

welldoo-Studie zu digitalen Gesundheitstrends: 47% würden Daten an die Krankenkasse weitergeben

08 OKTOBER 2015, BERLIN

ZUSAMMEN-FASSUNG

Welldoo, der Berliner Full-Service-Anbieter von digitalen Gesundheits-Apps, veröffentlicht eine umfassende Studie mit dem Thema "Future Trends - Zukunft der digitalen Gesundheitsversorgung". Inhalte der Studie sind u.a. die Bereitschaft der Befragten, die eigenen Daten an Krankenkassen weiterzugeben sowie die ärztliche Behandlung durch Roboter. Die Ergebnisse, die auch auf dem Digital Health Forum 2015 vorgestellt werden, gibt es hier bereits vorab.

Welldoo, Anbieter von Applikationen in der Gesundheitsbranche, hat eine Studie veröffentlicht, die Auskunft über digitale Zukunftstrends gibt. Über ein Online-Panel wurden dazu Männer und Frauen über 18 Jahren befragt, die sehr oder zumindest teilweise an Gesundheitsthemen interessiert sind. Diesen Teilnehmern wurden verschiedene Zukunftsszenarien und Technologien vorgestellt und sie sollten angeben, welche davon sie bereit wären zu nutzen bzw. unter welchen Umständen sie dies tun würden.

Unter anderem ergab die Studie, dass knapp die Hälfte der Befragten bereit wäre, ihre Gesundheitsdaten an die Krankenkasse weiterzugeben, wenn sie dafür direkte Gegenwerte, beispielsweise Geld oder Vergünstigungen des Kassentarifs, erhalten würden. Für die Kassen bedeutet das, dass Verbraucher dem Schutz ihrer Daten nicht so ängstlich gegenüber stehen, wie in der Öffentlichkeit dargestellt, und sie durch verschiedene Anreize durchaus dazugebracht werden können, ihre Daten zu übermitteln.

Als Bereicherung wurde von fast drei Viertel der Befragten ein persönlicher Roboter eingeschätzt, der sie im Haushalt oder bei der medizinischen Versorgung unterstützen würde. Genauer gesagt 71% gaben an, an der Benutzung eines solchen interessiert zu sein. Die medizinische Behandlung durch einen mit einem Interface ausgestatteten Roboter lehnen jedoch 68% ab.

“Die Studie war für uns sehr aufschlussreich, da sie uns gezeigt hat, dass Menschen digitale Gesundheitsassistenten nutzen wollen, wenn sie deren Mehrwert verstehen”, erklärt Inga Bergen, Geschäftsführerin und CEO der welldoo GmbH. “Die Einschätzung von Nutzern, ob sie eine digitale Innovation im Bereich Gesundheit als Bereicherung empfinden, ist für unsere

Arbeit von Bedeutung, aber auch für das Gesundheitssystem und betrifft Ärzte bis Krankenkassen.“

Die vollständigen Ergebnisse der Studie werden auf dem von welldoo ausgerichteten Digital Health Forum am 16. Oktober 2015 in Berlin vorgestellt, bei dem Experten der Branche diese Trends diskutieren. Weitere Informationen zur Anmeldung und zum Programm finden Sie auf der offiziellen [Eventseite](#).

Über welldoo

[Welldoo](#) entwickelt seit über 15 Jahren Apps für die digitale Gesundheitspflege. Zum Kundenkreis zählen Pharmaunternehmen, Krankenkassen und Medtech-Firmen (Pharma, Techniker Krankenkasse und Beurer). Ein interdisziplinäres Team aus Healthcare Experten, UX Designern und Programmierern entwickeln maßgeschneiderte Apps für Präventions-, Gesundheitsversorgungs- und Therapieangebote. Welldoo ist mit über 175 entwickelten Applikationen einer der wichtigen Player auf dem digitalen Gesundheitsmarkt. Dazu gehören Apps wie. z.B. [Allergie-App „Husteblume“](#) und das [Diabetes-Tagebuch](#) (Techniker Krankenkasse) und verschiedene Apps für Pharmafirmen.



BILDER



PRESSEKONTAKTE



David Baumgarten

COMMUNICATIONS MANAGER

david.baumgarten@rckt.com

ÜBER RCKT. ROCKET COMMUNICATIONS

RCKT. is a full service communications agency from Berlin.

We believe in the power of communication and strong brands.

Our home is the vibrant tech and startup scene. As communications professionals we are united in our core beliefs:

We create compelling and entertaining content to deliver traction

We always listen to our clients, their customers and markets

We love the Internet and embrace technology

We share our passion and go the extra mile

We always stay calm and humble

We love freedom and allow to be different and brave

We keep our word and deliver what we promise

This is the ABC of communication.

Agenda

“PR is dead”. This statement makes our industry shiver. But not us. We have been watching closely as the global media landscapes develop and change. Rather than mourning traditional PR, we look forward to a vibrant future of living content that matches the pace of the digital age. It starts right now. We believe that there is and will be a dynamic range of public and media relations, consumer as well as business communications, digital content and offline activities, positioning of people and products, personally tailored stories and real-time interactions across a spectrum of channels and an increase of speed that shapes our agenda. We understand all these correlations and interdependencies. Better: We live, set and surf the agenda – anytime and anywhere.

Branding

A brand is more than the appearance of a company. It's the company's heart and soul. Through insightful crafting, a brand has the power to tap into the deepest aspirations of customers' hearts. We build brands from scratch. Starting with the company's vision and customer insights, we develop engaging brand personalities and lay the groundwork for a company's product and internal culture. Branding isn't about broadcasting a set of messages to the public but about joining a conversation and community. We tune into them and dig out real and relevant stories of high content-value. We believe a brand is the product of a thousand small gestures, which is why we accompany brands throughout their whole journey: from billboards to animations, from branded content to integrated digital campaigns; from young startups to market leaders – we shape brands that are there to stay. Together, we build long-term value for your company.

Content

We've learned a thing or two about proper content over the last few years: First, everyone wants content. Second, very few actually have good content. To produce great content, you have to be brave and be passionate about what you are doing. The days when we looked up to TV stations and editorial offices as the paragons of good content are long gone. The leaders in relevant content are no longer a select few media players, but rather the masses of customers, users, and members of the digital community. A new generation of content creators from all around the globe has taken the place of the old guard. This talented group is creating outstanding content on a daily basis, whether it be more extensive pieces on blogs and YouTube vlogs or shorter work on Twitter or Vine. They inspire us to tell stories that are worth being told and shared with others. We believe in content that is fun, immersive and informative, and at the very least will simply put a smile on your face.

RCKT.

RCKT. Rocket Communications [Pressemitteilungen](#)