



jameda

Deutschlands größte Arztempfehlung

Studie: Arzt & Digitalisierung

29.05.2017



Datenschutz/
Datensicherheit

www.tuv.com
ID 000054120

Zur Studie

Die Digitalisierung der Medizin ist in aller Munde. Die vorliegende Studie geht der Frage nach, wie Ärzte zum Ausbau digitaler Gesundheitsangebote stehen: Welche Angebote nutzen sie? Welche Vorteile sehen sie? Welche Vorbehalte gibt es? Ein Schwerpunkt liegt dabei auf dem Einfluss tatsächlicher Erfahrung mit digitalen Gesundheitsangeboten auf die Einstellung der Ärzte gegenüber der Digitalisierung der Medizin.

Wichtigste Fragestellungen:

- ➔ Inwiefern beeinflusst Erfahrung mit digitalen Gesundheitsangeboten die Einstellung der Ärzte gegenüber der Digitalisierung?
- ➔ Welche Vorbehalte halten Mediziner von der Nutzung digitaler Angebote ab?
- ➔ Gibt es einen Zusammenhang zwischen einer intensiven Auseinandersetzung mit den genutzten Angeboten und der Nutzungszufriedenheit?



Inhalt

- ➔ Zusammenhang zwischen Erfahrung mit und Einstellung gegenüber digitalen Gesundheitsangeboten
- ➔ Vorbehalte gegenüber der Digitalisierung
- ➔ Einfluss der Kontrolle der Zielerreichung auf die Zufriedenheit mit marketingorientierten digitalen Angeboten



Ergebnisse

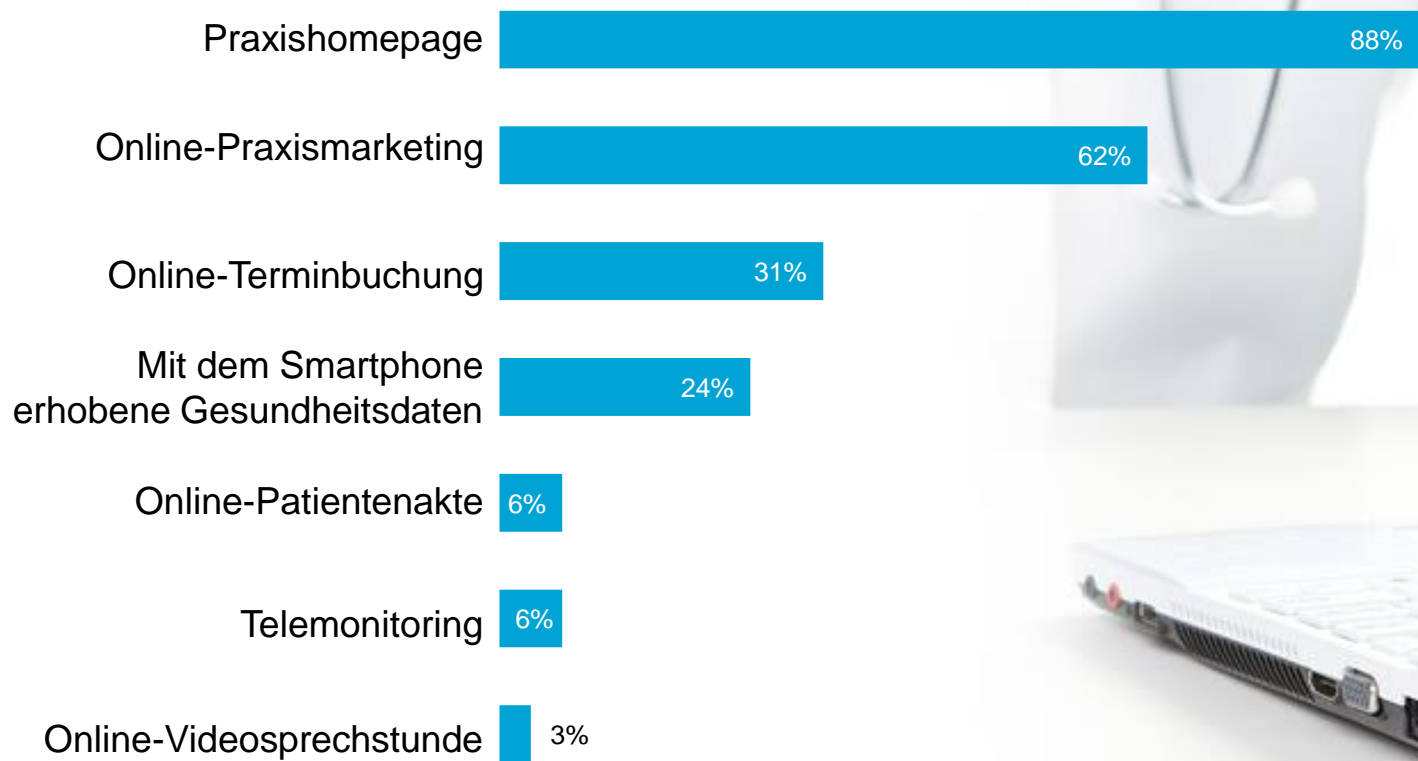
© thananit - Fotolia

Der Zusammenhang zwischen Erfahrung mit und Einstellung gegenüber digitalen Gesundheitsangeboten

Die Mehrheit der Praxen ist online

➔ Fast 90% der befragten Praxen hat mindestens eine Praxishomepage. Bereits ein Viertel arbeitet mit über Smartphones erhobenen Gesundheitsdaten.

Frage: Nutzen Sie folgende digitalen Services?



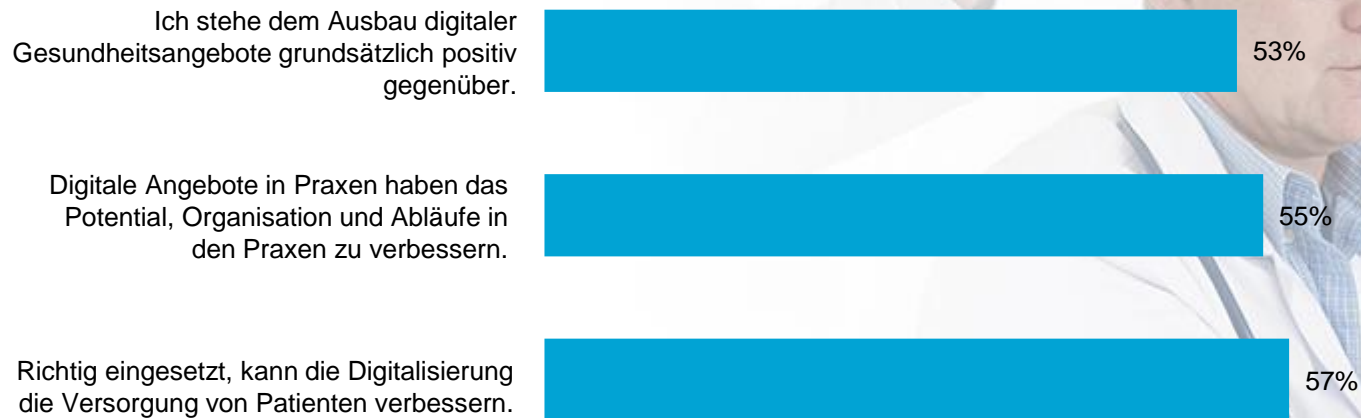
(n=1346)

© tangizzz - Fotolia

Die Mehrheit der Ärzte steht der Digitalisierung positiv gegenüber

➔ Mehr als die Hälfte der Befragten ist vom Nutzen digitaler Angebote für Patienten und die eigene Praxisorganisation überzeugt.

Frage: Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zur Digitalisierung der Medizin zu?*



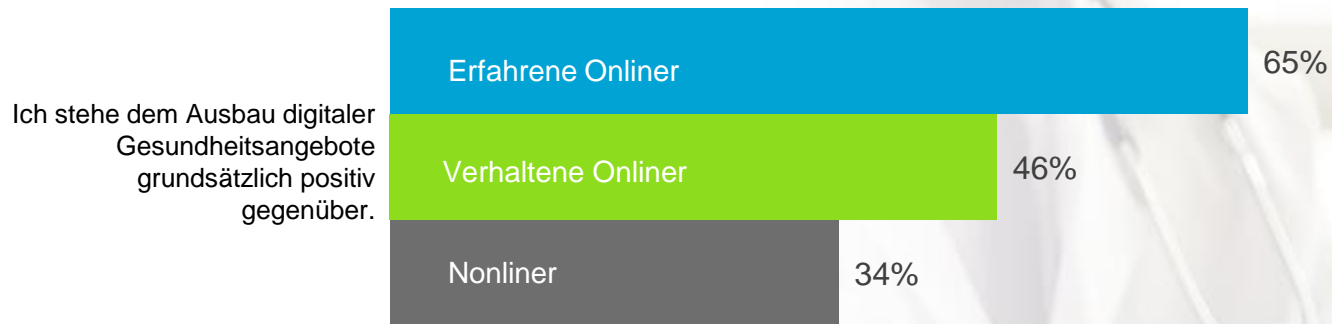
*Zustimmung zur Aussage auf einer Skala von 1-5 in Prozent der Top2-Boxes; n=1346

© Jackfrog - Fotolia

Ärzte mit Online-Erfahrung sehen den Nutzen der Digitalisierung

➔ Ärzte, die 3 oder mehr digitale Angebote nutzen, stehen dem Ausbau der Digitalisierung zu großen Teilen positiv gegenüber.

Frage: Inwiefern stimmen Sie der folgenden Aussage zur Digitalisierung der Medizin zu?*



- Erfahrene Onliner (nutzen 3 oder mehr digitale Angebote)
- Verhaltene Onliner (nutzen 1 oder 2 digitale Angebote)
- Nonliner (nutzen kein digitales Angebot)

*Zustimmung zur Aussage auf einer Skala von 1-5 in Prozent der Top2-Boxes
(n=1346; n(Erfahrene Onliner)= 525; n(Verhaltene Onliner)= 743; n(Nonliner)= 78)

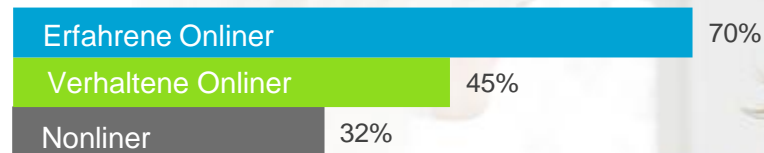
© georgerudy - Fotolia

Ärzte mit Online-Erfahrung sind vom Nutzen digitaler Angebote für die Praxisorganisation überzeugt

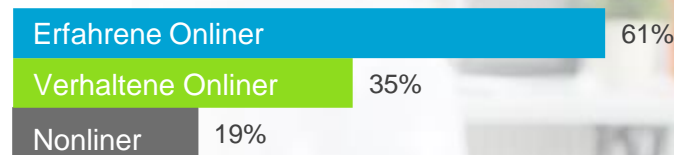
➔ Die Mehrheit der Ärzte, die 3 oder mehr digitale Angebote in ihren Praxen nutzen, spüren dadurch eine Erleichterung in ihrem Arbeitsalltag.

Frage: Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zur Digitalisierung der Medizin zu?*

Digitale Angebote in Praxen haben das Potential, Organisation und Abläufe in den Praxen zu verbessern.



Digitale Services in meiner Praxis erleichtern meinen Alltag.



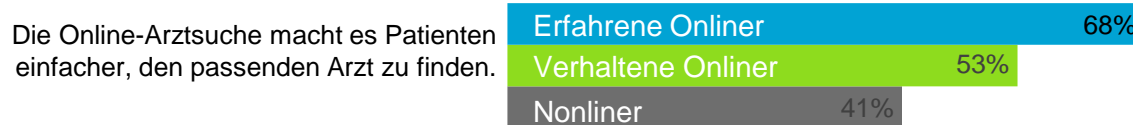
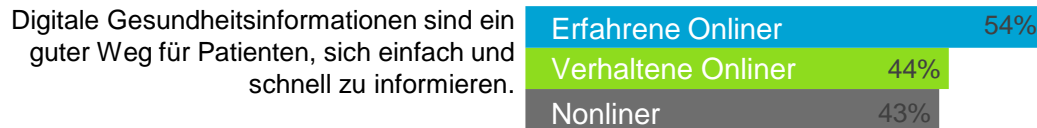
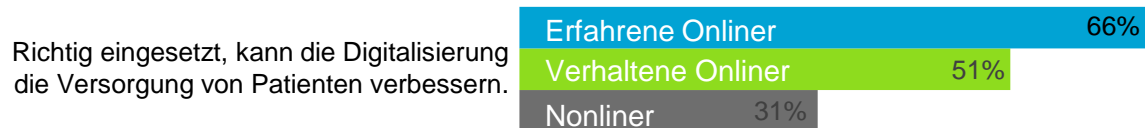
- Erfahrene Onliner (nutzen 3 oder mehr digitale Angebote)
- Verhaltene Onliner (nutzen 1 oder 2 digitale Angebote)
- Nonliner (nutzen kein digitales Angebot)

*Zustimmung zur Aussage auf einer Skala von 1-5 in Prozent der Top2-Boxes (n=1346; n(Erfahrene Onliner)= 525; n(Verhaltene Onliner)= 743; n(Nonliner)= 78)

Größere Erfahrung mit digitalen Angeboten führt zu einer positiveren Einschätzung des Nutzens für Patienten

➔ Zwei Drittel der Ärzte, die Erfahrung mit 3 oder mehr digitalen Angeboten haben, sind überzeugt von deren Nutzen für die Versorgung der Patienten.

Frage: Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zur Digitalisierung der Medizin zu?*



- Erfahrene Onliner (nutzen 3 oder mehr digitale Angebote)
- Verhaltene Onliner (nutzen 1 oder 2 digitale Angebote)
- Nonliner (nutzen kein digitales Angebot)



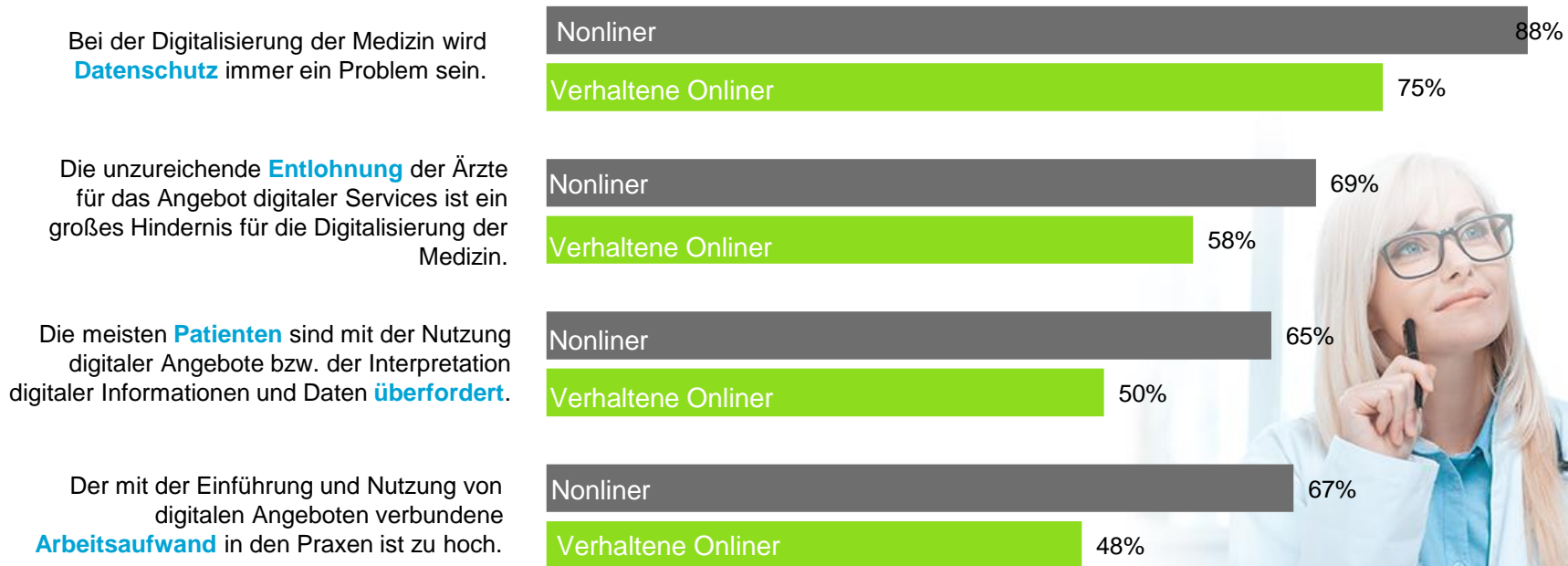
*Zustimmung zur Aussage auf einer Skala von 1-5 in Prozent der Top2-Boxes
(n=1346; n(Erfahrene Onliner)= 525; n(Verhaltene Onliner)= 743; n(Nonliner)= 78)

Vorbehalte gegenüber der Digitalisierung

Datenschutzbedenken und unzureichende Entlohnung sind die wichtigsten Hindernisse für die Nutzung digitaler Angebote

➔ Mehr als drei Viertel der Ärzte, die keine oder wenig digitale Angebote in ihrer Praxis nutzen, haben Nutzungsvorbehalte aufgrund von Datenschutzbedenken.

Frage: Inwiefern sind Ihrer Meinung nach nachfolgende Vorbehalte gegen digitale Services in der Medizin zutreffend?*



© uzursky - Fotolia

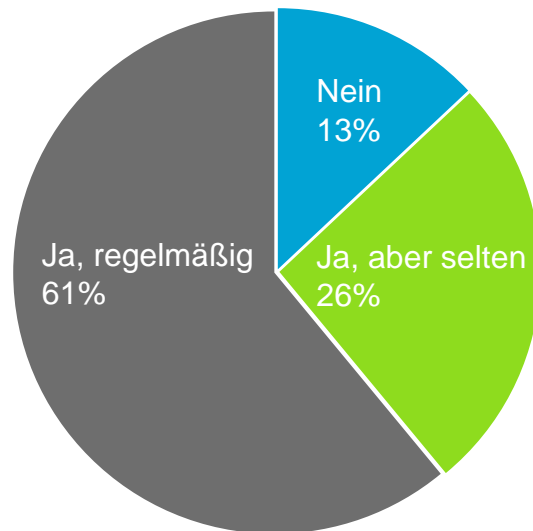
*Zustimmung zur Aussage auf einer Skala von 1-5 in Prozent der Top2-Boxes (n=821 (n(Verhaltene Onliner)= 743; n(Nonliner)= 78)

Einfluss der Kontrolle der Zielerreichung auf die Zufriedenheit mit digitalen Angeboten

Der Erfolg der Online-Terminlösung wird von den meisten Praxen kontrolliert

➔ 61% der Praxen kontrollieren den Erfolg ihrer Online-Terminlösung regelmäßig.

Frage: Kontrollieren Sie den Erfolg Ihrer Online-Terminlösung?

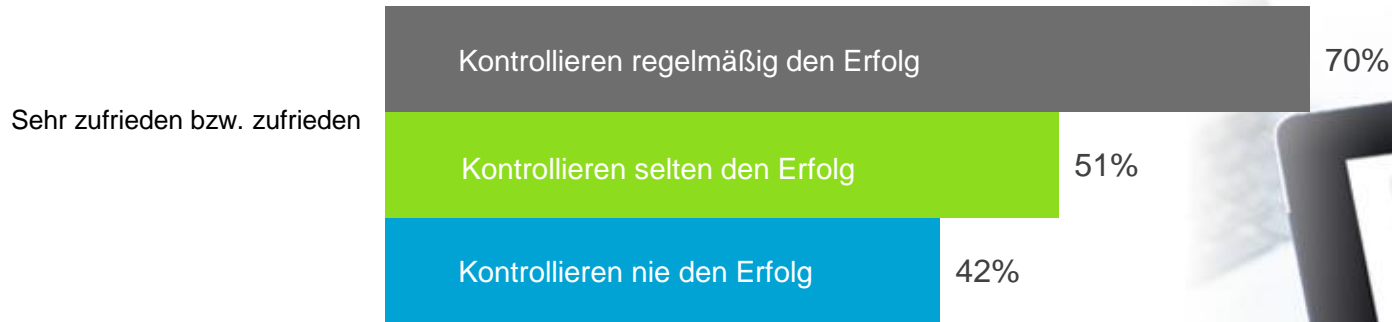


n=436 (Nutzer Online-Terminbuchung)

Die Mehrheit der Ärzte, die den Erfolg ihrer Online-Terminlösung kennt, ist zufrieden.

➔ 70% der Praxen, die sich intensiv mit dem Nutzen ihrer Online-Terminlösung auseinandersetzen, sind damit zufrieden.

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Entscheidung, Termine auch über das Internet zu vergeben?*

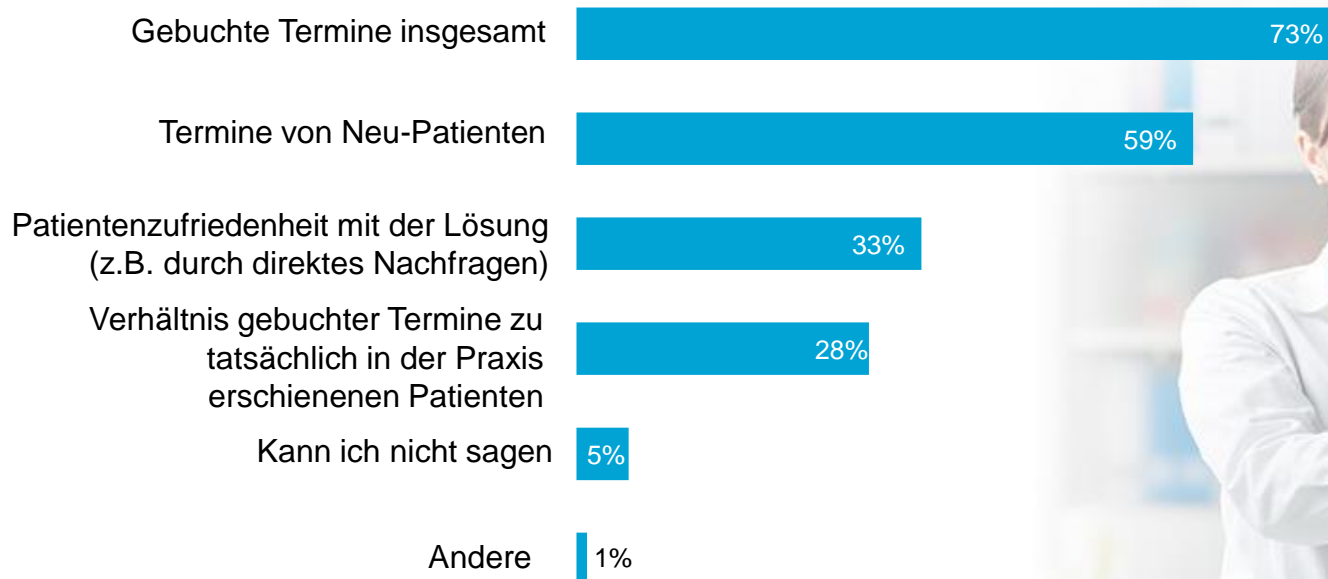


*Zustimmung zur Aussage auf einer Skala von 1-5 in Prozent der Top2-Boxes
n=436 (Nutzer Online-Terminbuchung)

Gebuchte Termine und Termine von Neu-Patienten definieren den Erfolg einer Online-Terminlösung

➔ 59% der Ärzte, die den Erfolg ihrer Online-Terminlösung kontrollieren, erheben die Anzahl der gewonnenen Neu-Patienten.

Frage: Welche Kennzahlen erheben Sie, um den Erfolg Ihrer Online-Terminlösung zu kontrollieren?



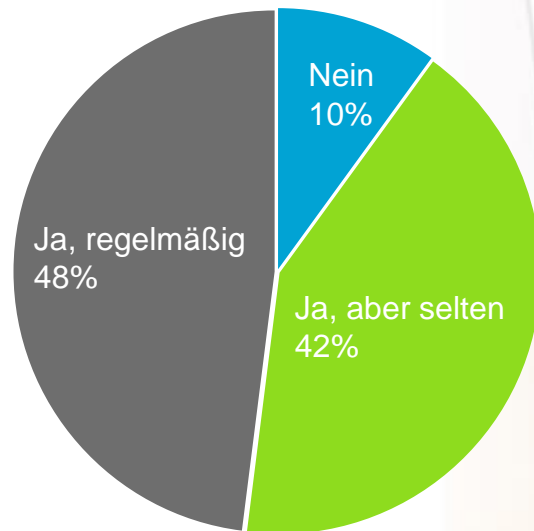
© stokkete - Fotolia

n= 479 (Ja zur Erfolgskontrolle; Mehrfachantworten möglich)

Erfolgskontrolle der Online-Praxismarketingmaßnahmen ist für die meisten Praxen Standard

➔ 90% der Ärzte, die Online-Marketing betreiben, kontrollieren den Erfolg ihrer Maßnahmen.

Frage: Kontrollieren Sie den Erfolg Ihrer Online-Praxismarketing-Maßnahmen?



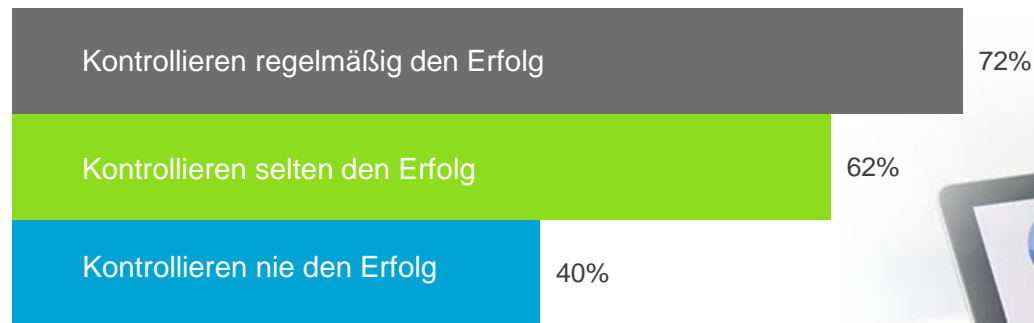
n=876 (Nutzer Online-Marketing-Maßnahmen)

Fundierte Kenntnis über Erfolgskennzahlen führt zu hoher Zufriedenheit mit Online-Praxismarketing

➔ Fast drei Viertel der Ärzte, die den Erfolg ihres Online-Praxismarketing regelmäßig kontrollieren, ist damit zufrieden.

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Entscheidung, Online-Praxismarketing zu betreiben?*

Sehr zufrieden bzw. zufrieden



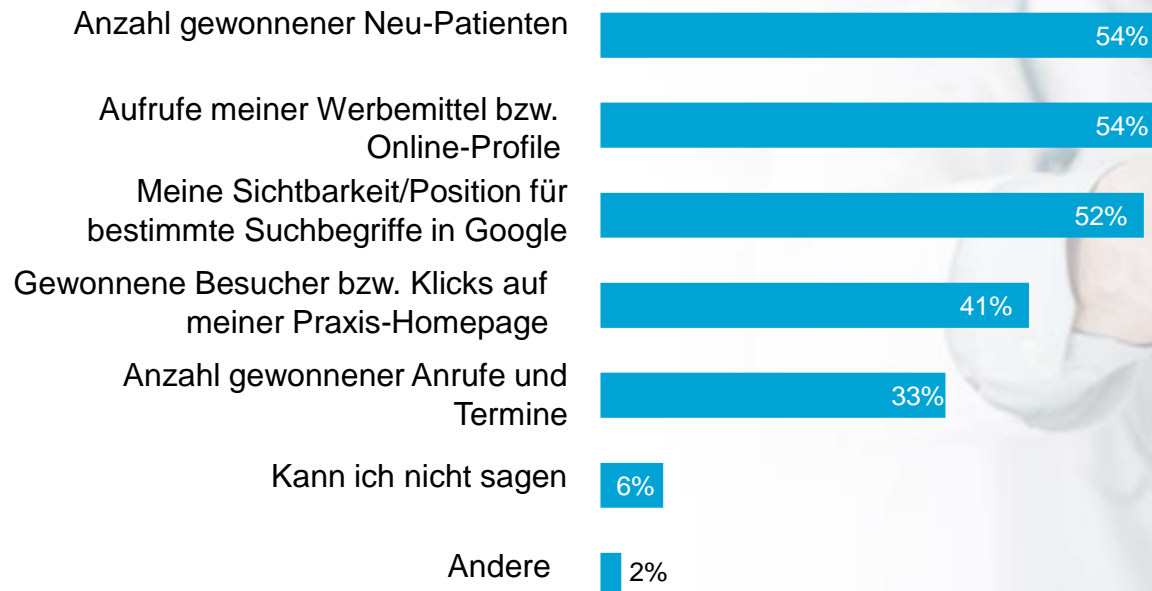
*Zustimmung zur Aussage auf einer Skala von 1-5 in Prozent der Top2-Boxes
n=876 (Nutzer Online-Marketing-Maßnahmen)

© fizkes - Fotolia

Neu-Patienten und Online-Sichtbarkeit sind die zentralen Erfolgskennzahlen des Online-Praxismarketings

➔ 54% der Online-Praxismarketing-Betreiber erheben die Anzahl der gewonnenen Neu-Patienten und die Aufrufe ihrer Werbemittel.

Frage: Welche Kennzahlen erheben Sie, um den Erfolg Ihrer Online-Praxismarketing-Maßnahmen zu kontrollieren?



n= 788 (Ja zur Erfolgskontrolle; Mehrfachantworten möglich)

© stokkete - Fotolia

A photograph of a male doctor in a white lab coat sitting at a desk, smiling warmly at an elderly patient. The doctor has a stethoscope around his neck and is wearing a watch. The patient is seen from the back, with white hair. In the background, a nurse in a white uniform is visible. The scene is set in a bright, modern medical office.

Zur Studie

© Westend61 - Fotolia

Fakten zur Studie

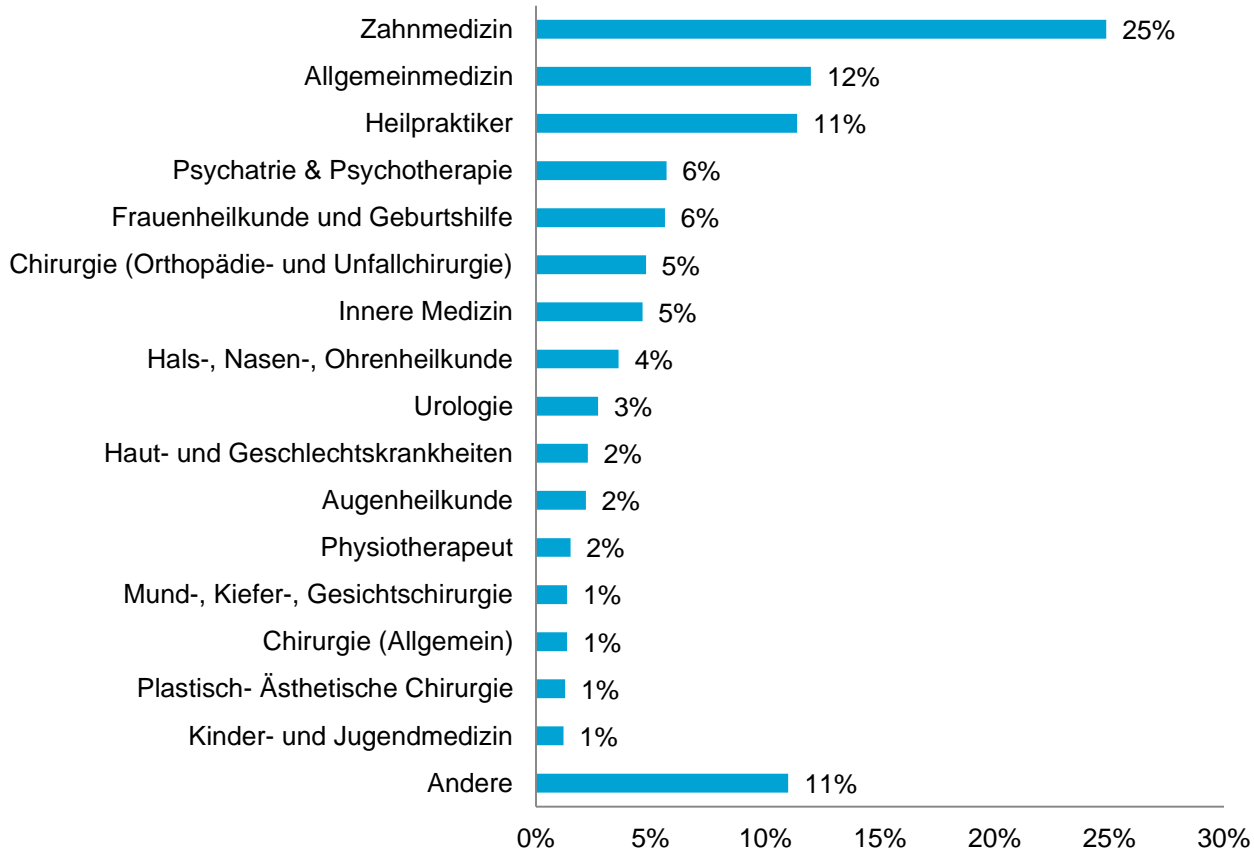
- Methode:** Online-Befragung
- Grundgesamtheit:** Mediziner, die auf jameda kostenlos oder kostenpflichtig registriert sind.
- Stichprobengröße:** N= 1.346
- Erhebungszeitraum:** 20. März 2017 – 03. April 2017



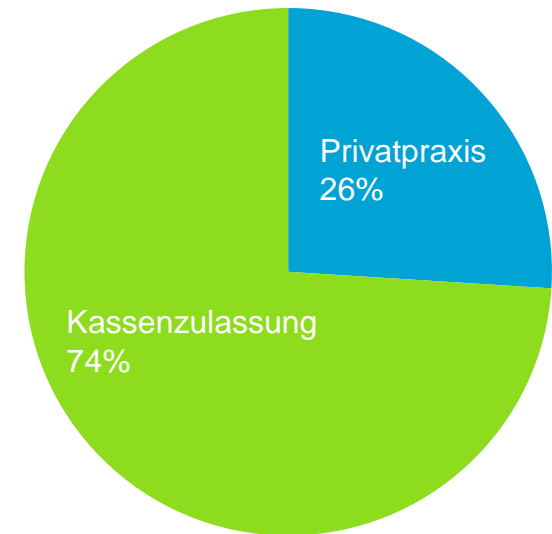
© asawinklabma - Fotolia

Informationen zur Grundgesamtheit

Teilnehmer nach Fachgebieten



Verhältnis Privat- zu Kassenpraxen



n= 1346)

Sie haben Fragen?

Kontakt:



Kathrin Kirchler

Senior PR & Marketing Manager

Tel.: 089 / 2000 185 60

E-Mail: presse@jameda.de