

Presseinformation

Cannabis Consumer Tracker liefert erste Studien-Ergebnisse WEFRA LIFE und Facit Research generieren einzigartige Insights zu medizinischem Cannabis in Deutschland

- Ein Drittel der Deutschen – und damit laut Consumer Tracker die Hälfte der gesamten potenziellen Konsument*innen – würde Cannabis zu rein medizinischen Zwecken verwenden.
- CBD-Öl zeigt die höchsten Bekanntheitswerte, allerdings kennt jede*r Dritte über 40 Jahre keinen der abgefragten Cannabis-Extrakte.
- Fast die Hälfte der potenziellen Nutzer*innen von medizinischem Cannabis fühlt sich über die möglichen Anwendungsgebiete nicht ausreichend informiert.
- Ein Drittel der Älteren und Cannabis-Befürwortenden sowie über ein Viertel der potenziellen Anwendenden medizinischen Cannabis' wünscht sich technologische Unterstützung für eine evidenzbasierte Therapieempfehlung.
- Weitere Details zur dieser kontinuierlichen Studie stellen Cannabis Systems (WEFRA LIFE Group) und Facit Research am 24. Mai 2023 auf der CannabisCon der dfv Conference Group in Frankfurt vor.

Neu-Isenburg, 20.04.2023: Seit fünf Jahren steht Cannabis zu medizinischen Zwecken in Deutschland zur Verfügung und auch die Legalisierung schreitet in großen Schritten voran. Doch wie steht es um die Akzeptanz und den Wissensstand zu Cannabis im Land, wie informieren sich Anwender*innen und wo finden Unternehmen ihre Zielgruppen? Der Cannabis Consumer Tracker von Facit Research und Cannabis Systems (WEFRA LIFE Group) liefert Antworten.

Als einziges Studienformat erhebt der Cannabis Consumer Tracker in Deutschland kontinuierlich Daten dieser Art, so dass Veränderungen in der Wahrnehmung und dem Verhalten im Zeitverlauf aufgezeigt werden können. Nun liegen die Ergebnisse der ersten Befragungswelle mit 1.000 Teilnehmenden im Zeitraum Februar und März 2023 vor.

Erste Ergebnisse: großes Interesse, geringes Detailwissen

Das Interesse an Cannabistherapien ist groß: Ein Drittel aller Befragten würde zu rein medizinischen Zwecken Cannabis anwenden. Damit liegt der Bevölkerungsanteil, der medizinisches Cannabis befürwortet, auf gleicher Höhe mit potenziellen Käufer*innen, die Cannabis sowohl zu Genuss- als auch zu medizinischen Zwecken erwerben würden – ein

Marktsegment, dem in Deutschland großes Potenzial zugeschrieben wird. Doch kennt jede*r Dritte über 40 Jahre keinen der abgefragten Cannabis-Extrakte. Unter denjenigen, die Cannabis-Extrakte zumindest dem Namen nach kennen, ist CBD-Öl das bekannteste Produkt.

Es fehlt an Informationen zu medizinischem Cannabis

Obwohl das Wissen um die Verwendung von Cannabis im medizinischen Kontext mit einem Bekanntheitsgrad von 89 Prozent weithin verbreitet ist, fühlen sich viele der potenziellen Anwender*innen aktuell nicht gut informiert. 45 Prozent geben an, nicht über ausreichend Zugang zu Informationen über die möglichen Anwendungsgebiete zu verfügen. Dass die Informationsbasis auch für eine anstehende Cannabis-Legalisierung noch nicht stimmt, ist für Jens Barczewski, General Manager bei Facit Research und Leiter des Mediaplus Insights Teams, ein Schlüsselergebnis der ersten Welle: „Zahlreiche Anbieter drängen bereits auf die Erschließung des neuen Markts und pochen auf ihr Stück vom Kuchen. Dabei übersehen sie, dass die Informationsbasis noch gar nicht stimmt. Hier lohnt es sich anzusetzen“.

Die richtigen Informationsquellen nutzen

Bei der Eigen-Recherche zum Thema Cannabis stehen Webseiten und Suchmaschinen bei 70 Prozent der Befragten hoch im Kurs, dicht gefolgt von Arztpraxen und Apotheken (69 Prozent). Zur Entscheidungsfindung, wann und wie medizinisches Cannabis einzusetzen ist, schreiben die Befragten öffentlichen Studienergebnissen die höchste Relevanz zu. Mehr als ein Drittel (35 Prozent) der über 40-Jährigen und Befürwortenden sowie über ein Viertel der potenziellen Anwender*innen von rein medizinischem Cannabis (28 Prozent) wünscht sich zudem eine bessere technologische Unterstützung zur evidenzbasierten Therapieempfehlung und damit zur informierten Entscheidungsfindung. „Eine gezielte Ansprache und transparente Aufklärung kann die Akzeptanz der therapeutischen Anwendung weiter erhöhen und in die breite Masse bringen“, stellt Niklas Kurz, Geschäftsführer und COO der WEFRA LIFE Gruppe heraus. „Zusätzlich ist es essenziell, allen Stakeholdern die wichtigen und richtigen Informationen zum Thema medizinisches Cannabis anzubieten. Mit dem Tracker und mit ihrer Investition in [MediCade](#) will die WEFRA LIFE dazu beitragen.“

MediCade schließt Informationslücke

Das in den Startlöchern stehende Ökosystem MediCade konnte bereits die Firma Sadé Biotech mit ihrer in Israel etablierten KI-basierten Technologielösung [ASAYA™](#) als Partner gewinnen. MediCade wird über diese Plattform eine personalisierte Behandlung für Patient*innen ermöglichen, die von Ärzt*innen leicht überwacht und angepasst werden kann.

Von ständig aktualisierten Therapiedaten vieler weiterer Nutzer gestützt wird MediCade kontinuierlich und live anderen Stakeholdern Real-World-Daten rund um die Cannabistherapie zur Verfügung stellen können – für jeden die individuell passenden Informationen. „Im übertragenen Sinne also genau, was dem medizinischen Cannabis in Deutschland gerade fehlt“, ist Kurz überzeugt.

Weitere Details zur Studie stellen WEFRA LIFE und Facit Research am 24. Mai 2023 auf der [CannabisCon](#) der dfv Conference Group in Frankfurt vor.

(5.347 Z. m. LZ)

Bildmaterial



*Abbildung 1: Der Informationsbedarf ist auch bei medizinischem Cannabis groß.
Quelle: freepik/Facit Research*

Medienkontakt:

Matthias Haack
Geschäftsführender Gesellschafter
WEFRA LIFE GROUP
Tel. +49 (0)69 695008-62
matthias.haack@wefra.life

K. Niklas Kurz
Geschäftsführung
WEFRA LIFE GROUP
Tel. +49 (0)69 695008-62
niklas.kurz@wefra.life
Mitteldicker Weg 1 – WEFRA Haus
63263 Neu-Isenburg – OT Zeppelinheim
www.wefra.life

Über die WEFRA LIFE GROUP

Wir sind die treibende Kraft im Gesundheitsmarkt – das ist die Philosophie von WEFRA LIFE. Rund 165 Kommunikationsspezialisten in den Tochtergesellschaften WEFRA LIFE MEDIA, WEFRA LIFE MEDIAPLUS, WEFRA LIFE MEDIAPLUS 2, WEFRA LIFE INTERNATIONAL, WEFRA LIFE SOLUTIONS und WEFRA LIFE VENTURES gestalten den Gesundheitsmarkt aktiv. Integriert und agil schaffen sie kundenzentrierte maßgeschneiderte Data- und Insight-basierte Lösungen für zunehmend komplexere Herausforderungen. Innovatives Herzstück für die visionären Services, Produktideen und Plattformen ist der WEFRA LIFE INNOVATION HUB.