

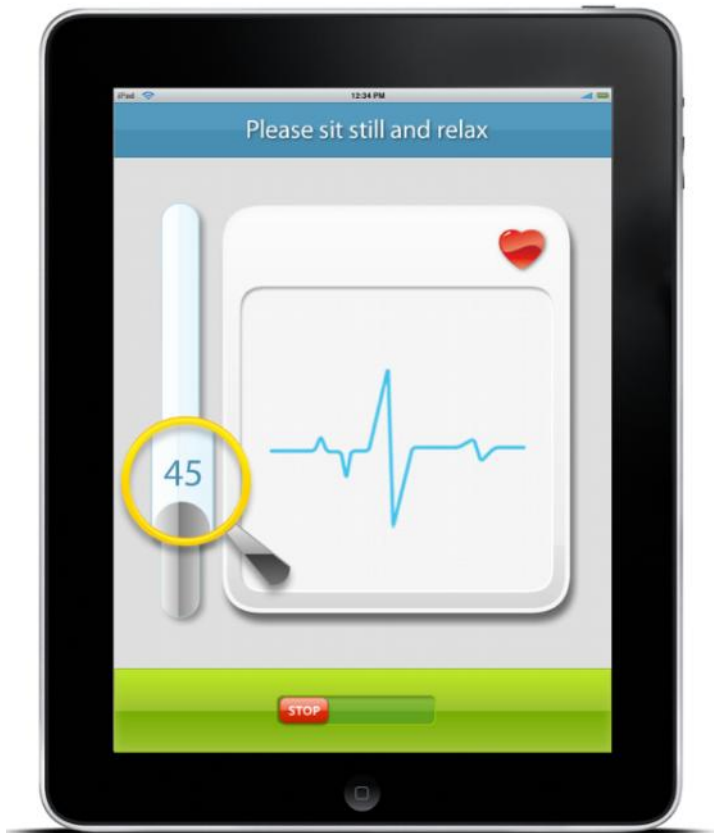
Gesundheitsstudie 2012

Ein Blick in das
Virtuelle Wartezimmer

13. November 2012







Wie informieren sich die Menschen über Gesundheit im Internet?

Was ist Ihnen dabei wichtig?

Welche Internetangebote werden akzeptiert und welche abgelehnt?

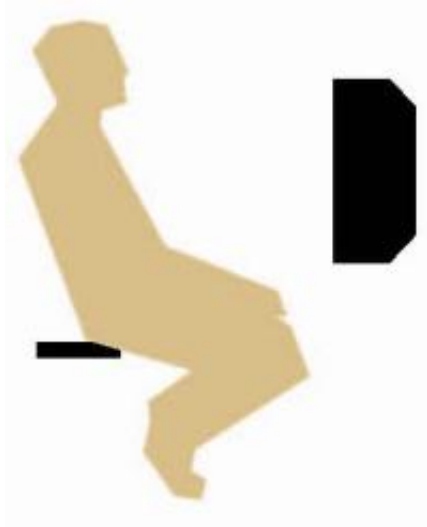
Was hat sich seit 2010 alles verändert?

Wie unterscheiden sich die Nutzer?

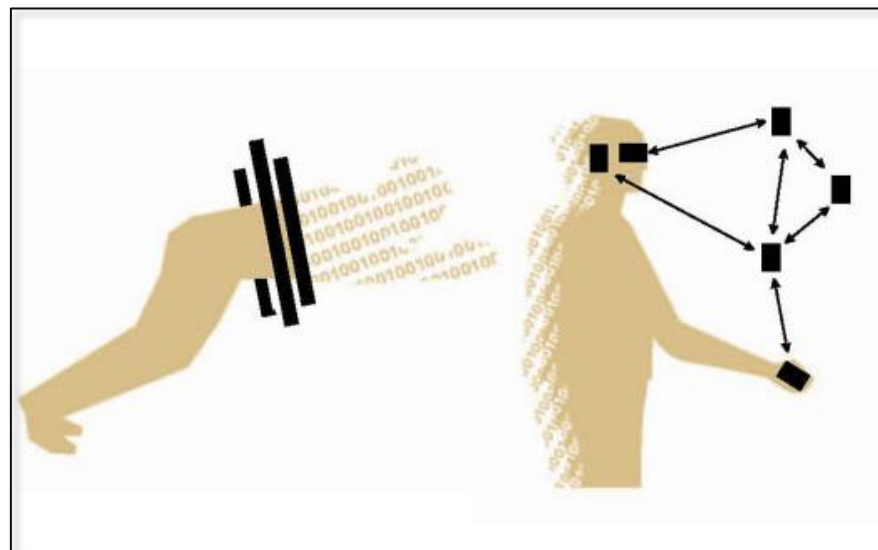
Datenerhebung

- **Online-Befragung via Online-Panel**
- **August 2012, mit n=1.001 Teilnehmern**
- **Repräsentative Befragung der deutschen Internet-Nutzer ab 18 Jahren, quotiert nach:**
 - **Alter**
 - **Geschlecht**
 - **Bildung**
 - **Bundesland**

2010



2012



Das Nutzungsverhalten hat sich seit 2010 grundlegend verändert und weiterentwickelt. Die Nutzer tauchen in das Internet ein und wählen immer häufiger eine aktive Rolle.

Informieren Sie sich im Internet über Gesundheitsthemen?



2011

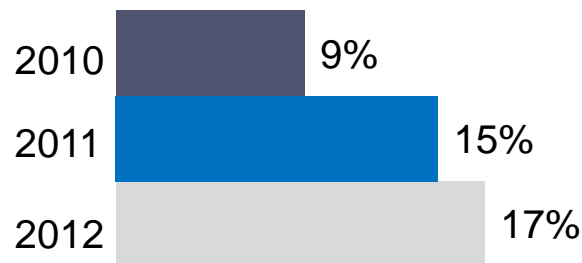
43% Nein

2012

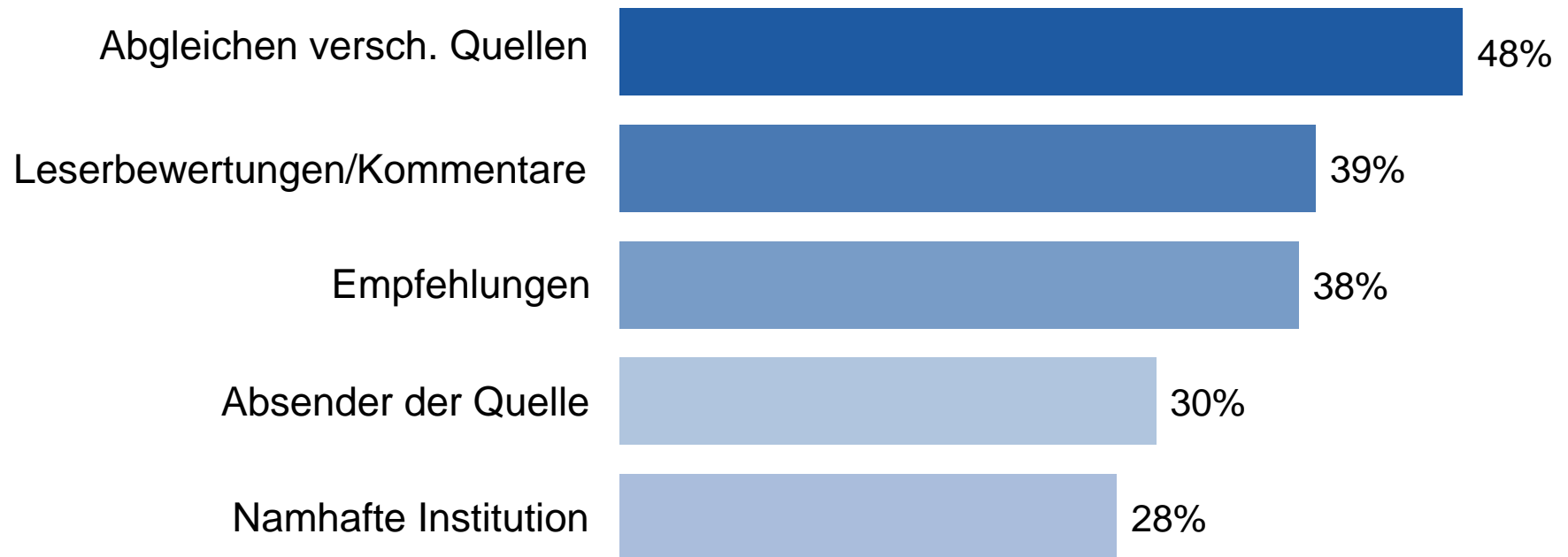
6% Nein

94% Ja

Über welche Kanäle informieren Sie sich über Gesundheitsthemen?



Nach welchen Kriterien entscheiden Sie, ob eine Internetseite aus dem Bereich Gesundheit für Sie vertrauens-/glaubwürdig ist?



Auf welchen Seiten informieren Sie sich über Gesundheitsthemen?



WIKIPEDIA
The Free Encyclopedia

55%



51%



49%



19%



12%

Top2 Werte; n=904

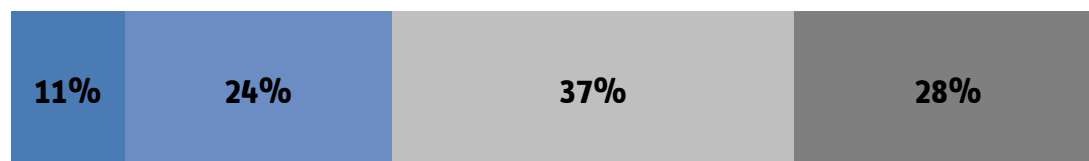
Nutzen Sie ein Smartphone mit Internetzugang?



Ja: 44%










Wichtigkeit der Gesundheitsinformationen unterwegs

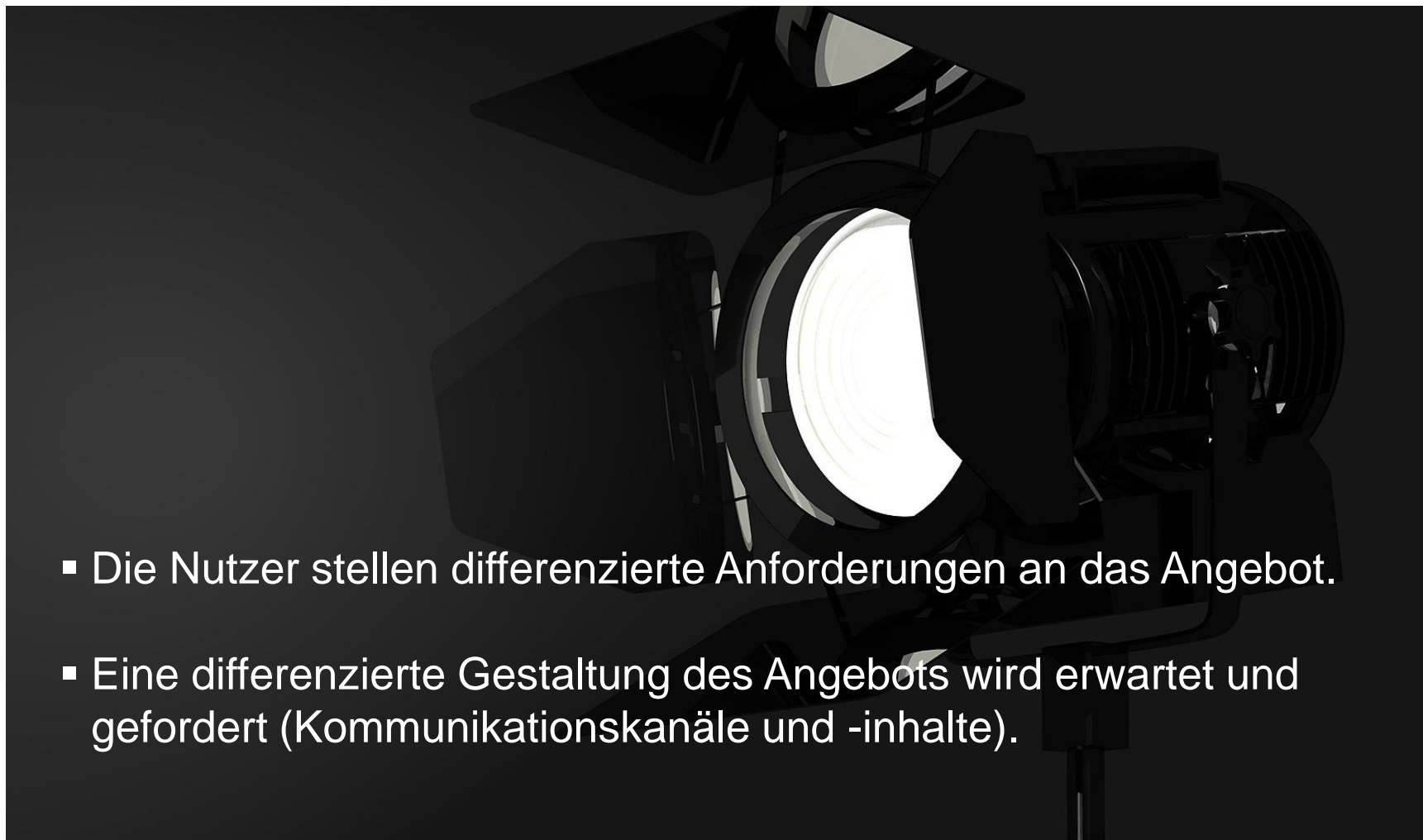
■ sehr wichtig ■ wichtig ■ eher unwichtig ■ gar nicht wichtig



Wer sitzt an der Tastatur des Virtuellen Wartezimmers?



	 Zaungast <i>Sporadischer Nutzer</i>	 Netzwerker <i>aktiv / selbstbewusst</i>	 Smarte <i>aktiv, aber vorsichtig</i>	 Tradionalist <i>Web2.0 Verweigerer</i>	 Beobachter <i>passiver Mitläufer</i>	 Forscher <i>kritischer Faktensucher</i>
2010	13 %	26 %	17 %	13%	15%	16%
2011	12 %	23 %	20 %	12%	16%	18%
2012	21 % 	27 % 	18 %	12%	6 % 	15%



- Die Nutzer stellen differenzierte Anforderungen an das Angebot.
- Eine differenzierte Gestaltung des Angebots wird erwartet und gefordert (Kommunikationskanäle und -inhalte).

Till Winkler
Research Manager
Phone: +49 (0)2233 9988 306

SKOPOS
Institut für Markt- und
Kommunikationsforschung GmbH & Co. KG
Hans- Böckler- Straße 163
50354 Hürth
Phone: +49 (0) 2233 9988-0
Fax: +49 (0) 2233 9988-111
mail@skopos.de
www.skopos.de



Follow us on

