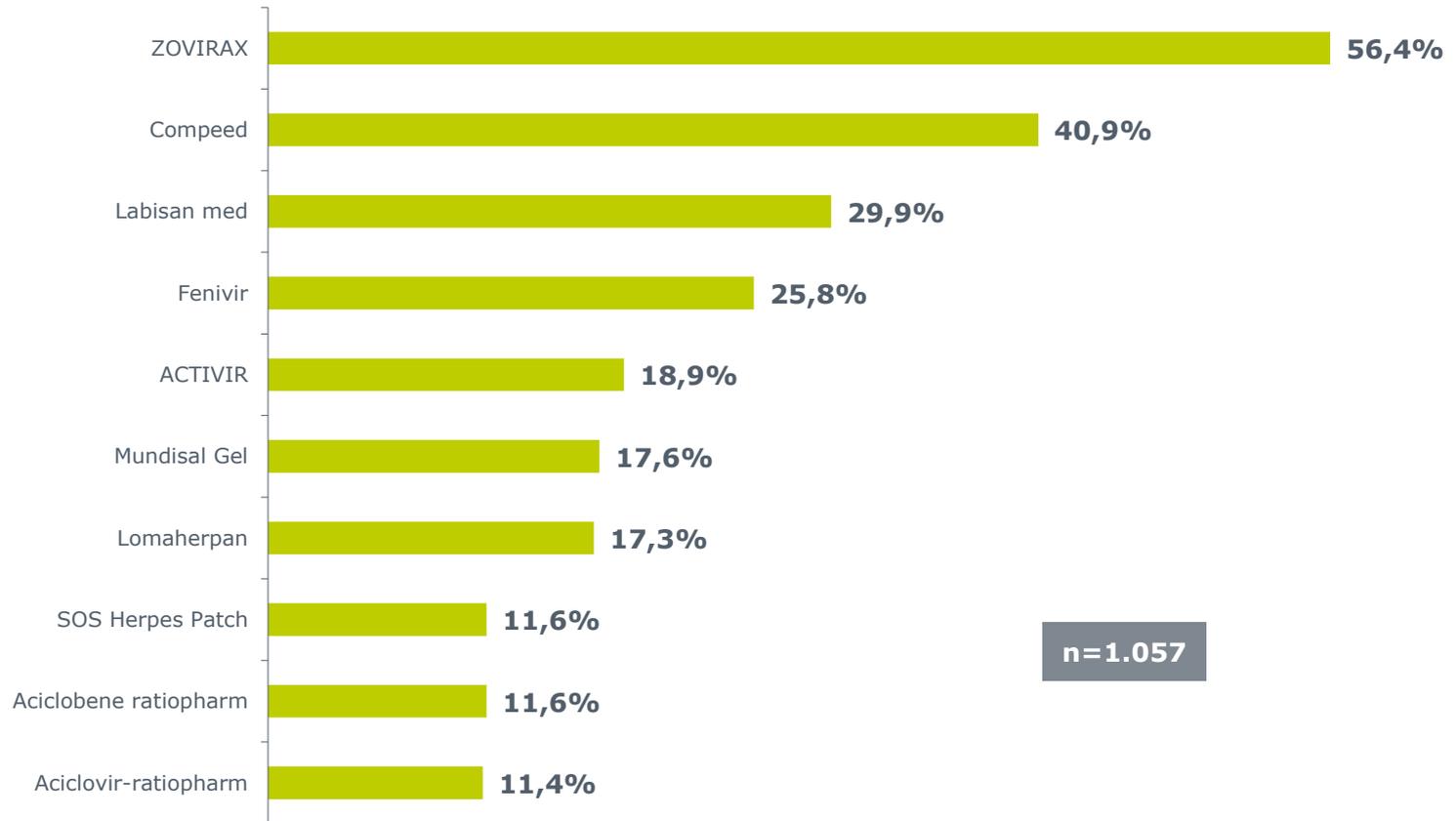
(Basis: Respondenten haben zumindest einmal im Jahr eine Fieberblase)

**Angenommen es würde einen Impfstoff gegen Fieberblasen geben, inwieweit wäre das für Sie interessant?**  
[...]



# Am bekanntesten ist ZOVIRAX.

Die 10 (von 16) bekanntesten Fieberblasenmittel (gestützt)



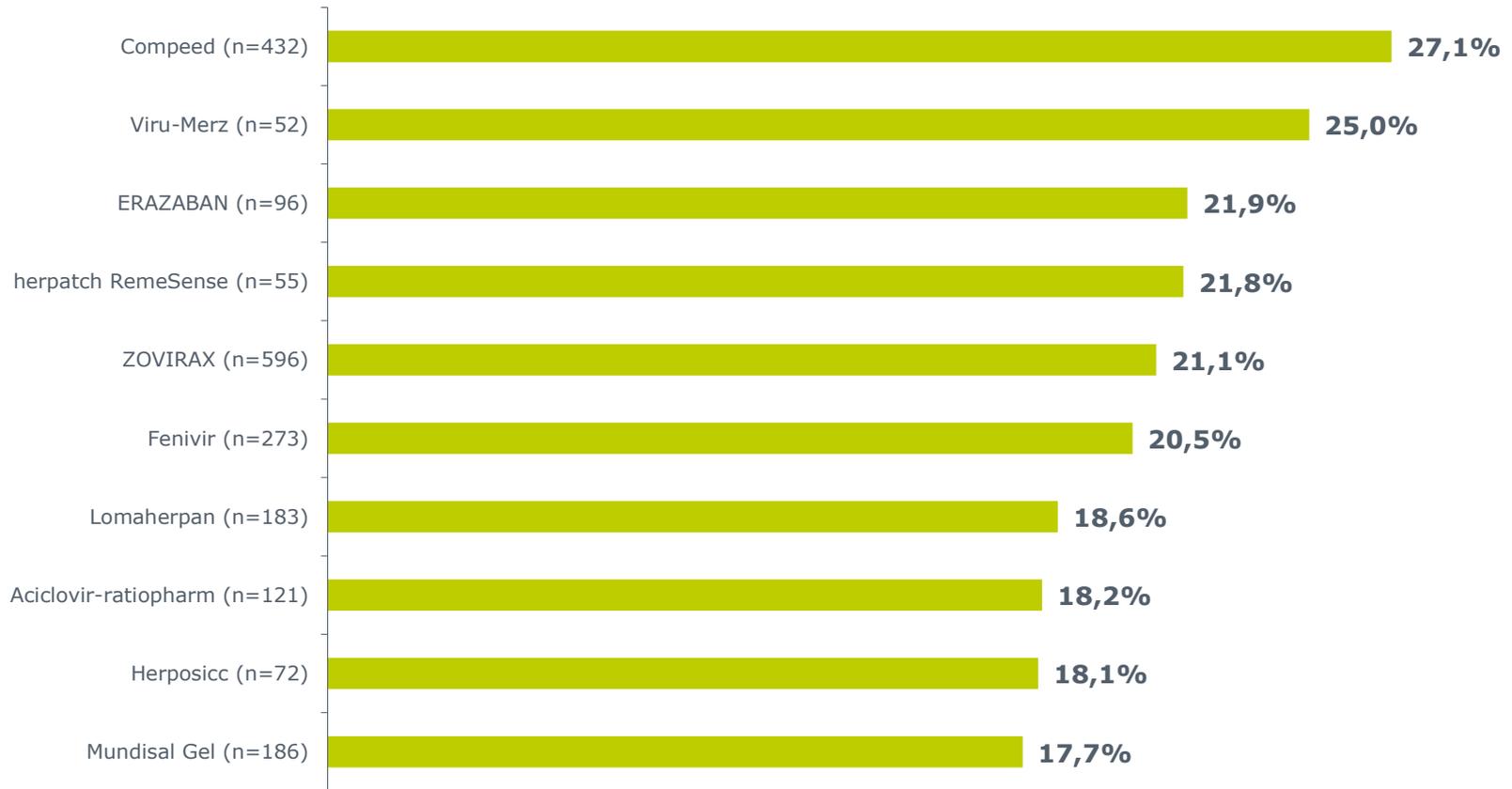
(Basis: Respondenten haben zumindest einmal im Jahr eine Fieberblase)

[...] Welche dieser sind Ihnen als Fieberblasenmittel zumindest namentlich bekannt?



# Die 10 (von 16) Fieberblasenmittel, die sich am meisten von anderen abheben:

**Top-Box: bewertet mit "hebt sich von anderen sehr positiv ab" (5-stufige Skalierung)**



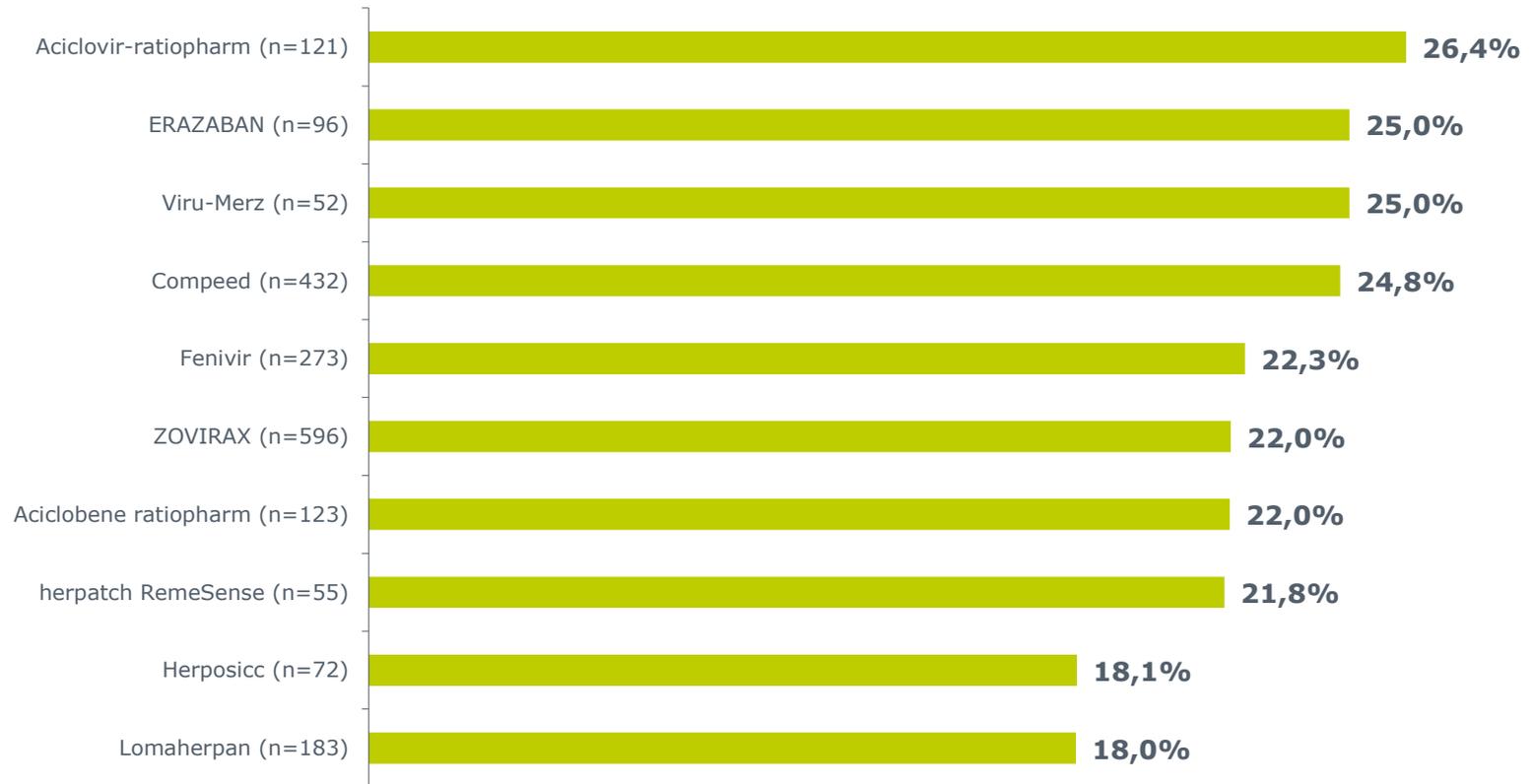
(Basis: Respondenten haben zumindest einmal im Jahr eine Fieberblase und kennen die jeweiligen Fieberblasenmittel zumindest dem Namen nach)

**Inwieweit heben sich die folgenden Fieberblasenmittel Ihrer Meinung nach von anderen ab? [...]**



# Die 10 (von 16) Fieberblasenmittel, die sich am meisten an den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen orientieren:

**Top-Box: bewertet mit "orientiert sich sehr stark an neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen" (5-stufige Skalierung)**



(Basis: Respondenten haben zumindest einmal im Jahr eine Fieberblase und kennen die jeweiligen Fieberblasenmittel zumindest dem Namen nach)

**Inwieweit orientieren sich die folgenden Fieberblasenmittel an den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen? [...]**



---

# about Marketagent.com



## About Marketagent.com ...

---

Marketagent.com ist Österreichs führendes Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut und Vorreiter in der Internet-basierenden Datenerhebung und -analyse. Das eigens rekrutierte 583.000 Personen umfassende Online-Access-Panel (Stand Juli 2014, plus 400 pro Tag) ist ein wichtiger strategischer Erfolgsfaktor und Ausgangsbasis für zahlreiche erfolgreiche Consulting-Projekte. Marketagent.com konnte innerhalb weniger Jahre zu einem fixen Bestandteil der Marktforschungsszene aufstreben. Zu den Referenzen zählen unter anderem Unternehmen wie A1, die Erste Bank, Drei, Austrian Airlines, bwin.com, die Wirtschaftskammer Wien/Österreich, die Post AG, der ÖAMTC, Claro, OMV, Coca Cola, L'ORÉAL, Nestlé und die NÖM AG.

Die technische Realisierung der Online-Research-Plattform wurde mit einer Jury-Auszeichnung im Rahmen des Multimedia-Staatspreises 2002 ausgezeichnet. Im Februar 2003 folgte ein bronzener Werbe-Hahn für die Bemühungen rund um die Rekrutierung eines Teilnehmer-Pools an Meinungsbildnern und im März der erste Preis bei NÖ Internet-Award der Wirtschaftskammer und Donau Universität Krems. Im Dezember 2004 gewann Marketagent.com den ersten Preis im Gewinn-Jungunternehmer-Wettbewerb, Kategorie e-biz.



## Das Online Access Panel von Marketagent.com ...

---

Bei einem Online Access Panel handelt es sich um einen Kreis von web-aktiven Personen, die sich bereit erklärt haben, wiederholt an Online-Untersuchungen teilzunehmen. Im Gegensatz zu Telefonbüchern oder Post-Adresslisten existieren im Internet bislang keine zentralen Register von eMail-Adressen, die zur Ziehung von Online-Samples genutzt werden können. Als "work around" bietet sich der Aufbau zentral gepflegter Pools befragungswilliger Internet-Anwender (sogenannte "Online-Access-Panels") an. Ähnlich wie bei traditionellen Offline-Panels stehen die registrierten Mitglieder hierbei sowohl für ad hoc-Befragungen, als auch für Längsschnittbefragungen dem Institut zur Verfügung.

Das Marketagent.com Online-Access-Panel besteht gleichermaßen aus passiv wie aktiv rekrutierten Internet-Nutzern. Die Probanden werden sowohl über entsprechende Aktivitäten im Internet (beispielsweise mittels Werbebanner und Links auf anderen Websites) angeworben, als auch über klassische Methoden (beispielsweise mittels Call-Center) offline rekrutiert. Durch eine Vielzahl an verschiedenen Maßnahmen wird dadurch ein weiter Kreis an web-aktiven Personen in Österreich, Deutschland und der Schweiz angesprochen. Die Maßnahmen zur Akquisition von neuen Mitgliedern umfassen die Schaltung von Werbebannern auf sehr unterschiedlichen Websites, den Eintrag in Suchmaschinen und entsprechenden Internet-Angeboten zu diesem Thema, Pressemeldungen, Gewinnspiel-Sponsoring sowie den regelmäßig durchgeführten Website-Tests auf verschiedensten Portalen im WorldWideWeb.



**Dominique Ertl, Mag.  
d.ertl@marketagent.com  
+43 (0) 2252 – 909 009– 27**

**Mühlgasse 59  
A-2500 Baden**

**[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)**

