

SWISS HEALTH MONITOR 2022

– SELECTED INSIGHTS –

Der Swiss Health Monitor ist eine schweizweit repräsentative Studie des [Instituts für Marketing und Analytics](#). Der Report informiert über den aktuellen und künftigen Stand des Schweizer Gesundheitswesens aus Sicht der Konsumentinnen und Konsumenten.

Die Studie richtet den Fokus auf die fortschreitende Digitalisierung und die Innovationspotenziale in der Gesundheitsbranche. Zudem gewährt sie Ihnen Einblicke in die verschiedenen Kontaktpunkte zwischen Konsumenten (z.B. Patientinnen und Patienten) und Leistungserbringern. Den vollständigen Bericht können Sie über die Webseite der Universität Luzern erwerben ([Link](#)). Nachfolgend finden Sie ausgewählte Insights des Studienberichts und die daraus resultierenden Hypothesen zu Innovationspotenzialen.

Ausgewählte Insights des Studienberichts

Insight 1: Allgemeine Einstellung zum Schweizer Gesundheitswesen:

73% der Befragten sind mit der Gesundheitsversorgung (eher) zufrieden und 81% schätzen ihren Gesundheitszustand im Allgemeinen als gut ein.

Insight 2: Gesundheits-Prävention

Technologien zur Unterstützung der Prävention wie etwa Fitness Tracker sind weitverbreitet. 44% der Personen, die in ihrem täglichen Leben präventiv aktiv sind, nutzen diese Technologien regelmässig. Zudem wurde bei allen Altersgruppen die höchste Zahlungsbereitschaft für zusätzliche Ausgaben im Bereich Prävention festgestellt – und das über die gesamte Customer Journey hinweg.

Insight 3: Erstkontakt

Fast 60% der Schweizer Bevölkerung ergreift beim Auftreten von Krankheitsanzeichen nicht sofort Massnahmen. Wird aber sachkundiger Rat bzw. Kontakt gesucht, sind Hausarztpraxen und Apotheken die bevorzugten Anlaufstellen. Dies zeigt sich in einer hohen Zufriedenheit mit den ärztlichen und pharmazeutischen Dienstleistungen. Digitale Möglichkeiten wie etwa Telefon- oder Videoberatungen werden nur von ca. 10% der Personen regelmässig genutzt.

Insight 4: Therapie

55% haben bereits einmal eine Therapie abgebrochen oder gar nicht erst angetreten. Dies, obwohl drei Viertel während der Behandlung professionell begleitet wurden und die Zufriedenheit hoch ist. In allen Altersgruppen wünschen sich über 80% der Befragten bei konservativen Therapien und chirurgischen Eingriffen weiterhin physische Interaktion. Das bedeutet, dass sie eine Krankheit auch weiterhin nicht ausschliesslich zu Hause, z.B. mit digitalen Mitteln, kurieren wollen.

Insight 5: Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) bei Diagnose und Therapie

Über 90% der Befragten haben eine klare Meinung zum Einsatz von KI. Lediglich 2% würden den ausschliesslichen Einsatz von KI bei der Diagnose und Therapie bevorzugen. In allen Altersgruppen erachtet jedoch die Mehrheit den Einsatz dieser Technologie bei der Diagnose und Therapie zur Unterstützung von Spezialistinnen und Spezialisten als sinnvoll.

Insight 6: Nachsorge

Der Wunsch für eine Nachsorge zu Hause ist doppelt so hoch wie aktuell adressiert. Zudem interessieren sich ca. 40% der Schweizer Bevölkerung für eine digital unterstützte Nachsorge (z.B. Nachuntersuchung durch einen Telemediziner oder eine Telemedizinerin).

Insight 7: Vertriebskanäle von Medikamenten

Das Interesse am Onlineverkauf verschreibungspflichtiger und freiverkäuflicher Medikamente ist sehr gering. Tatsächlich beziehen 50% der in der Schweiz lebenden Personen ihre verschreibungspflichtigen Medikamente primär über eine Arztpraxis für Allgemeinmedizin. Bei den rezeptfreien Medikamenten nutzt etwa ein Viertel diese Bezugsquelle.

Insight 8: Freigabe von Daten

Die Bereitschaft, persönliche Gesundheitsdaten weiterzugeben, ist bei anonymisierten Daten um 18% höher als bei nicht anonymisierten. Dabei sind die Befragten am ehesten bereit, ihre persönlichen Gesundheitsdaten zur Verbesserung der eigenen und der Gesundheit der Bevölkerung zu teilen.

SWISS HEALTH MONITOR 2022

– SELECTED INSIGHTS –

Hypothesen zu Innovationspotenzialen basierend auf den Insights des Swiss Health Monitors

Hypothese 1: Prävention



Digitale Dienstleistungen für die Prävention bergen signifikante Potenziale. Zwar weisen sie die schwächste Zufriedenheit, aber zugleich die höchste Zahlungsbereitschaft entlang der Patienten-Journey auf. Allerdings besteht ein breites Interesse an (digitaler) Prävention, was neue Möglichkeiten sowohl für direkte Einnahmen als auch für den Zugang zur Klientel in einer frühen Phase der Patienten-Journey eröffnet.

Hypothese 2: Erstkontakt



Die grosse Bedeutung von Hausarztpraxen und Apotheken für den Erstkontakt macht diese Akteure zu interessanten Kooperationspartnern für Unternehmen, die sich frühzeitig Zugang zu einer möglichen Kundschaft verschaffen wollen.

Rund ein Drittel aller Befragten ist an digitalen Interaktionen mit Gesundheitsdienstleistern interessiert. Die eher verhaltene Zufriedenheit und seltene Nutzung der bestehenden Beratungsangebote der Krankenversicherer via Telefon oder Video darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass durchaus Potenziale vorhanden sind. Voraussetzung ist jedoch die Schaffung besserer und kundenorientierter Dienstleistungen.

Hypothese 3: Therapie



Annähernd die Hälfte der Patientinnen und Patienten hat bereits Therapien abgebrochen, obwohl sie eigentlich zufrieden waren und von Fachleuten unterstützt wurden. Dies führt unwillkürlich zu der Hypothese, dass Therapien oft überdimensioniert sind.

Potenziale zur Kosteneinsparung liegen in einer besseren (digitalen) Überwachung der Krankheitsverläufe und angepassten Therapieempfehlungen durch die Ärzteschaft.

Hypothese 4:

Einsatz von KI bei Diagnose und Therapie



Ausbaufähig ist auch der Ansatz, KI-basierte Lösungen zur Unterstützung von Fachärzten und Fachärztinnen anzubieten. Bestehende KI-Lösungen sollten gegenüber den Betroffenen auch als solche kommuniziert werden, da sie von der Mehrheit erwünscht und als vertrauenswürdig eingeschätzt werden.

Hypothese 5: Nachsorge



Das Marktpotenzial für die Nachsorge zu Hause wird nur zur Hälfte genutzt. Hier öffnet sich ein weites Feld für (digitale) Dienstleistungen. Andererseits ist dies auch eine ernst zu nehmende Bedrohung für die derzeitigen Akteure, die traditionelle Nachsorgelösungen anbieten. Im Gegensatz zur Nachsorge ist das Potenzial für Therapien zu Hause jedoch begrenzt.

Hypothese 6: Vertriebskanäle von Medikamenten



Der starke Einfluss der Medizinerinnen und Mediziner auf die Empfehlung und den Direktverkauf von Medikamenten stellt einen wachsenden Markt für Online-Apotheken dar, die mit Hausarztpraxen zusammenarbeiten. So etwa kann ein behandelnder Arzt ein Medikament bestellen und es über den Onlinevertrieb direkt seiner Patientin nach Hause schicken lassen.

Studiendesign

- Online-Panel von LINK aus den drei Sprachregionen der Schweiz
- Repräsentative Schweizer Stichprobe (N = 1'028)
- Zeitraum der Befragung: 15. Juni bis 2. Juli 2022

Demografische Verteilung der Stichprobe

Altersdurchschnitt: 45 Jahre
Geschlecht: 49% weiblich, 50% männlich, 1% andere
Sprachregion: 71% Deutsch, 24% Französisch, 5% Italienisch

Detaillierter Studienbericht

Diese und zahlreiche weitere Insights finden Sie im detaillierten Studienbericht des Swiss Health Monitors. Der Report nimmt durchgehend die Perspektive der in der Schweiz wohnhaften Bevölkerung ein und segmentiert an ausgewählten Stellen entsprechend den Charaktereigenschaften der Befragten.

Der detaillierte Studienbericht ist Teil der [Swiss Consumer Studies](https://www.swissconsumerstudies.ch). Die Selected-Insights sowie den vollständigen Studienbericht finden Sie unter dem folgenden Link: www.swissconsumerstudies.ch

Für Rückfragen zur Studie kontaktieren Sie bitte: swissconsumerstudies@unilu.ch

Zitation

Lingens, B., Ottiger, Y., Jenni, P., Funk, G., Imboden, N., Finken, D. (2022). Swiss Health Monitor 2022, *University of Lucerne*.

Darstellung der Akteure im Gesundheitswesen, an die die jeweiligen Hypothesen gerichtet sind:

- Kliniken/Spitäler
- Hausärzte
- Krankenversicherungen
- Hersteller von Pharmaprodukten und medizinischer Technik
- Apotheken
- Start-ups/Neue Marktteilnehmer

Danksagung

LINK Die Studienpartner bedanken sich herzlich beim LINK Institut für die Unterstützung des Swiss Health Monitor 2022.