

Studie zeigt drei verschiedene Patiententypen auf: Gesundheitsbewusste, Vorsorger und Unbesorgte

+++ Patienten geben im Jahr durchschnittlich 293 Euro für ihre Gesundheit aus

+++ Investitionsbereitschaft variiert je Patiententyp stark

München, 29.08.2014 – Kein Mensch ist gleich. Dies gilt auch für Patienten. Der eine konsultiert „Dr. Google“ bevor er seinen Arzt aufsucht und ist bereit, seiner Gesundheit zuliebe sämtliche Zusatzleistungen in Anspruch zu nehmen; der andere ist froh, wenn er das Behandlungszimmer schnellstmöglich wieder verlassen kann und sich nicht weiter mit seiner Gesundheit beschäftigen muss. Unterschiede bezüglich des Informationsstandes und der Investitionsbereitschaft der Patienten wirken sich auch auf ihre Bedürfnisse und Anforderungen an einen Arztbesuch aus. Eine Studie des Markt- und Trendforschungsinstituts EARSandEYES im Auftrag von jameda, Deutschlands größter Arztempfehlung, hat nun drei verschiedene Patiententypen definiert: Die „Gesundheitsbewussten“, die „Vorsorger“ und die „Unbesorgten“. Sie unterscheiden sich unter anderem bezüglich ihres Interesses an Gesundheitsthemen, ihres Informationsstands sowie der Bereitschaft, in ihre Gesundheit zu investieren. Für die Studie wurden neben 1.000 Internetnutzern in Deutschland aus einem online-repräsentativen Panel weitere 912 Personen befragt, die über www.jameda.de rekrutiert wurden.

Große Bereitschaft zu Investitionen in die eigene Gesundheit

Die Studie bestätigt einmal mehr, dass das Interesse der Deutschen an Gesundheitsthemen groß ist. 87 Prozent der Befragten gaben an, sich für das Thema Gesundheit zu interessieren.¹ Damit einher geht eine große Bereitschaft vieler, privat in die eigene Gesundheit zu investieren. Im Schnitt gaben die Befragten an, 431 Euro im Jahr für ihre Gesundheit auszugeben. Dabei variiert der Betrag stark je nach Patiententyp: Der „Gesundheitsbewusste“ gibt jährlich durchschnittlich 528 Euro aus, der „Vorsorger“ 455 Euro und der „Unbesorgte“ gibt im Durchschnitt 318 Euro im Jahr aus. Betrachtet man lediglich die jameda-Nutzer, so liegt der Betrag bei 532 Euro. Betrachtet man lediglich die Teilnehmer des online-repräsentativen Panels, so ergeben sich durchschnittliche Jahresausgaben für Gesundheitsleistungen in Höhe von 293 Euro.

Die Gesundheitsbewussten

Die „Gesundheitsbewussten“ zeichnen sich durch ein sehr großes Interesse an Gesundheitsthemen aus (95 % stimmen zu), das sie häufig (1,8 Mal pro Woche) versuchen im Internet zu stillen. Damit einher geht die Einschätzung von 86 Prozent dieser Patienten, dass sie gut bis sehr gut über das Thema Gesundheit informiert sind.

Die „Gesundheitsbewussten“ suchen im Schnitt 7,8 Mal im Jahr einen Arzt auf, häufiger als andere Patienten auch direkt einen Facharzt, googeln zuvor jedoch oftmals ihre Beschwerden. Die Ärzte, die sie aufsuchen, finden sie häufiger als andere Patienten auf einem Arztbewertungsportal (38 %). 31 Prozent

¹ n=1.000 (online-repräsentativ).

suchen auf jameda. Kein Wunder: 92 Prozent von ihnen empfinden auf der Suche nach einem passenden Arzt die Meinungen anderer Patienten als (sehr) hilfreich.

Die Bereitschaft, in die eigene Gesundheit zu investieren, ist unter den „Gesundheitsbewussten“ am höchsten. Im Schnitt handelt es sich hierbei pro Jahr um einen Betrag von 528 Euro.

27 Prozent der online-repräsentativ Befragten können der Gruppe der „Gesundheitsbewussten“ zugeordnet werden. Sie sind eher weiblich (59 %), haben einen Hochschulabschluss und ein hohes Einkommen.

Die Vorsorger

Auch die „Vorsorger“ haben ein ähnlich großes Interesse an Gesundheitsthemen (93 %) wie die „Gesundheitsbewussten“ und fühlen sich ebenfalls gut bis sehr gut informiert (82 %). Im Schnitt recherchieren sie jede Woche 1,5 Mal im Internet nach Gesundheitsinformationen.

Die „Vorsorger“ gehen am häufigsten zum Arzt und zwar durchschnittlich 8 Mal im Jahr. Zur Suche eines passenden Mediziners nutzt jeder dritte von ihnen ein Arztbewertungsportal. Fast genauso viele nutzen jameda (32 %).

Die Bereitschaft der „Vorsorger“ privat in Gesundheitsangebote zu investieren, ist etwas geringer als bei den „Gesundheitsbewussten“. Im Schnitt geben sie jährlich 455 Euro für ihre Gesundheit aus. Das könnte mitunter daran liegen, dass das Einkommen dieser Patienten etwas niedriger ist als das der „Gesundheitsbewussten“.

36 Prozent der online-repräsentativ Befragten lassen sich diesem Typ zuordnen. Die Patienten sind überwiegend weiblich (59 %) und haben häufig einen Hochschulabschluss.

Die Unbesorgten

Die Patienten, die sich der Gruppe der „Unbesorgten“ zuordnen lassen, sind deutlich weniger an Gesundheitsthemen interessiert (79 %). Dies führt dazu, dass sie seltener (1,1 Mal / Woche) als andere Patienten aktiv nach Gesundheitsinformationen suchen und sich daher weniger gut informiert fühlen (66 %).

Die „Unbesorgten“ gehen auch seltener zum Arzt (7,3 Mal / Jahr) und investieren weniger Geld in ihre Gesundheit, nämlich durchschnittlich nur 318 Euro jährlich.

Bei der Arztsuche spielt die Nutzung von Bewertungsportalen für die „Unbesorgten“ eine deutlich geringere Rolle als für die „Gesundheitsbewussten“ und die „Vorsorger“. Nur jeder Vierte (24 %) nutzt Arztbewertungsportale, jeder Fünfte (21 %) nutzt jameda.

Innerhalb der online-repräsentativen Stichprobe lassen sich 37 Prozent der Befragten der Gruppe der „Unbesorgten“ zuordnen. Sie stellt damit knapp vor den „Vorsorgern“ den größten Patiententypus dar. Bei den jameda-Nutzern machen sie den geringsten Anteil aus: 27 Prozent. Die männlichen und weiblichen Patienten halten sich bei den „Unbesorgten“ die Waage (je 50 %). Sie haben größtenteils einen Haupt- oder Realschulabschluss und ein eher niedriges Einkommen.

Der informierte Patient hat hohe Ansprüche und zeigt große Bereitschaft für Investitionen

Aus der Studie wird ersichtlich, dass sich gerade die „Gesundheitsbewussten“ und „Vorsorger“ (insgesamt 63 %²), also insbesondere Frauen mit mittlerem bis höherem Einkommen, gut bis sehr gut über ihre Gesundheit informiert fühlen. Entsprechend hoch dürften ihre Erwartungen an einen Arztbesuch sein, was eine detaillierte und möglicherweise zeitintensive Aufklärung anbelangt. Ihre Gesundheit ist ihnen viel wert, weshalb sie bereit sind, größere Beträge zu investieren.

Des Weiteren geht aus der Studie hervor, dass sich Patienten über alle Gruppen hinweg heutzutage vor allem im Internet über Gesundheitsthemen, aber auch über ihre Ärzte informieren. Gerade die „Gesundheitsbewussten“ und „Vorsorger“ tun dies verstärkt auch auf Arztbewertungsportalen wie jameda.

Über die Studie:

Die Studie wurde im Februar 2014 vom Markt- und Trendforschungsinstitut EARSandEYES im Auftrag der jameda GmbH durchgeführt. Die befragte Stichprobe bestand aus 1.000 Internetnutzern in Deutschland, die online-repräsentativ hinsichtlich Alter, Geschlecht und Region waren. Zusätzlich wurden über das Arztempfehlungsportal jameda 912 jameda-Nutzer rekrutiert und anhand desselben Fragebogens befragt. Die Ergebnisse beziehen sich, wenn nicht anders ausgewiesen auf n=1.912. Weitere Studiendetails gibt es unter www.jameda.de/patientenstudien.

Über die jameda GmbH:

jameda ist Deutschlands größte Arztempfehlung. Mehr als 3,5 Mio. Patienten monatlich suchen auf jameda nach genau dem richtigen Arzt für sich. Dabei helfen ihnen die Empfehlungen anderer Patienten, die von den Ärzten bereitgestellten Informationen sowie zahlreiche Filtermöglichkeiten. Ärzte haben die Möglichkeit, ihre Praxis auf jameda vorzustellen und umfassend über ihr Leistungsspektrum zu informieren. Datenbasis bilden bundesweit rund 250.000 Ärzte. jameda ist eine 100-prozentige Tochter der börsennotierten Tomorrow Focus AG mit Hubert Burda Media als Hauptaktionär.

Pressekontakt:

jameda GmbH
Kathrin Kirchler
PR- und Marketing-Manager
Tel.: 089 / 2000 185 60
E-Mail: presse@jameda.de

www.jameda.de
www.facebook.com/jameda.de
www.twitter.com/jameda_de

² n=1.000 (online-repräsentativ).