

FORSCHUNG

Noch Potenzial für die digitale Gesundheitsversorgung

 heimeundspitaeler.ch | 16.11.2022

Die Studie «Swiss Health Monitor 2022» des Instituts für Marketing und Analytics (IMA) der Universität Luzern zeigt: Ein Grossteil der Befragten würde sich für eine digitale Begleitung in der Nachsorge interessieren.

Die in Zusammenarbeit mit B. Braun Medical entstandene repräsentative Studie wurde schweizweit erhoben und geht nebst dem Verhalten auch auf die Wünsche und Bedürfnisse der Bevölkerung ein. Ein weiterer Fokus liegt auf möglichen Innovationspotentialen digitaler Angebote für verschiedene Aspekte der Gesundheitsversorgung. Gemäss der Studie sind 73 Prozent der Schweizer Bevölkerung mit der Schweizer Gesundheitsversorgung zufrieden. 81 Prozent der Befragten schätzen den eigenen Gesundheitszustand als gut bis sehr gut ein. Generell zieht eine Mehrheit den physischen Kontakt mit dem Gesundheitspersonal einer digitalen Versorgung vor. Gleichzeitig besteht in drei Bereichen ein signifikantes Potenzial für digitale Interaktion: Prävention, Erstkontakt mit Gesundheitsdienstleistern und Nachsorge.

Digitale Angebote – Verbreitung und Vorbehalte

Im Bereich der Gesundheitsförderung und Prävention ist der Einsatz von Technologie weit verbreitet: Rund die Hälfte der präventiv aktiven Personen nutzt im Alltag regelmässig Hilfsmittel wie Fitness Tracker (z.B. Smart Watches). Bei anderen Berührungspunkten mit der Gesundheitsvorsorge zeigt sich eine geringere Nutzung von Technologien. Beim Auftreten erster Krankheitssymptome sucht eine Mehrheit sachkundigen Rat bei Hausarztpraxen und Apotheken. Diese sind nach wie vor die präferierten Anlaufstellen für Diagnosen und geniessen ein hohes Vertrauen. Auch schulmedizinischen und chirurgischen Behandlungen gegenüber ist die Bevölkerung generell sehr positiv eingestellt. Allerdings zeigte sich noch ein weiteres Bild: Obwohl drei Viertel der Patientinnen und Patienten während einer Therapie professionell begleitet werden, haben rund 55 Prozent der Befragten bereits einmal eine Behandlung abgebrochen oder gar nicht erst angetreten.

Grosses Potenzial in der Nachsorge

Ein grosses wirtschaftliches Potenzial für digitale Dienstleistungen eröffnet die Nachsorge. Die potenzielle Nachfrage für eine Nachbehandlung zu Hause statt in einer Gesundheitseinrichtung wird aktuell von Gesundheitsdienstleistern wenig adressiert. 40 Prozent der im Swiss Health Monitor 2022 befragten Personen geben jedoch an, dass sie sich zusätzlich für eine digitale begleitete Nachsorge interessieren. Beim Bezug von Medikamenten greifen Patientinnen und Patienten primär auf traditionelle Vertriebskanäle wie Hausarztpraxen und Apotheken zurück, was sich im geringen Anteil an Online-Käufen von Medikamenten spiegelt. Überraschend klar fiel die Einstellung der Bevölkerung zum Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) aus: Eine ausschliesslich auf KI basierende Diagnose wünschen sich nur 2 Prozent. Jedoch würden über 90 Prozent der Befragten der Diagnose eines Mediziners oder einer Medizinerin noch mehr Vertrauen schenken, wenn diese durch KI unterstützt würde.

Bezug des Studienberichts

Der «Swiss Health Monitor» umfasst 47 Seiten und bietet vertiefte Einblicke in den aktuellen und künftigen Stand der Schweizer Gesundheitsversorgung. Er enthält detaillierte Betrachtungen der «Customer Health Care Journey» sowie eine Untersuchung zum Engagement der Bevölkerung im Bereich der Gesundheitsversorgung, indem er beispielsweise die Bereitschaft zum Teilen persönlicher Gesundheitsdaten auslotet. Ausserdem finden sich in der Studie an ausgewählten Stellen Subgruppenanalysen, die weiterführende Erkenntnisse ermöglichen, etwa durch die Unterteilung in Altersgruppen oder Patientencharakteristika.

Der vollständige Bericht kann auf der Webseite Swiss Consumer Studies der Universität Luzern bestellt werden. Ausgewählte Insights der Studie sind im PDF-Format frei verfügbar.

Studienhintergrund

Die Datengrundlage des «Swiss Health Monitors» bildet eine repräsentative und schweizweit durchgeführte Online-Umfrage mit 1'028 Personen. Die Erhebung fand zwischen dem 15. Juni und 2. Juli 2022 in Zusammenarbeit mit LINK statt. Der Bericht ist Teil der «Swiss Consumer Studies» des Instituts für Marketing und Analytics (IMA) der Universität Luzern, das in regelmässigen Abständen Studien zu aktuellen Themen des digitalen Konsumentenverhaltens und des digitalen Marketings veröffentlicht.