Auf dem Weg in die Cybervisite

BIG direkt gesund stellt Studie zu Social Media im Gesundheitswesen vor

(ddp direct) Berlin, 26.09.2012 Social-Media ist keine Frage des Alters: Nahezu jede Altersgruppe nutzt die Angebote im Netz als Informationsquelle - zumindest wenn es um Fragen zur Gesundheit geht. Das ist das Ergebnis einer Umfrage des F.A.Z.- Instituts unter 1.049 Internetnutzern im Auftrag der Direktkrankenkasse BIG direkt gesund.

Am beliebtesten sind dabei Wikis (53%) und Ratgeberforen (49%), denn hier finden die Nutzer alles Wissenswerte zu bestimmten Therapien und Erfahrungsberichte zu besonderen Behandlungsmethoden. Insbesondere chronisch kranke Menschen (63%) greifen immer häufiger auf diese Form der Beratung zurück.Große Unterschiede gibt es jedoch, wenn es um die Frage der eigenen aktiven Beteiligung geht, d.h. wer bereit ist, auch über sich selbst zu berichten oder Informationen, Bewertungen und Ratschläge einzustellen. Rund 21 % der 14 bis 17-jährigen gehören zu den so genannten aktiven Kommunikatoren, aber nur 2% der 45 bis 59-jährigen. Für sie gibt es derzeit noch große Hürden für eine aktive Beteiligung, z.B. die Frage nach der Sicherheit der persönlichen Daten (71%).

Persönliche Betroffenheit veranlasst Recherche
Ein wichtiges Kriterium zur Nutzung von Social-Media-Plattformen bei Gesundheitsfragen ist neben dem Datenschutz auch die Qualität und Glaubwürdigkeit der Inhalte (71%). Eine attraktive Aufmachung ist hingegen nur für 26% der Befragten von Bedeutung. Den entscheidenden Anlass, sich via Social Media über Gesundheitsthemen auszutauschen, ist in jedem Fall die persönliche Betroffenheit. Für 53% der Befragten (davon 61% Frauen) war die eigene Erkrankung oder ein Krankheitsfall im nahen Umfeld der ausschlaggebende Faktor, sich in Online-Lexika, in Foren oder auch bei Facebook umzuschauen. 39% taten das aus Unzufriedenheit mit anderen Informationsangeboten.

Flexible Nutzung und Kommunikation auf Augenhöhe
Als besonders positiv im Vergleich zu herkömmlichen Info-Kanälen bewerten die Nutzer von Social Media die einfache Nutzung (65%) und die Meinungsvielfalt (62%). Immerhin 36% schätzen die Möglichkeit, hier mit anderen Personen und vor allem mit Institutionen auf Augenhöhe ins Gespräch zu kommen. Eine Chance, die bisher nur 47% aller deutschen Unternehmen im Gesundheitswesen nutzen. Auch bei den gesetzlichen Krankenkassen ignorieren 40% den Trend. Dabei erwarten die Versicherten in den sozialen Netzwerken auch den Austausch mit Experten.

Offener Dialog gewünscht
Für die meisten zählt Social media schon jetzt zu den etablierten Kanälen in der Kundenkommunikation. Fast jeder Zweite zwischen 30 bis 44 Jahren (48%) möchte auch mit seiner Versicherung via Facebook und twitter kommunizieren. Bei den 14 bis 17-jährigen sind es schon 62%. Schnelle Rückmeldungen auf Anfragen (69%) und aktuelle Infos zu neuen Angeboten (57%) sind dabei die meist genannten Erwartungen. Besonderer Pluspunkt aus Sicht der Nutzer ist dabei die interaktive Ausrichtung der neuen Kommunikationskanäle. Immerhin 47% schätzen den freien und offenen Austausch mit dem Unternehmen.

Die komplette Studie können Sie anfordern über presse@big-direkt.de

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
http://shortpr.com/ckhhdm

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
http://www.themenportal.de/online-medien/auf-dem-weg-in-die-cybervisite-39527

Pressekontakt

BIG direkt gesund

Frau Sabine Pezely
Rheinische Straße 1
44137 Dortmund

sabine.pezely@big-direkt.de

Firmenkontakt

BIG direkt gesund

Frau Sabine Pezely
Rheinische Straße 1
44137 Dortmund

big-direkt.de
sabine.pezely@big-direkt.de

BIG direkt gesund ist Deutschlands erste gesetzliche Direktkrankenversicherung. 1996 gegründet, hat die BIG heute bundesweit rund 390.000 Versicherte. BIG hat ihren Rechtssitz in Berlin und beschäftigt am operativen Standort in Dortmund 525 MitarbeiterInnen. Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie unter: www.big-direkt.de/unternehmen