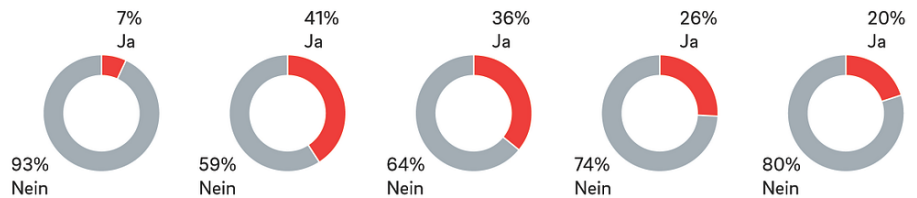


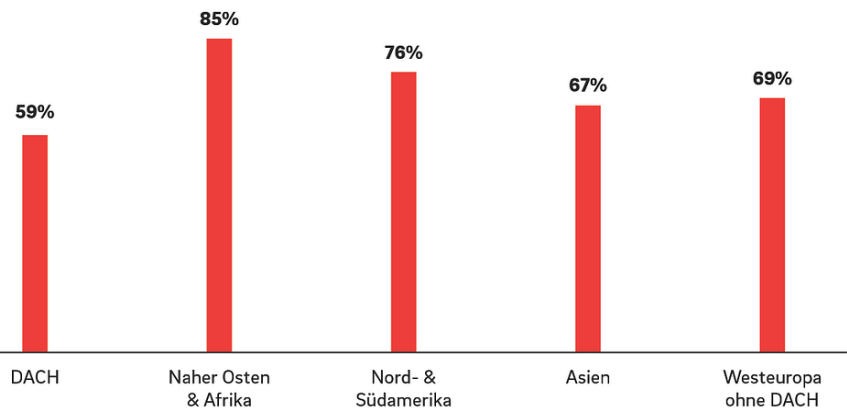
Offenheit für virtuelle Arztprechstunden per Videoanruf

Patienten, die bereits einen Arzt per Videoanruf konsultiert haben oder bereit wären, dies zu tun

Hatten Sie in den letzten 12 Monaten mindestens ein Arztgespräch per Videoanruf?



Falls Sie in den letzten 12 Monaten kein Arztgespräch per Videoanruf hatten: Würden Sie einen Arzttermin via Videoanruf wahrnehmen, falls notwendig oder angeboten? [% Ja]



Quelle Roland Berger

29.09.2022 08:47 CEST

Verbraucher im Gesundheitswesen sind mehrheitlich offen für Innovationen in der Medizin

[Study Download](#)

- Traditionelle Anbieter von Gesundheitsdienstleistungen genießen das größte Vertrauen
- Für 63 Prozent aller befragten Patienten ist die bestmögliche Gesundheitsversorgung wichtiger als Datenschutz
- 47 Prozent der Deutschen sind bereit, Gesundheitsdienste von privaten Tech-Unternehmen zu nutzen

- Gesundheitsdienstleister sollten ihre Angebote den Bedürfnissen der jeweiligen Patiententypen anpassen

München, September 2022: Der Gesundheitsmarkt wächst und treibt die medizinischen und technologischen Innovationen immer stärker voran. Ob sich digitale Angebote oder neuartige Behandlungsmöglichkeiten durchsetzen, liegt allerdings maßgeblich in der Hand der Verbraucher. Deren Akzeptanz ist der Schlüssel für den Erfolg im Gesundheitssektor. Welche Faktoren darüber entscheiden und wie Akteure im Gesundheitswesen am besten darauf reagieren können, beleuchtet die neue Studie von Roland Berger „Future of health – Der Patient der Zukunft“. Für die Publikation wurden knapp 2.500 Menschen aus 19 Ländern befragt.

„Die traditionellen Anbieter von Gesundheitsdienstleistungen wie Ärzte, Krankenhäuser und Apotheker genießen bei den Befragten nach wie vor das größte Vertrauen – im Unterschied beispielsweise zu den Unternehmen hinter den digitalen Plattformen. Aber das Rennen ist noch lange nicht entschieden“, sagt Thilo Kaltenbach, Partner bei Roland Berger.

Das Thema Datenschutz ist bei Innovationen zwar sehr präsent. Wenn Verbraucher aber direkt von technischen Neuerungen profitieren, sind sie dennoch aufgeschlossen. Der Mehrheit aller international Befragten – 63 Prozent – ist der Zugang zur bestmöglichen Behandlung wichtiger als der Datenschutz. Gerade im DACH-Raum ist hier deutliches Potenzial erkennbar: 59 Prozent der Befragten wären bereit, ein Arztgespräch per Videoanruf zu führen. Tatsächlich nahmen aber nur 7 Prozent in den vergangenen 12 Monaten diese Leistung in Anspruch.

„Am Ende werden die Akteure die Gewinner sein, die die Wirksamkeit ihrer Angebote mit den besten medizinischen Resultaten belegen können. Sämtliche Akteure im Bereich der Gesundheitsversorgung müssen daher signifikante Anstrengungen unternehmen, um die Skepsis der Patienten gegenüber innovativen Ansätzen und Angeboten zu überwinden“, sagt Oliver Rong, Partner bei Roland Berger.

Das Vertrauen ist eindeutig verteilt

Das größte Vertrauen genießen die traditionellen Anbieter von Gesundheitsdienstleistungen. Ein Großteil der Befragten sieht die Einbeziehung privater Unternehmen in die Gewährleistung ihrer Gesundheitsversorgung skeptisch. Um sie zu überzeugen, ist die richtige

Kommunikation entscheidend. Nur wenn die persönlichen Vorteile klar ersichtlich sind, wären die Patienten bereit, ihre Daten mit digitalen Anbietern zu teilen.

Dabei eröffnen sich neue Möglichkeiten, denn 72 Prozent der Befragten zeigen sich grundsätzlich offen für ein umfassend koordiniertes Gesundheitssystem – oder würden es sogar bevorzugen. Sofern sie kostenlos sind, wären 47 Prozent der Deutschen bereit, Gesundheitsdienste von privaten Tech-Unternehmen zu nutzen. Auf kostenpflichtige Angebote würden immer noch 20 Prozent zurückgreifen.

Die Nachfrage nach Dienstleistungen wird individueller. Da die traditionellen Gesundheitsdienstleister das größte Vertrauen genießen, müssen neue Akteure stabile Beziehungen zu den Patienten von morgen aufbauen. „Für alle Akteure gilt, dass sie ihre Maßnahmen differenzieren und an die verschiedenen Patiententypen der Zukunft anpassen müssen“, sagt Rong.

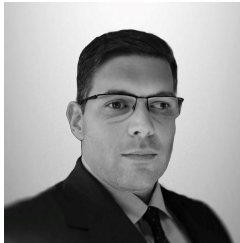
Welche das sind, kann mit den Ergebnissen der Erhebung international klar umrissen werden: die Überzeugten, von denen über alle Märkte hinweg 41 Prozent Online-Gesundheitsdienste regelmäßig wahrnehmen und dafür bezahlen. Die Interessierten, für die Bequemlichkeit ein entscheidender Faktor ist. Und die Skeptischen: 41 Prozent schließen die Nutzung von Online-Services und die Weitergabe ihrer persönlichen Daten an private Anbieter bislang kategorisch aus.

„Eine Taktik, die bei jüngeren, gesunden Konsumenten in weniger entwickelten Ländern funktioniert, eignet sich vielleicht nicht für ältere Konsumenten mit schlechtem Gesundheitszustand in industrialisierten Ländern“, erklärt Kaltenbach.

Roland Berger ist die einzige Strategieberatung europäischer Herkunft mit einer starken internationalen Präsenz. Als unabhängige Firma, im alleinigen Besitz unserer Partnerinnen und Partner, sind wir mit 51 Büros in allen wichtigen Märkten präsent. Unsere 2700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zeichnet eine einzigartige Kombination aus analytischem Denken und empathischer Einstellung aus. Angetrieben von unseren Werten Unternehmergeist, Exzellenz und Empathie sind wir überzeugt davon, dass Wirtschaft und Gesellschaft ein neues, nachhaltiges Paradigma benötigen, das den gesamten Wertschöpfungskreislauf

im Blick hat. Durch die Arbeit in kompetenzübergreifenden Teams über alle relevanten Branchen und Geschäftsfunktionen hinweg bietet Roland Berger weltweit die beste Expertise, um die tiefgreifenden Herausforderungen unserer Zeit heute und morgen erfolgreich zu meistern.

Kontaktpersonen



Raphael Dörr

Pressekontakt

Head of Corporate Communications & PR

raphael.doerr@rolandberger.com

+49 89 9230 8792



Silvia Constanze Zösch

Pressekontakt

Press Contact Global PR

silvia.zoesch@rolandberger.com

+49 89 9230 8750