

Gesunde Geschäfte im www.

Kündigt sich ein Paradigmenwechsel an?

Eine empirische Analyse mit Ausblick auf das Health Biz der Zukunft

Health Business in www. The Dawn of a Paradigm Shift?

An Empirical Analysis with an Outlook for the Health Biz of the Future

Angelika Trachtenberg

Zusammenfassung

Der vorliegende Beitrag beschäftigt sich mit einem hypothetisch angenommenen Paradigmenwechsel im Gesundheitsmarkt: Vom Patienten zum Health Consumer, vom Hilfesuchenden zum Online Patienten, der kritischer ist, mehr Eigenverantwortung übernimmt. Weitreichende Konsequenzen auch auf die Beziehung Arzt – Patient werden angenommen. Am Beginn des Beitrags werden die relevanten gesellschaftlichen Trends analysiert, die Auslöser eines solchen Paradigmenwechsels sind und Implikationen auf Männer, Frauen unterschiedlichster Altersgruppen haben. Die ganzheitlichen Gesundheitsansprüche, die wachsende Eigenkompetenz, das zunehmende Vorsorgeverhalten und die Notwendigkeit der Privatfinanzierung definiert das Szenario der Veränderung. Die Penetration des Internets beeinflusst das neue Informationsverhalten. Die empirische Überprüfung in einer Studie mit dem Institut ACNielsen bei 500 Internetusern (repräsentativ für die Grundgesamtheit) versucht die aufgestellten Hypothesen empirisch zu untermauern, was gelingt. Die umfassende Veränderung des gesamten Health Business hat begonnen und ist vermutlich bei der rasanten Entwicklung des vorliegenden Marktes zum heutigen Zeitpunkt auch bereits weiter fortgeschritten. Alle Beteiligten dieses Marktbereichs müssen sich mit Angeboten und v. a. mit neuer Kommunikation darauf einstellen.

Abstract

The article deals with a hypothetically assumed paradigm shift in the health market: From the patient to the health Consumer, from those seeking help to the Online Patient who is more critical and takes more self responsibility. Wide ranging consequences are assumed, also concerning the doctor – patient relationship. In the beginning of the article, the relevant social trends are analysed. These social trends are triggers for the paradigm shift and have implications on men and women in different age stages. The holistic health demand, the growing self responsibility and self competence, the prevention behaviour and the necessity for private financing define the scenario of change. The

penetration of the internet has a huge impact on a new behaviour surrounding information. The empirical verification, done by a study with ACNielsen with 500 internet users (representative for the whole population) tries to support the hypothesis – which succeeds. The huge change of the whole health business has already started and it can be assumed that considering the high speed of change the market is even more developed by now today. All players of the market have to react with new offers and especially with a new kind of communication.

1. Einleitung

Der Anspruch eines Wirtschaftspsychologen: Kommunikations- und Maßnahmenplanung mit höchster Verbraucherrelevanz und damit höchster Relevanz für die Gesellschaft. Die Basis ist Consumer Insight, welches aus umfangreichen Quellen generiert wird. Desk Research von aktuell verfügbaren Trend-Studien (unter anderem Publikationen des Zukunftsinstituts), sekundärstatistisches Material (Verbraucheranalysen, Mediaanalysen, Statistik Austria) und natürlich das Wichtigste: qualitative Primärforschung. In zahlreichen Projekten für unterschiedliche Kunden wird laufend die gesellschaftliche Veränderung in der Tiefe erfasst: Welche Implikationen gibt es für Werthaltungen „Lifestyle Values“, welche Konsequenzen hat das auf Kommunikationsverhalten und Kommunikation und v.a. wie kann Kommunikation und das Angebot der Unternehmen zu einer Lösung von Problemen bzw. einer Verbesserung von Situationen beitragen.

Der vorliegende Beitrag basiert auf einem umfassenden Analyseprojekt (2003 – 2006), welches alle oben genannten Quellen reflektiert und zusätzlich eine empirische Studie bei 500 Internetnutzern (repräsentativ für Österreichs Grundgesamtheit).

2. Hypothese: Die Auslöser eines Paradigmenwechsels kommen aus den vier relevanten gesellschaftlichen Trends

1. EVALution – die neue Macht der Frau
2. Männer unter Druck – Beruf – Familie – neue Rollen
3. Forever Young – Neues Altern mit wachsender Marktbe-