Pressemappe
zur
E-Patienten Studie 2014 in Deutschland:

Was machen 40 Millionen deutsche Gesundheits-Surfer und Patienten im Internet?

Kernergebnisse

Studiendurchführung: Prof. Dr. Mike Friedrichsen, Stuttgart Media University und Institute for Media Business GmbH Berlin

Dr. Alexander Schachinger, Inhaber von healthcare42.com, Digital Healthcare Research&Consulting

Diese Pressemappe ist als PDF digital erhältlich unter www.epatient-research.com

Hintergrund 2
1. Forschungsbedarf in Deutschland 2
2. Studiendesign 2
3. Wer sind die Nutzer von Gesundheitsangeboten im Internet? 2
4. Anlass und Methode 4
5. Welche Gesundheitsangebote im Internet werden genutzt? 5
6. Auswirkungen der Internetnutzung auf Patienten und das Gesundheitssystem 7
7. Welches Potenzial gibt es für den Gesundheitsmarkt? 8
8. Kommentar von Vertreter des Gesundheitswesens zur Pressekonferenz 8
8.1 Ausblick und Kontakt 10
9. Unterstützer der Studie 11

Hintergrund

Sowohl weltweite Studien als auch eine Telefonbefragung in Deutschland (2009) zeigen auf, dass circa 80 Prozent aller Onliner in westlichen Industrieländern das Internet zu Gesundheitsthemen verwenden[1]. Das entspricht in Deutschland einer Zahl von circa 40 Millionen Nutzern. Wie sich dies auf Patienten, ihr Verhalten oder gar den Gesundheitsmarkt auswirkt, ist im Ausland schon seit dem Jahr 2000 ein etablierter Forschungszweig – bisher jedoch nicht in Deutschland. Darüber hinaus ergeben sich aus den digitalen Anwendungsmöglichkeiten, wie eLearning, Apps etc., in Verknüpfung mit den existierenden Versorgungsstrukturen, Ansätze für kostengünstige digitale Versorgung, Therapiebegleitung sowie Versorgungsforschung. Hinzu kommen neue Innovationspfade für eine Verbesserung und Erweiterung der existierenden Therapien sowie der Betreuung von Patienten und Chronikern[2].

1. Forschungsbedarf in Deutschland

Als weltweit drittgrößter Gesundheitsmarkt mit ständiger Kostenbekämpfung, Versorgungs- und Personalengpässen im Gesundheitswesen hat Deutschland, trotz einer mehr als ausreichenden Verbreitung digitaler Endgeräte in der Bevölkerung, bisher nahezu keine akademisch institutionalisierte Forschung noch Piloten aus oder mit dem Gesundheitswesen zu dem neu aufkommenden Bereich „Medical Internet Research“ unternommen. Dieser Bereich ist dabei nicht zu verwechseln mit traditionellen „eHealth-„ oder „Telemedizin“-Projekten.

2. Studiendesign

In den Monaten Februar und März 2014 wurde eine anonyme und freiwillige Online-Befragung auf 19 der größten Gesundheitsportale (u.a.: Netdoktor, Onmeda, Jameda und weitere), darunter auch zwei Krankenkassen und deren Versicherten-Newsletter, live geschaltet. Abzüglich nicht vollständiger Datensätze wurden in diesem Zeitraum 3.160 vollständige Befragungen generiert. Die Fragen orientierten sich am internationalen Forschungsstand sowie an vergangenen Befragungen in diesem Bereich. Die Fragenbereiche sind in vier Bereiche gegliedert: a) welche Nutzer/Patienten mit welchen Erkrankungen nutzen b) welche Anwendungen in welchem Umfang, c) wie wirkt sich diese Nutzung auf die Nutzer, ihr Wissen, Verhalten aus und d) wie bewerten die Nutzer digitale Innovationen im Gesundheitsbereich? In vielen Ergebnisgrafiken dieser Pressemappe unterscheidet sich die Grundgesamtheit der Teilnehmer, da einige Fragen nur Chronikern und nicht den Präventions-Surfern bzw. den Gesunden und umgekehrt gestellt wurden.

3. Wer sind die Nutzer von Gesundheitsangeboten im Internet?

Das Durchschnittsalter der Teilnehmer beträgt 59 Jahre, bei einem häufigsten Alter von 44 bis 74 Jahren. 60,1 Prozent der Teilnehmer sind Frauen, 39,9 Prozent Männer. Der formale Bildungsstand beläuft sich wie folgt: Realschulabschluss (mit/ohne Lehre): 36,6 Prozent, Hoch/Fachhochschulstudium: 31,4 Prozent, Hauptschulabschluss (mit/ohne Lehre): 19,3 Prozent, Abitur(ohne Stud.): 11,8 Prozent, kein Abschluss: 0,9 Prozent.
Grafik 1 stellt basierend internationaler Forschungsklassifizierung die Typologien der Gesundheitssurfer für Deutschland dar. Fazit: die Mehrheit der Gesundheits-Surfer sind chronisch Kranke, gefolgt von Surfern mit akuten, nicht-chronischen Beschwerden sowie Gesunden aber Interessierten und zuletzt Surfer für Betreuende (Caregiver).

[1] Siehe exempl. unter jmir.org sowie http://www.presseportal.de/pm/69450/1500348/zum-thema-gesundheit-fragen-sie-ihren-arzt-oder-das-internet

[2] Diese Trends sind auch bekannt unter „health 2.0“ oder „medicine 2.0“, basierend dem internationalen Kongress „medicine 2.0“, siehe exempl.: medicine20congress.com

Grafik 1: Typologien der Gesundheits-Surfer in Deutschland (n=3056, Angaben in Prozent)

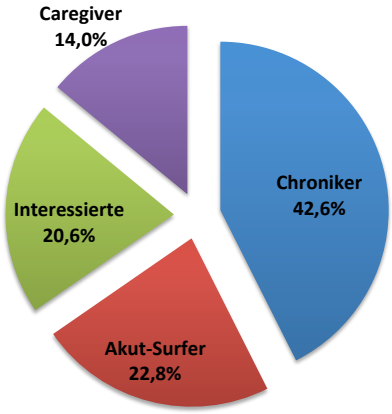


Tabelle 1 faßt die von den Teilnehmern genannten Erkrankungen zusammen, welche sie oder ihre Angehörige haben. Stellt man diese Verhältnisse den Gesundheitsberichten des Bundes oder der Kassen gegenüber, ergeben sich für die Mehrheit der Erkrankungen und ihrer prozentualen Häufigkeiten eine ähnliche Häufigkeit im Verhältnis tatsächliche Krankheitsverbreitung in Deutschland und derjenigen im Internet gesuchten.

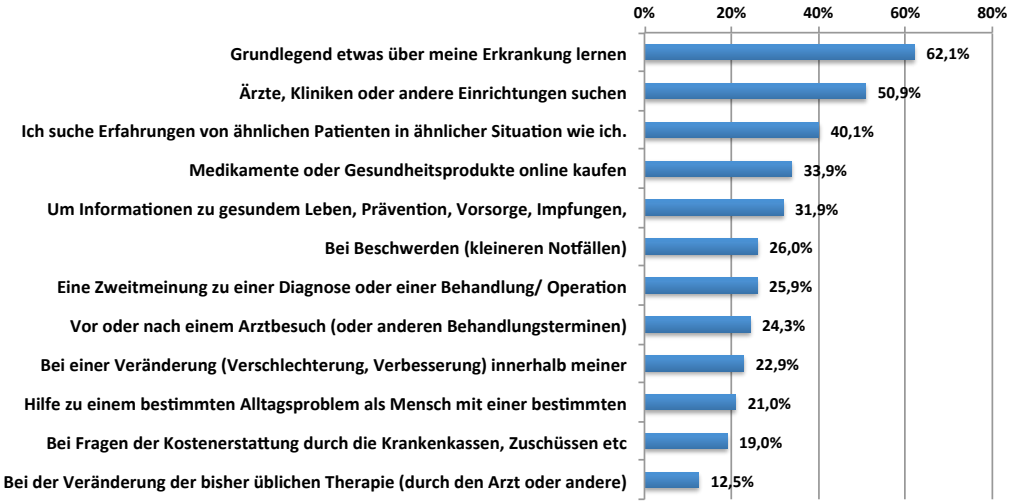
Tabelle 1: Genannte Erkrankungen der Teilnehmer in Prozent (n=3166, je Teilnehmer konnten max. zwei genannt werden)

Probleme mit dem Bewegungsapparat (z.B. Arthrose, Rheuma, Verletzungen etc.)	30,0%
Herz- /Herzkreislauf und Gefäßerkrankungen (z.B. Bluthochdruck, Herzinfarkt, Thrombose, Bluterkrankungen etc.)	22,8%
Stoffwechselerkrankungen (z.B. Diabetes, Übergewicht etc.)	17,1%
Psychische und emotionale Erkrankungen (z.B. Depression, Schlafstörungen, Essstörungen etc.)	12,7%
Schmerzerkrankungen (z.B. Migräne, Kopfschmerzen, chronischer Schmerz etc.)	11,6%
Krebserkrankungen (z.B. Brustkrebs, Hautkrebs etc.)	10,1%
Atemwegserkrankungen (z.B. Asthma, COPD etc.)	9,0%
Neurologische Erkrankungen (z.B. Demenz, MS, Parkinson, Schlaganfall etc.)	8,3%
Magen-Darm-Erkrankungen (z.B. Morbus Crohn, Magengeschwüre etc.)	7,6%
Allergie (z.B. Heuschnupfen etc.) oder Nahrungsunverträglichkeiten	6,6%
Haut- oder Haarprobleme (z.B. Psoriasis, Haarausfall etc.)	6,3%
Andere, hier nicht Genannte	5,7%
Erkrankungen des Mannes (z.B. Prostataerkrankungen, Erektionsstörungen etc.)	5,5%
Augenerkrankungen (Grauer Star etc.)	5,1%
HNO-Erkrankungen (z.B. Mittelohrentzündung. Bronchitis etc.)	4,7%
Erkrankungen der Frau (z.B. unerfüllter Kinderwunsch, Wechseljahrbeschwerden etc.)	3,5%
Eine typische Erkältung (z.B. Grippe, Schnupfen, Fieber etc.)	2,6%
Kinderkrankheiten (Masern, Impfungen, ADHS etc.)	2,2%
Impfungen (für Erwachsene)	1,9%
Suchterkrankungen (z.B. Alkoholprobleme etc.)	1,2%
Transplantationen	0,6%
Infektionserkrankungen (z.B. HIV, Hepatitis etc.)	0,5%

4. Anlass und Methode

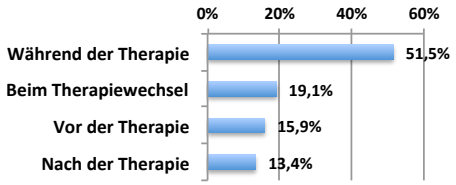
Gefragt nach dem Anlass des Gesundheits-Surfens, zeigt sich, dass der wesentliche Grund im Informationsbedürfnis zu finden ist (62 Prozent), gefolgt von der Suche nach Behandlern (51 Prozent). Aus sozialer Perspektive verständlich ist auch die Suche nach Erfahrungen von ähnlichen Patienten (40 Prozent). Dass immerhin 26 Prozent nach einer Zweitmeinung suchen, ist ebenfalls hervorzuheben. Grafik 2 stellt dies dar.

Grafik 2: Gründe und Motivation der Internetnutzung zu Gesundheitsthemen (n=2021, Angaben in Prozent)



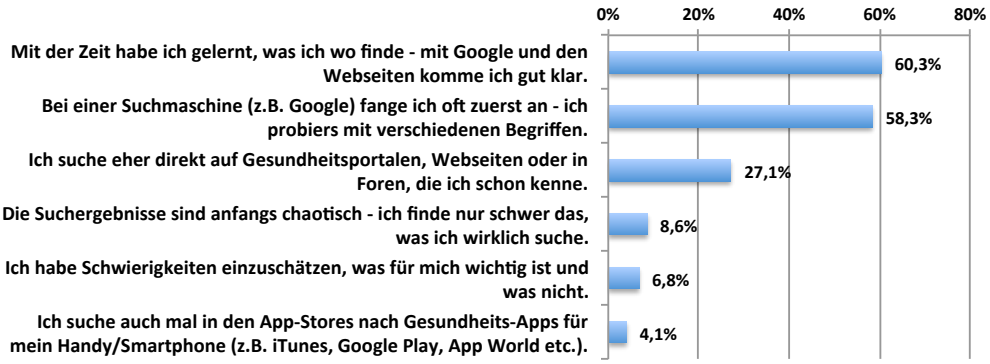
Die Mehrheit der Chroniker surft während einer laufenden Therapie (52 Prozent). Die Situation eines Therapiewechsels führt immerhin bei knapp 19 Prozent der Befragten dazu, dass sie Gesundheitsinformationen im Internet suchen.

Grafik 3: Zeitpunkt der Internetnutzung zu Gesundheitsthemen im Behandlungspfad (n=1298, Angaben in Prozent)



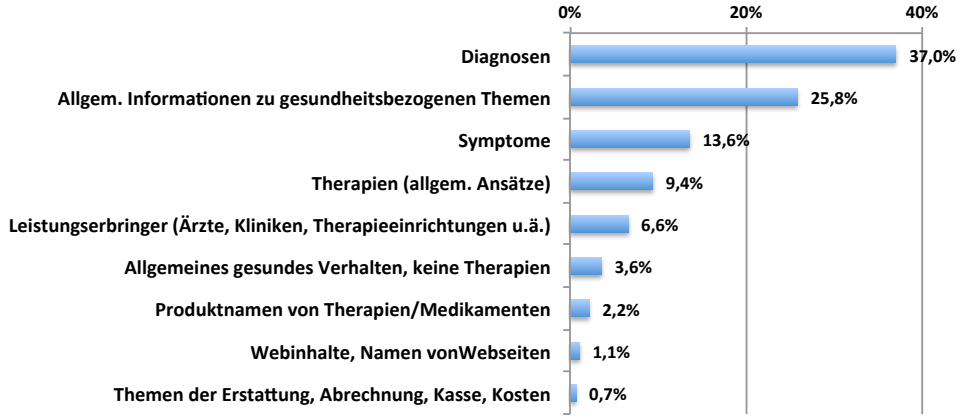
Eine Suchmaschine, wie z.B. Google, ist der übliche Einstieg der Suche für 58 Prozent der Teilnehmer. Auch hier mag aller Anfang schwer sein, jedoch mit der Zeit verzeichnen 60 Prozent der Teilnehmer für sich einen Lerneffekt im Umgang mit Gesundheitsthemen im Internet. Darüber hinaus scheint nur ein geringer Teil der Nutzer Schwierigkeiten mit dem Internet zu Gesundheitsthemen zu haben. Die in den Massenmedien erwähnten App-Trends zu Gesundheitsthemen werden hingegen nur von einem geringen Teil der Befragten proaktiv genutzt (s. Grafik 4).

Grafik 4: Vorgehen und Methoden der Internetnutzung zu Gesundheitsthemen (n=3115, Angaben in Prozent)



Welche Art von Suchbegriffen verwenden die Teilnehmer? Die Mehrheit der in einer Suchmaschine eingegebenen Begriffe sind Diagnosen (37 Prozent), gefolgt von allgemeinen gesundheitsbezogenen Themen (26 Prozent) sowie Symptomen (14 Prozent). Therapien, Behandler, gesundes Verhalten oder tatsächliche Handelsnamen von Medikamenten oder Medizinprodukten werden deutlich seltener gesucht (s. Grafik 5).

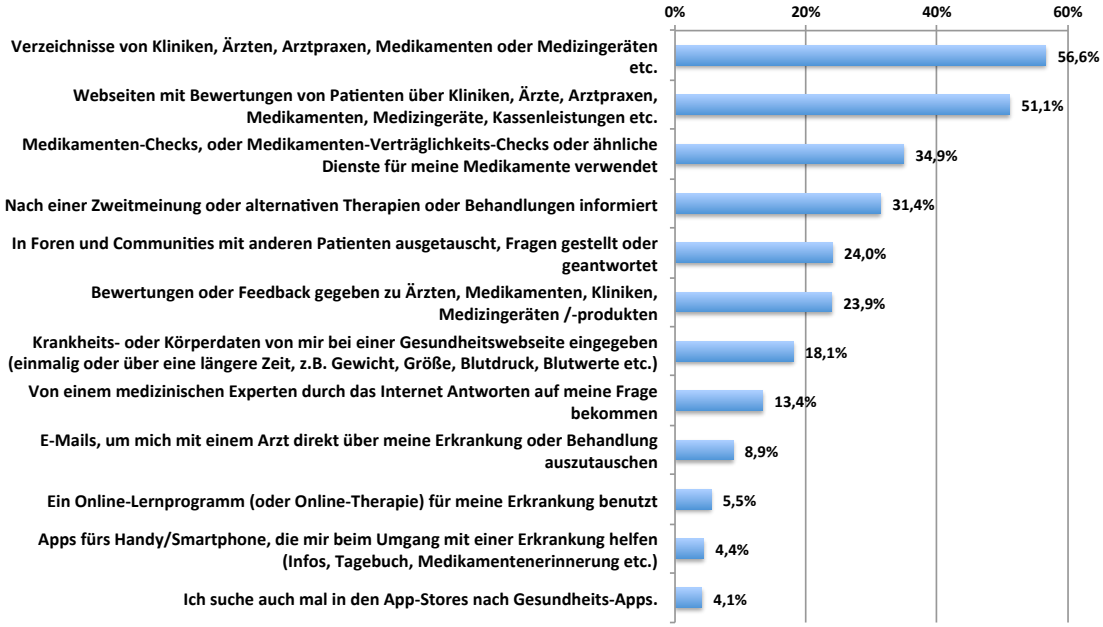
Grafik 5: Bei einer Suchmaschine eingegebene Suchbegriffe nach Kategorien (n=3607 Begriffe, Teilnehmer konnten bis zu drei tatsächlich verwendete Begriffe eingeben, Kategorisierung durch die Autoren, Angaben in Prozent)



5. Welche Gesundheitsangebote im Internet werden genutzt?

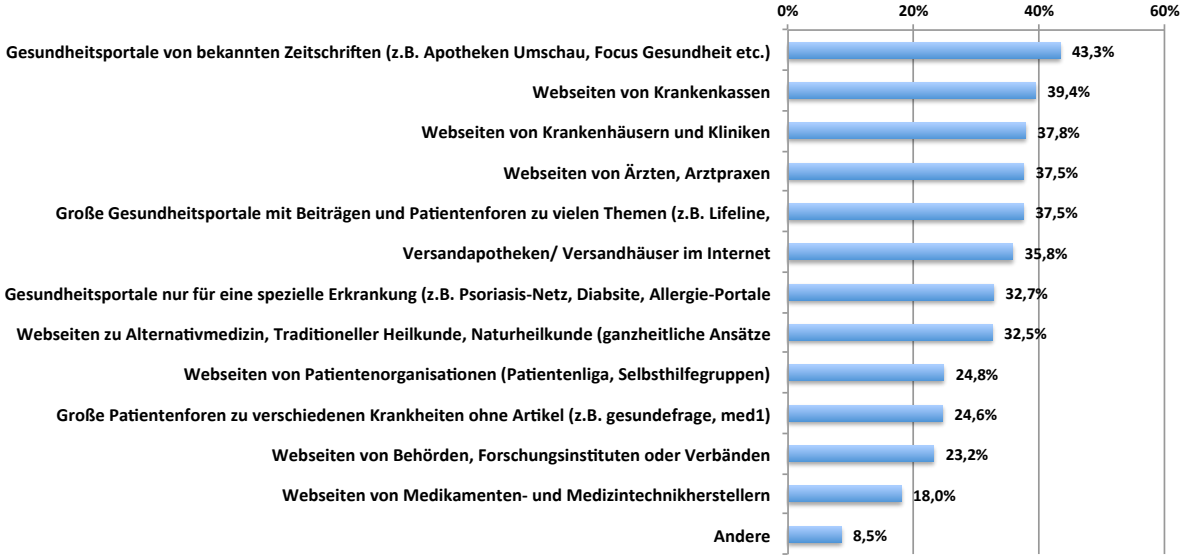
Verzeichnisse von Behandlungseinrichtungen, Ärzten, Medikamenten und Medizinprodukten (57 Prozent) sowie auch deren Bewertungen (51 Prozent) sind die am häufigsten verwendeten Anwendungen im Internet. Medikamenten-Checks zu 35 Prozent, Zweitmeinungen zu 32 Prozent sowie Patientenforen zu 24 Prozent sind weitere relativ häufig verwendete Anwendungen. Trotz der von den Akteuren des Gesundheitswesens häufig thematisierten Datenschutzdebatten geben 18 Prozent der Teilnehmer eigene Körper- oder Krankheitsdaten in internetbasierte Anwendungen ein (s. Grafik 6).

Grafik 6: Genutzte Dienste und Anwendung internetbasierter Gesundheitsthemen (n=3166, Angaben in Prozent)



Von welchen Anbietern die Teilnehmer Webangebote nutzen ist sehr unterschiedlich. Grundsätzlich werden hier sowohl die Webseiten der traditionellen Akteure des Gesundheitswesens als auch die Webseiten der Verlags- und Medienhäuser, Communities und Start-Ups relativ häufig aufgerufen. An dieser Stelle ist zu beachten, dass die Besucherraten der zuletzt genannten Webanbieter (z.B. von großen Verlagshäusern) häufig monatliche Besucherraten bis zum zehn- bis fünfzigfachen der Webseiten der traditionellen Akteure aufweisen (basierend IVW, AGOF, Google Analytics und eigener Angaben der Webanbieter). In der Grafik 7 werden die Ergebnisse zusammengefasst.

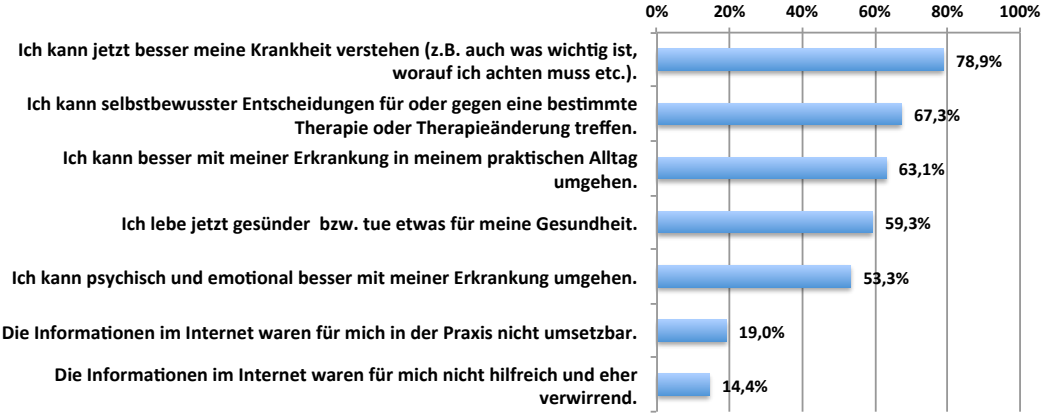
Grafik 7: Genutzte Anbieter internetbasierter Gesundheitsthemen (n=3115, Angaben in Prozent)



6. Auswirkungen der Internetnutzung auf Patienten und das Gesundheitssystem

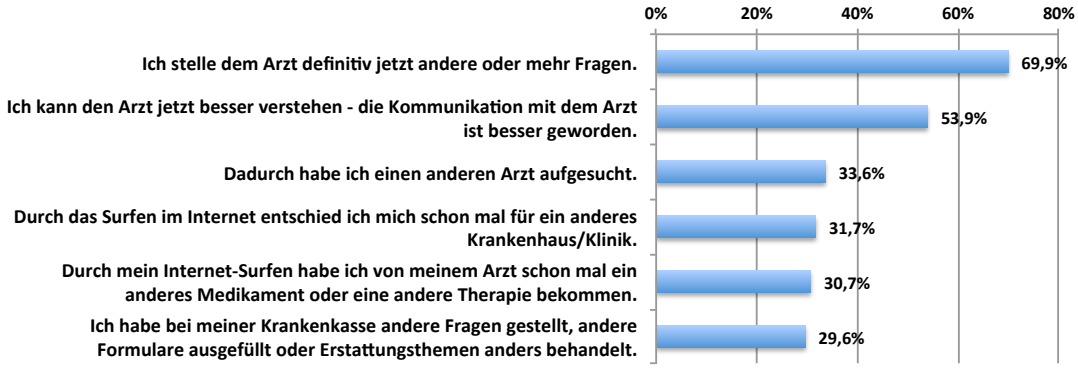
Eine der aussagekräftigsten Ergebnisbereiche sind die Auswirkungen der Internetnutzung bei Gesundheitsthemen auf die Nutzer als auch indirekt auf das Gesundheitssystem bzw. den Gesundheitsmarkt. Grafik 8 stellt Auswirkungsbereiche dar, welche man in erster Annäherung als tendenziell positiv verzeichnen kann, insbesondere, da die Prozentangaben zweier negativer oder ausbleibender Auswirkungen im Vergleich geringer ausfallen. Nicht nur das eigene Verhalten, sondern auch der Arztdialog sowie die Wirkung des Arztgespräches profitieren offensichtlich von der Internetnutzung.

Grafik 8: Auswirkungen des Gesundheits-Surfens auf die Teilnehmer (n=2020, Angaben in Prozent)



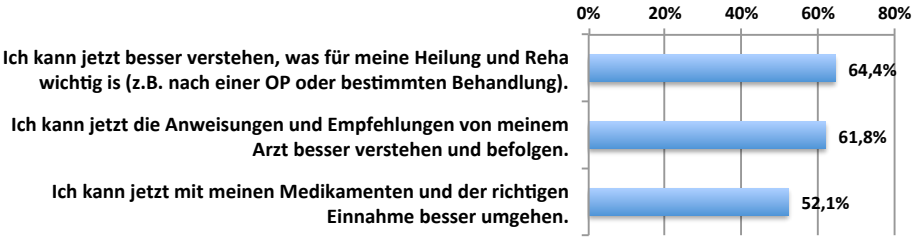
Wie die Internetnutzung von Gesundheits-Surfern sich wiederum auf das Gesundheitswesen auswirkt, kann der Grafik 9 entnommen werden. Auch hier verändert sich sowohl das Verhalten der Teilnehmer im Arztgespräch (70 Prozent), als auch die Wahl der Klinik (32 Prozent), das Verordnen von Medikamenten/ Therapie durch den Arzt (31 Prozent) sowie der Umgang mit der Krankenkasse (29 Prozent).

Grafik 9: Auswirkungen des Gesundheits-Surfens auf das Gesundheitssystem (n=2020, Angaben in Prozent)



Darüber hinaus scheint ebenso die Therapietreue beziehungsweise die Adhärenz Gegenstand der Medienwirkung zu sein. Relevantes Therapieverständnis, Anweisungen vom Arzt sowie die stimmige Medikamenteneinnahme werden basierend der Aussagen der Teilnehmer zwischen 52 und 64 Prozent beeinflußt (siehe Grafik 10).

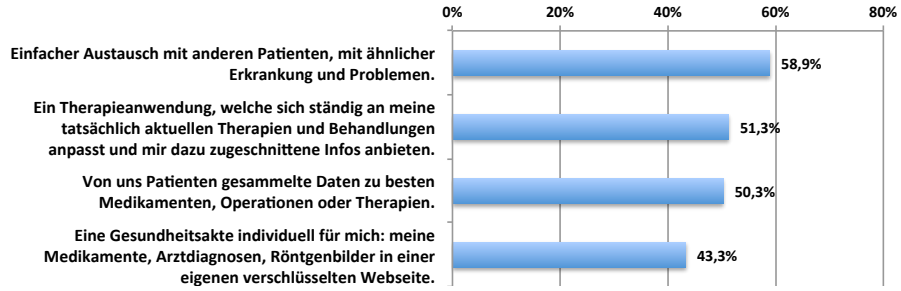
Grafik 10: Auswirkungen des Gesundheits-Surfens auf die Therapietreue (n=2020, Angaben in Prozent)



7. Welches Potenzial gibt es für den Gesundheitsmarkt?

Die bisher als zwei nicht verknüpfte Systeme zu bezeichnenden Bereiche a) das Gesundheitswesen und b) Gesundheitsanwendungen im freien Internet haben zweifelsohne viel und in Deutschland bisher noch kaum genutztes Potential, um die Patientenversorgung und stimmige Informationsdienste zu optimieren. Grafik 11 stellt daher lediglich eine Auswahl an möglichen und schon oft in den Medien diskutierte Ansätze dar, welche von den Teilnehmern evaluiert wurden. Insbesondere die Aussage, dass sich 43 Prozent eine internetbasierte Gesundheitsakte (international auch als Personal Health Record bezeichnet, z.B. sundhed.dk in Dänemark), mag beispielhaft sein, die Debatte der Gesundheitsakte ergänzend auch von den Nutzern beziehungsweise der Bevölkerung her zu evaluieren.

Grafik 11: Innovationmöglichkeiten internetbasierter Gesundheitsversorgung („Kann ich mir vorstellen.“, n=3115, Angaben in Prozent)



8. Kommentar von Vertreter des Gesundheitswesens zur Pressekonferenz (29. April 2014, Berlin)

BIG Direkt Gesund:
BIG direkt gesund, Deutschlands 1. Direktkrankenkasse, versteht sich als Gesundheitslogistiker. Das bedeutet: innovative Leistungen für den Einzelnen und moderne, tragfähige Konzepte für das gesamte System. Die optimale Versorgung steht dabei im Vordergrund. Aus diesem Grund unterstützt die BIG immer wieder Forschungsfragen und Studien (wie die vorliegende Studie) über Medienverhalten und die Nutzung digitaler Dienste. Wir sind überzeugt – und auch diese Studie unterstützt die BIG-Position – dass Gesundheitsinformationen, -services und -versorgung durch die digitale Medienentwicklung einem tiefen Wandel unterliegen und sich alle Akteure im deutschen Gesundheitssystem den neuen Herausforderungen stellen müssen. Die BIG gestaltet aktiv mit einem Informationsangebot und Services den Veränderungsprozess der Branche. Die Ergebnisse dieser Studie helfen, dies in Zukunft noch nutzungsorientierter zu tun.
(Birk Bruckhoff, Marketingmanager New Media, BIG direkt gesund). Für die BIG stehen folgende Fragen besonders im Vordergrund:
Die Studie zeigt die wichtige Rolle der Krankenkassen in der Gesundheitskommunikation. Siehe auch BIG direkt gesund, F.A.Z.-Institut (2012) Kundenkompass Social Media im Gesundheitswesen. Frankfurt a. M.
Die Studie verweist auf eine hohe Affinität der Nutzer zu Krankheits- und Behandlungsinformationen. Wie kann die Qualität von Gesundheitsinformationen sichergestellt werden? Wie kann Orientierung im überbordenden Informationsangebot gegeben werden? Die BIG leistet mit diesen Kooperationsdiensten einen ersten Beitrag innerhalb der BIG Webangebote.
Die Studie zeigt den gewachsenen Stellenwert von Dialogangeboten zu Gesundheitsinformationen und persönlichen Erfahrungen. Bewertung von Akteuren und Kommentierung von Informationen werden zunehmend zum wichtigen regulativen Mechanismus. Dies fördert die BIG mit ihrem Social-Media-Engagement auf allen bekannten Social-Media-Plattformen aber auch durch Engagement in Hilfeforen und Themenblogs z. B. www.ma-gazin.de. Die BIG lässt sich regelmäßig von ihren Kunden selbst bewerten.
Die Studie zeigt auf, dass sich auch das Patienten-Krankenkassenverhältnis ändert, genauso wie das Arzt-Patientenverhältnis. Sie steht damit in einer Reihe von Studien, die sich damit beschäftigen, wie stark der Zugang zu Gesundheitsinformationen und das Nutzen digitaler,

integrierter Dienste das Gesundheitsverhalten jedes Einzelnen verändert. Die vorliegenden und die noch zu erwartenden Forschungserkenntnisse bieten Potential für innovative Vorsorge- und Versorgungsangebote der Direktkrankenkasse BIG.

BKK vor Ort:
Der Informationsbedarf und das Kommunikationsverhalten der User werden immer stärker auch die Strukturen innerhalb des traditionellen Gesundheitswesens verändern. Die Ergebnisse zeigen, dass mündige Patienten Therapien hinterfragen. Dadurch können Therapietreue und Wirksamkeit der Behandlung verbessert werden. Entscheidend ist aber, dass Qualität und Sicherheit erhalten bleiben. Die Bewertung von Krankenhäusern, Ärzten oder sonstigen Leistungserbringern genauso wie Erfahrungen mit Arzneimitteln, Medizinprodukten oder Hilfsmitteln sind wichtige Informationen für Verbraucher – auch das zeigt die Studie. Aber auch hier gehört zu klaren Qualitätsstandards, dass die Vergleichskriterien transparent und nachvollziehbar sind. Sonst regiert Beliebigkeit und damit Unsicherheit.
Die Ergebnisse zeigen außerdem, dass den Websites von Krankenkassen eine besondere Bedeutung zufällt. 39,4 Prozent der Teilnehmer an der Befragung nutzen deren Online-Angebote. Das ist ein enormer Vertrauensvorschuss für die Kassen, dem sie mit Qualität in der Information und Innovation im Angebot nachkommen müssen. Dazu können internetgestützte Patienten Coachings gehören, Experten-Chats für Betroffene und Angehörige oder eine individuelle Gesundheitsberatung in besonderen Lebenssituationen.

BITKOM e.V.:
Aus Gesundheitswirtschaft wird immer mehr auch Internetwirtschaft und die wichtigste Botschaft ist hierbei: Die Patienten sind informierter. Zurecht denn schließlich geht es um die eigene Gesundheit. Auch der Gesetzgeber hat mit dem Patientenrechtegesetz diesem Trend entsprochen und schon vor zwei Jahren im Bürgerlichen Gesetzbuch eine Regelung zum Arztbehandlungsvertrag und insbesondere zur Portabilität von Patientendaten geregelt. Dennoch ist bis heute die einfache elektronische Weitergabe der Patientendaten (maschinenlesbar und in Textform) die Ausnahme und nicht die Regel im Verhältnis zwischen Arzt und Patienten. Hier besteht immer noch Handlungsbedarf – sowohl für die Standesorganisationen wie auch für den Gesetzgeber.
Pfizer Deutschland:

ÄZQ:
Die Studie zeigt, dass Patientinnen und Patienten sich sicherer fühlen, wenn sie sich informieren. Sie trauen sich, mehr Fragen zu stellen und nehmen aktiver an ihrer Behandlung teil. Das kann zum Gelingen der Therapie beitragen – wenn Patientinnen und Patienten ihr Handeln auf verlässliche Informationen gründen. Also auf Informationen, die das aktuell hochwertigste Wissen verständlich und nicht direktiv aufbereiten. Die aber sind selten und im Netz nicht leicht zu finden. Die Studienergebnisse verdeutlichen, wie wichtig es ist, solche hochwertigen Patienteninformationen einfach verfügbar zu machen. Patientinnen und Patienten müssen zudem erfahren, wie sie diese erkennen können. Und: Gute Informationen unterstützen das Gespräch mit der Ärztin oder dem Arzt. Ersetzen können sie es nicht.

Charite Berlin, Kompetenzbereich eLearning:
Die Studie zeigt das bereits bestehende große Interesse und Engagement der Teilnehmer_innen an ihrer eigenen Gesundheitsversorgung. Der überwiegende Anteil informationssuchender chronisch kranker Patienten_innen unterstreicht deren Bedarf für das Angebot medizinisch validierter online Informationsangebote.
Die positiven Effekte, die verbesserte Kenntnisse der eigenen Erkrankung für Patienten_innen bewirken können, erscheinen auf Seite der online Angebote noch deutlich ausbaubar. Denn nur wenige der Patienten_innen bereiten bisher online Arztbesuche vor- oder nach. Dies zeigt für die Gesundheitsversorger (Ärzte, Kliniken, Krankenkassen) die Notwendigkeit auf, bereits bestehende Informationsangebote stärker in die Versorgungspraxis mit einzubeziehen. Bildungsangebote für die gezielte Nutzung von medizinischen online Angeboten müssen sowohl für Gesunde und Patienten_innen als auch für Ärzte_innen angeboten werden.

Patientenvereinigung leukaemie-online.de / LeukaNET e.V:
.Als seit über 10 Jahren von Patienten für Patienten betriebene Online-Community begrüßen wir die hochrelevanten Ergebnisse der E--Patienten-Studie 2014, die das hohe und weiterhin ständig wachsende Interesse von Patienten an glaubwürdigen Gesundheitsinformationen im Internet sowie die hohe Bedeutung von Webseiten und Sozialen Medien der Patientenselbsthilfe wiedergeben. Gerade Patienten mit einer schweren chronischen Erkrankung, einer seltenen Erkrankung oder einer Krebserkrankung haben nach der Diagnose oder im Verlauf ihrer Erkrankung einen großen Informationsbedarf. Das Internet ist neben dem Arzt dabei oft die wichtigste und häufigst verwendete Informationsquelle. Die E-Patienten-Studie bestätigt, wie wichtig Internetportale und Soziale Medien für das Verstehen der Erkrankung, der Arzt- und Kliniksuche oder der Identifikation eines Arztes für die Zweitmeinung, dem Austausch zwischen Betroffenen über Symptome, Therapien oder Alltagsproblemen sind.
Auch bestätigt die E-Patienten-Studie 2014, dass nur ein geringer Teil der Patienten Schwierigkeiten hat, mit dem Internet umzugehen. Dies entspricht auch unserer praktischen Erfahrung mit leukaemie-online.de, deren Besucher von einer Erkrankung betroffen sind, die üblicherweise im Alter über 65 Jahren auftritt.
Auch wenn von ärztlicher Seite der über das Internet informierte Patient manchmal eine neue Herausforderung darstellt, bestätigt die E-Patienten-Studie 2014, dass sich das Arzt-Patient-Verhältnis auf diese Situation einstellen muss: Suchmaschinen wie Google und Bing, und aktuelle, redaktionell aktualisierte Internetportale und Soziale Medien sind und bleiben Informationspunkt Nummer 2 nach dem Arztbesuch. Die Diskussion, ob Informationen im Netz überhaupt hilfreich sind, muss daher der Diskussion weichen, wie es kooperativ anzugehen ist, Patienten verschiedenster Erkrankungen mit Informationen zu bedienen, die qualitativ hochwertig, relevant, auffindbar und verständlich sind. Die Studie unterstreicht ja auch gerade die Rolle der Online-Information dabei, „den Arzt besser zu verstehen und dessen Anweisungen folgen zu können“, „mit Medikamenten richtig umzugehen“, den „Alltag besser zu bewältigen“ oder „Entscheidungen über die Therapiewahl treffen“ zu können.
Es existieren mehr als 200 verschiedene Krebsarten und mehr als 4000 seltenen Erkrankungen, nicht zu sprechen von einer hohen Zahl häufiger chronischer Erkrankungen. Dass singuläre, zentralisierte Portale und Printmedien nicht die wachsenden Patientenbedürfnisse nach entscheidungsrelevanten Informationen bedienen können, sondern gerade auch Webseiten von Patientenorganisationen und interaktive Patientenforen in den obersten Rängen der Popularität für Gesundheitsinformationen im Netz sind, ist durch die E-Patienten-Studie 2014 klar belegt.

Pfizer Deutschland GmbH:
Patienten haben ein Recht auf qualitativ hochwertige, relevante und wissenschaftliche Informationen im Internet. Für uns war es wichtig zu erfahren, was Patienten online suchen und welche Informationsbedürfnisse sie haben. So können wir unsere Online-Angebote verbessern und ausbauen. Die Studie zu e-Patients zeigt auch das große Potential bei Apps, Diagnostik und Therapiebegleitung durch digitale Services. Hierzu sollten alle Beteiligte im Gesundheitswesen gemeinsam Lösungen im Sinne des Patienten und einer verbesserten Versorgung entwickeln.

8.1 Ausblick und Kontakt

Umfragen zur Internetnutzung unter Patienten oder Gesundheitsinteressierten in Deutschland gab es schon zuvor, nicht jedoch mit dieser hohen Fallzahl und mit solcher Unterstützung heterogener Akteure des Gesundheitswesens. Internationale Forschung an Kliniken, Instituten und Lehrstühlen zu diesem Thema (auch genannt Medical Internet Research, siehe exempl. www.jmir.org) zeigen seit Jahren evidenzbasierte Ansätze auf, wie internetbasierte Innovationspfade stimmig zur Therapie und Versorgung begleitend und ergänzend angewendet werden können. Deutschland erscheint hier weder durch Politik noch durch Forschung aktiv zu sein. Die Autoren dieser Studie möchten diese Untersuchung als ein Signal verwenden, endlich tätig zu werden und sind auch proaktiv schon im Versuch institutionell Forschungsaktivitäten zu verankern. Die Hilfe aus dem Gesundheitswesen und der Politik ist dabei trotzdem unabdingbar.
Noch vor der Sommerpause 2014 wird eine weitere Forschungsarbeit begonnen, welche zum Ziel hat, erstmalig alle internetbasierten Gesundheitswebseiten, -dienste, -Apps und ähnliche Anwendungen im deutschsprachigen Raum - mit diversen medienökonomischen, nutzerperspektivischen und medizinischen Kriterien - strukturiert zu kategorisieren und zu beschreiben (Erstellung einer internetbasierten Gesundheitslandkarte).
Dr. Alexander Schachinger wird im gleichen Zeitraum mit der methodischen Unterstützung von Prof. Dr. Mike Friedrichsen das in Zentraleuropa erste Online-Forschungspanel zu Patienten im Internet aufbauen, um zusammen mit E-Patienten, digitale Gesundheits- und Versorgungsdienste erforschen und evaluieren oder gar entwickeln zu können.

Aktuelle kommenden Ergebnisse und Projektvorhaben zu diesem Thema werden unter
www.epatient-research.com veröffentlicht.

Allgemeiner und Pressekontakt:

Hauptansprechpartner:
Dr. Alexander Schachinger, Inhaber von healthcare42.com,
Digital Healthcare Research&Consulting
Tel.: 0171 848 2718
Email:as@healthcare42.com

Prof. Dr. Mike Friedrichsen, Stuttgart Media University und
Institute for Media Business GmbH Berlin
Tel.: 0171 999 2232
Email: friedrichsen@humboldt-school.eu

9. Unterstützer der Studie

Folgende Organisationen haben mit ihrer Unterstützung die Studiendurchführung ermöglicht:

Die organisatorische und inhaltliche proaktive Unterstützung der BIG direkt gesund wird an dieser Stelle führend erwähnt:

BIG direkt gesund ist Deutschlands erste gesetzliche Direktkrankenversicherung. 1996 gegründet, hat die BIG heute bundesweit über 380.000 Versicherte. Im ersten Quartal 2014 begrüßte die BIG rund 2500 neue Versicherte. BIG direkt gesund hat ihren Rechtssitz in Berlin und beschäftigt am operativen Standort in Dortmund 560 Mitarbeiter. Bereits zum dritten Mal in Folge bescheinigte die Ratingagentur Assekurata der BIG eine sehr gute Unternehmensqualität und eine exzellente Finanzstabilität. Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie unter: www.big-direkt.de/unternehmen

Die 2012 gegründete +49 med versteht sich als Dialogmanufaktur der Healthcare-Branche und bietet für seine Kunden neue Vertriebs- und Dialogformen an. Die Mitarbeiter von +49 med fungieren als Multi-Channel-Manager und unterstützen die Auftraggeber der +49 med in deren Zielgruppenansprache. Ärzte, Apotheker, Klinikpersonal und Patienten sind durch die Multi-Channel-Manager der +49 med erstmalig völlig frei wählbar zu erreichen: per Audio- oder Videotelefonie, App oder Social Media – je nach Präferenz der Zielgruppe. Die +49 med Multi-Channel-Manager sind Pharmareferenten gemäß § 75 AMG für alle Vertriebsaufgaben und erfahrene Nurses für sämtliche Aufgaben im Bereich Patientencompliance.

Abbott ist ein international tätiges Gesundheitsunternehmen, das sich für die Gesundheit der Menschen weltweit einsetzt - durch fortschrittliche und ständig weiterentwickelte Produkte und Technologien in allen Bereichen der Gesundheitsversorgung. Abbott vertreibt ein breites Portfolio an führenden, wissenschaftlich entwickelten Produkten in den Bereichen Diagnostik, Medizintechnik, medizinischer Ernährung und etablierten Markenmedikamenten in über 150 Ländern und beschäftigt rund 69.000 Mitarbeiter weltweit. In Deutschland ist Abbott mit ca. 2.600 Mitarbeitern in den Bereichen Forschung und Entwicklung, Logistik und Vertrieb vertreten. Neben dem deutschen Hauptsitz in Wiesbaden hat Abbott Standorte in Ettlingen, Hannover, Ludwigshafen, Neustadt am Rübenberge, Wetzlar und Witten.

The Bayer Group is a global enterprise with core competencies in the fields of health care, nutrition and high-tech materials. Bayer HealthCare, a subgroup of Bayer AG is one of the world's leading, innovative companies in the healthcare and medical products industry and is based in Leverkusen, Germany.

Die BARMER GEK ist Deutschlands leistungsstarke gesetzliche Krankenkasse. Über 15.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten täglich mit Engagement dafür, dass unsere rund 8,7 Millionen Versicherten bestmögliche Leistungen erhalten. Als durchsetzungsstarker Partner in Politik und Gesellschaft helfen wir mit, dass der hohe Standard des deutschen Gesundheitssystems immer weiter verbessert wird und neueste Innovationen möglichst schnell Versicherten zur Verfügung gestellt werden können. Unser Anspruch: Gesundheit weiter gedacht.

Die BKK vor Ort ist einer der größten Träger der gesetzlichen Krankenversicherung und die drittgrößte Betriebskrankenkasse in Deutschland. Die historischen Wurzeln der BKK vor Ort reichen bis in die Mitte des 19. Jahrhunderts. Sie betreut rund 800.000 Versicherte in der Kranken- und Pflegeversicherung. Hinzu kommen Firmenkunden, Vertragspartner und Leistungserbringer. Das Haushaltsvolumen der BKK vor Ort liegt bei über 2,7 Milliarden Euro in der Kranken- und Pflegeversicherung sowie der Arbeitgeberausgleichskasse. Als kundenorientiertes Dienstleistungsunternehmen bietet die BKK vor Ort einen herausragenden Service. Zusätzlich zu den gesetzlich festgelegten Leistungen bietet sie eine Vielzahl von Wahltarifen, Bonusprogrammen und Zusatzleistungen in Prävention, Behandlung und Rehabilitation. Mit etwa 1.500 Mitarbeitern ist die BKK vor Ort an über 70 Standorten bundesweit tätig. Sitz der BKK vor Ort ist Bochum in Nordrhein-Westfalen.

careon entwickelt und betreibt seit dem Jahr 2000 innovative eHealth-Software für Krankenversicherungen, Leistungserbringer, medizinische Dienstleister, Versicherte und Patienten. Mehr als 40 Krankenversicherungen und andere Akteure im Gesundheitswesen haben sich bereits für Produkte von careon entschieden.

Der Kompetenzbereich eLearning ist Teil des Dieter Scheffner Fachzentrums für medizinische Ausbildungsforschung am Prodekanat für Studium und Lehre der Charité Universitätsmedizin Berlin. Arbeitsfelder sind die Entwicklung neuer und Erweiterung bestehender Lernszenarien in der medizinischen Bildung. In Zusammenarbeit mit den Kinderkliniken der Charité (Otto Heubner Centrum) werden innovative online Bildungskonzepte untersucht und entwickelt.

Die hc:VISION Technologie GmbH ist ein junges IT- und Beratungshaus mit Sitz in Düsseldorf. Der Schwerpunkt der Tätigkeit liegt in der Konzeption und Umsetzung ganzheitlicher HealthCare Relationship Management Konzepte für gesetzliche Krankenversicherungen. Dabei spielt vor allem die Prozessmanagementlösung INTRACON:kv eine herausgehobene Rolle. Zu den Kunden der hc:VISION gehören führende Betriebs- und Innungskrankenkassen.

Das innovative und herstellerunabhängige Portal HealthSafe24 hilft Menschen mit und ohne Erkrankungen, Ihr persönliches Gesundheits-Management eigenverantwortlich zu verbessern und zu vereinfachen. Mit HealthSafe24 können Sie - jederzeit und ortsunabhängig - Daten für die zuverlässige Überwachung eines Krankheitsverlaufes erheben, wichtige medizinische Informationen mit Ihrem Arzt austauschen, sowie Ihre individuellen Gesundheitsdaten sicher speichern und organisieren.

Lundbeck ist ein international tätiges Pharmaunternehmen, das 1915 in Dänemark gegründet wurde und heute etwa 5.800 Mitarbeiter in 57 Ländern beschäftigt. Der deutsche Firmensitz ist in Hamburg. Das „Unternehmen ZNS“ hat sich auf die Entwicklung und den Vertrieb innovativer Medikamente zur Behandlung von psychischen und neurologischen Erkrankungen spezialisiert.

Die Paracelsus-Kliniken Deutschland zählen mit rund 40 Einrichtungen an insgesamt 22 Standorten zu den großen privaten Klinikträgern in Deutschland. Bundesweit betreuen insgesamt ca. 5.000 Mitarbeiter jährlich mehr als 100.000 stationäre Patienten. Die Konzernzentrale hat ihren Sitz in Osnabrück wo auch die Verwaltung untergebracht ist. Bereits in der zweiten Generation sind die Paracelsus-Kliniken inhabergeführt – und der Inhaber ist ein Arzt.

Pfizer – Gemeinsam für eine gesündere Welt. Wenn Menschen krank werden, können sich viele Dinge für sie verändern – ein oft schwieriger Weg beginnt. Mehr als 10.000 Forscher und über 90.000 Mitarbeiter arbeiten bei Pfizer daran, Menschen auf diesem Weg zu unterstützen. Sie entwickeln und vertreiben innovative Medikamente und Impfstoffe sowie einige der weltweit bekanntesten rezeptfreien Produkte. Das Unternehmen mit Hauptsitz in New York erzielte im Geschäftsjahr 2013 einen Gesamtumsatz von 51,6 Milliarden US-Dollar. In Deutschland beschäftigt Pfizer derzeit rund 3.000 Mitarbeiter an vier Standorten: Berlin, Freiburg, Illertissen und Karlsruhe.

Qualitätskliniken.de ist ein werbefreies Internetportal, das Patienten, ihren Angehörigen, einweisenden Ärzten und Krankenkassen eine Entscheidungshilfe bei der Wahl der passenden Klinik bietet. Qualitätskliniken.de hat ein Rankingverfahren zur Bewertung der Klinikqualität entwickelt und schafft eine einmalige Qualitätstransparenz in vier Dimensionen: medizinische Qualität, Patientensicherheit sowie Einweiser- und Patientenzufriedenheit. Die kontinuierliche Weiterentwicklung des Portals geschieht in enger Kooperation mit seinen Mitgliedskliniken, zu denen öffentliche, freigemeinnützige, universitäre und private Einrichtungen gehören.

Sanofi Pasteur MSD ist ein Joint Venture der Merck & Co Inc. – außerhalb der USA und Kanada bekannt als MSD – und von Sanofi Pasteur, der Impfstoffsparte des französischen Pharmaunternehmens Sanofi S.A. SPMSD ist das einzige Unternehmen in Europa, das sich ausschließlich auf Impfstoffe spezialisiert hat. Als Gemeinschaftsunternehmen profitiert SPMSD von der Innovationskraft und Erfahrung der beiden Unternehmen Merck und Sanofi, deren Forschungsabteilungen weltweit an der Entwicklung neuer und verbesserter Impfstoffe arbeiten.

Das Institut für Wirtschaftsinformatik (IWI) der SRH Hochschule Berlin ist eine der führenden Forschungsgruppen an privaten Hochschulen in Berlin. Durch die enge Anbindung an den SRH-Konzern, ein führender Dienstleister im Gesundheitsmanagement, werden wirtschaftswissenschaftliche Methoden und Verfahren mit gesundheitsrelevanten Themen optimal zusammengebracht. Die Kollaboration mit renommierten internationalen Wissenschaftlern und Entscheidungsträgern bestätigt die wissenschaftliche Expertise des Instituts, bspw. in den zentralen Bereichen IT-Governance, Informationsmanagement und Innovationsmanagement sowie den Zukunftsfeldern Cloud Computing, E-Business und Social Media.

Spirit Link Medical ist eine Healthcare-Agentur mit digitalem Schwerpunkt. Durch eine optimale Verzahnung von klassischen und digitalen Kanälen entsteht ganzheitliche Kommunikation, die messbar und nachhaltig zum Erfolg der Maßnahmen beiträgt. Zum Portfolio gehören sowohl Kampagnen als auch Einzelmaßnahmen wie Websites, Apps, digitale Kongressunterstützung oder Infomaterialien für Patienten, Ärzte und Vertriebsmitarbeiter. Ein strategischer Schwerpunkt der Agentur ist die Entwicklung von Maßnahmen zur Steigerung der Therapietreue (Adhärenz) der Patienten. Festangestellte Mediziner, Biologen und Pharmazeuten gewährleisten dabei höchste fachliche Qualitätsstandards.

USEEDS° unterstützt seine Kunden, die Bedürfnisse ihrer Nutzer früh im Entwicklungsprozess zu berücksichtigen, ohne die geschäftlichen Ziele und gegebenen technologischen Rahmenbedingungen zu vernachlässigen. Dazu verbinden wir die Perfektion einer Usability-Beratung mit der Kreativität einer Design-Agentur und begleiten unsere Kunden durch alle Phasen des User Centered Design Prozesses. Zu unseren Kunden zählen namhafte nationale und internationale Unternehmen aus dem Mobile-, Web- und Softwarebereich.

Folgende Organisationen haben mit ihrer Online-Reichweite die Studiendurchführung ermöglicht:

BIG direkt gesund (siehe oben).

BKK vor Ort (siehe oben).

Die coronaris GmbH / u.a. mit den Portalen HalloDoctor und DiseaseMap.co entwickelt und betreibt medizinische Informationsportale und hochentwickelte Vernetzungslösungen im Bereich des medizinischen Telemonitoring. Durch die Vernetzung mobiler medizinischer Endgeräte und korrespondierender social media Applikationen beschreitet die coronaris GmbH in den Bereichen Prävention und Gesundheitsmonitoring neue und innovative Wege in der deutschen Gesundheits- und Startupszene.

Die Online-Community Feierabend.de wurde 1998 gegründet und ist damit in Deutschland der älteste Webtreff für die Altersgruppe 50plus. Heute hat Feierabend.de mehr als 174.000 Mitglieder im Alter von durchschnittlich 62 Jahren in 50 Ländern und rund 125 Regionalgruppen. Im Februar 2013 hat die Feierabend Online Dienste für Senioren AG, Frankfurt, zudem die Platinnetz GmbH übernommen. Mit der Übernahme von Platinnetz.de, dem zweitgrößten deutschen Internetangebot für Best-Ager, liegen die beiden größten deutschen Webtreffs für die Generation 50plus in einer Hand und Marktführer Feierabend kann seine Reichweite knapp verdoppeln.

Die Felix Burda Stiftung mit Sitz in München wurde 2001 von Dr. Christa Maar und Verleger Prof. Dr. Hubert Burda gegründet und trägt den Namen ihres 2001 an Darmkrebs verstorbenen Sohnes. Die international aktive Stiftung widmet sich aus diesem persönlichen Antrieb heraus ausschließlich der Prävention von Darmkrebs. Zu den Projekten der Stiftung zählen u.a. der bundesweite Darmkrebsmonat März, der Felix Burda Award, das begehbare Darmmodell „Faszination Darm“ und der Gesundheits-Butler APPzumARZT.

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.

Lifeline gibt es seit 1996. Inzwischen ist eine Lifeline-Family daraus geworden, zu der monothematische Portale wie Herzberatung.de, 9monate.de oder Special-Rueckenschmerz.de gehören. Der Patient findet auf Lifeline.de umfassende Informationen über die häufigsten Krankheiten, Therapien und Präventionsmaßnahmen. Er kann daneben Experten rund um die Uhr zu bestimmten Indikationen befragen bevor er zu einem Arzt geht. Weiter liefert die Lifeline-Redaktion täglich aktuelle Artikel zu den neuesten medizinischen Studien rund um Gesundheit, Ernährung, Sport, Beauty, Wellness und Familie. Die Lifeline-Portale erzielen monatlich rund vier Mio. Page Impressions (IVW).

Der Deutsche Verlag für Gesundheitsinformationen mit Sitz in Heidelberg (www.dvfgi.de) ist ein seit 1998 national und international agierender Premium-Anbieter von Internet-Dienstleistungen in der Medizin. Als deutschsprachiger Marktführer für Online Medizin(er) Verzeichnisse machen wir auf dem Portal www.medfuehrer.de medizinisches Fachwissen über ausgesuchte medizinische Einrichtungen und Mediziner regional und überregional für jedermann sichtbar.
National und international informiert das Portal www.leading-medicine-guide.com, die Online-Premium-Experten- und Netzwerkplattform für renommierte und ausgesuchte medizinische Experten, Patienten über Human- und Zahnmediziner und Kliniken.

Medinfo ist eine Internetlink-Qualitätsdatenbank mit dem Schwerpunkt Gesundheit und Medizin. Das Metaportal ist einer der umfangreichsten Webkataloge für Gesundheitsthemen im deutschsprachigen Raum. Zu über 3.700 Themengebieten bietet das Infoleitsystem systematisch geordnete und redaktionell zusammengestellte Links. Qualitätsauszeichnungen wie HON, afgis u.a. werden direkt in Verbindung mit dem jeweiligen Anbieter angezeigt.

mySugr ist ein internationales MobileHealth und Service Unternehmen, mit dem Ziel das Leben mit Diabetes zu vereinfachen. Die Produkte mySugr Companion App, mySugr Junior App und mySugr Quiz App helfen Diabetikern im täglichen Umgang mit ihrer Krankheit. Spielerisch und mit Witz. Das Unternehmen mySugr ist ISO13485 zertifiziert und die mySugr Companion App ist als Medizinprodukt in der EU und den USA registriert und zugelassen.

NetDoktor.de ist mit 2,87 Mio. Unique Usern (AGOF internet facts, 2014-I) und mit 5,53 Mio. Visits im Monat (IVW, Februar 2014) eines der marktführenden deutschsprachigen Gesundheitsportale. Auf netdoktor.de finden die User laienverständliche medizinische Informationen zu den wichtigsten Krankheiten, Symptomen, Untersuchungen und Medikamenten. Die Redaktion besteht aus erfahrenen Redakteuren und Ärzten. Sie berichten unabhängig und neutral über aktuelle Erkenntnisse aus Medizin und Gesundheit. Darüber hinaus bietet NetDoktor.de umfassende medizinische Specials. Die NetDoktor.de GmbH gehört seit 2007 zur Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck.

Onmeda.de
Für meine Gesundheit

Onmeda bietet hochwertige Inhalte rund um die Themenfelder Medizin & Gesundheit und zählt mit 2,45 Millionen Unique Usern (AGOF internet facts 2014-02) zu den führenden Gesundheitsportalen in Deutschland. Die Onmeda-Redaktion setzt sich aus erfahrenen Medizinredakteuren und Ärzten zusammen. Onmeda gehört zur gofeminin.de GmbH, die mit gofeminin.de die deutschsprachige Website von aufeminin.com, Europas führender Online-Plattform für die weibliche Zielgruppe, anbietet.

PARACELSUS KLINIKEN

Paracelsus-Kliniken Deutschland (siehe oben).

Qualitätskliniken.de

Qualitätskliniken.de (siehe oben).

Pfizer

Pfizer (siehe oben).

Psoriasis-Netz
Die vielen Seiten der Schuppenflechte

Das Psoriasis-Netz will Menschen helfen, ihre Krankheiten Psoriasis und Psoriasis arthritis zu verstehen. Sie sollten befähigt werden, selbstbewusst und unaufgeregt ihre Krankheit zu bewältigen. Unser Internetportal soll darüber hinaus dazu dienen, dass die Nutzer im Alltag mit ihrer chronischen Krankheit klarkommen.

sanego

sanego.de ist eine führende Gesundheitsplatform in Deutschland. Arztbewertungen, Erfahrungsberichte für Medikamente und der Fragen Antwort Bereich werden mehr als 8 Mio mal pro Monat aufgerufen.

vitanet.de
Mein Gesundheitsnetzwerk

vitanet.de – Mein Gesundheitsnetzwerk ist nicht nur eines der führenden Gesundheitsportale, sondern auch ein unabhängiges Netzwerk bei allen Fragen zu Krankheiten und Symptomen, Prävention und Gesundheit, Alter und Pflege, Ernährung sowie Homöopathie und Naturheilkunde. Alle Autoren sind erfahrene Gesundheitsexperten: Ärzte, Apotheker, Ernährungswissenschaftler und Medizinjournalisten. Ein eigenes medizinisches Lektorat und die Zusammenarbeit mit führenden Universitäten und Kliniken (z.B. Charité – Universitätsmedizin Berlin) garantieren die hohe medizinische Qualität.