

Der E-Health-Report: Diabetes

Potenzial, Wirksamkeit und
faktenbasierte Entscheidungen für
Ihre digitale Diabetesstrategie

Steckbrief



Aufbau Steckbrief

- I. Ansatz und Use Cases
- II. Inhalt
- III. Das Produkt
- IV. Kontakt

I. Ansatz und Use Case

Ob Innovation, Optimierung oder Beobachtung: Insights für Ihre digitale Diabetesstrategie:

Sie planen digitale Versorgungslösungen für den Diabetesmarkt?

Sie suchen auf einen Blick Insights zur digitalen Lebenswelt von Menschen mit Diabetes oder welche digitalen Angebote und Player im Diabetesmarkt aktiv sind?

Sie suchen harte Fakten zu digitalen Innovationspfaden, Marktszenarien und Touchpoints zum digitalen Nutzer?

Der E-Health-Report Diabetes ermöglicht Ihnen:

- eine Befähigung der faktenbasierten Strategie- und Produktplanung für Menschen mit Diabetes
- eine datenbasierte Versorgungssteuerung für definierte Zielgruppen
- die Behandlung von Unterversorgung auf Basis eines quantifizierten digitalen Zielgruppenpotenzials
- eine Planungseffizienz und Entscheidungssicherheit durch unabhängige Fakten sowohl der Zielgruppe als auch der aktuellen Marktangebote und des Wettbewerbs auf einen Blick.



I. Ansatz und Use Case



Neue Entwicklungen und relevante Innovationspfade im Bereich Digital Health und digitaler Versorgungsansätze kennen und einschätzen können



Evaluation von **Plattformdynamiken** im Digital Health Segment



360° Blick auf mögliche Bausteine und Elemente der Strategie und Kreation von eigenen digitalen Produkten (welche und wie viele Funktionen, Go-To-Market-Szenarien)



Sichtung und Einschätzung von E-Health **Kooperationen** (make or buy) und typischen Konstellationen



Schneller unabhängiger Gesamtblick auf das Marktgeschehen im Digital Health Segment seitens Verwender, Zielgruppe, Angebotsentwicklung



Zielgruppe Diabetes: Detaillierte Sichtung und Einschätzung der eigenen Zielgruppe, Early- vs. Late Adopter, Potenzial sowie deren Erreichbarkeit, TouchPoints, Roll-Out-, Media-Strategie



Wettbewerb und eigener Markt: Digital Health Marktsituation im eigenen Produkt- oder Therapiegebiet, Mitbewerberaktivitäten, Lock-In-Effekte von Nutzern oder Patienten gegenüber anderen Lösungen



Kurz- und mittelfristige Entwicklung des Digital Health Marktgeschehens für Entscheider, Investitionssicherheit

II. Inhalte des Reports: Der 360° Blick auf das Wesentliche



I. Die Zielgruppe

Wie viele und welche Zielgruppen-segmente sind mit welchen Endgeräten erreichbar? Welche E-Health- und Telemedizinangebote nutzen sie und wie messen sie ihre Vitalwerte? Wer sind Early Adopter, Late Adopter und ruhendes Potenzial?



II. Die digitalen Angebote im Markt

Welche DTx-/DiGa-Lösungen und vergleichbare digitalen Versorgungslösungen gibt es im deutschsprachigen E-Health-Markt? Welche Features, Marktszenarien, Reichweiten und Akteurskonstellationen liegen vor? Und welche Tracking-Lösungen sind führend?



III. Touchpoints und Customer Channels

Was sind neben den häufigsten Go-To-Market-Channels der Angebote die online- und offline-Touchpoints, an denen welche und wie viele Menschen mit Diabetes anzutreffen sind? Von Gesundheitsportalen über Boulevardmedien über die Apotheke oder Drogerie.



IV. Innovation, Forschung, Standards

Wie gestalten sich digitale oder hybride Versorgungsszenarien für Diabetes von morgen? Welche führenden Cases gibt es? Was sagen Evaluationen hierzu und welche diabetes-typischen Standards sind etabliert oder am Entstehen?

II. Inhalte des Reports: Themen im Detail



Digitale Zielgruppensegmente

- Kartographierung des digitalen Zielgruppen- und Verordnungspotenzials (in % und Mengen), detaillierte soziodemografische Zusammensetzung, Entwicklungstrends, Nutzung internetfähiger Endgeräte, Mapping der Early vs. Late Adopter
- Regionale Erreichbarkeit (Dichteindex) auf Landkreisebene
- Nutzung von digitalen Gesundheitsanwendungen im Detail, Self Tracking und Diagnostik, digitale Kompetenzen
- Telemedizin und E-Health: Welche digitalen Versorgungsangebote werden heute schon genutzt? (Online Konsultation Arzt, Psychotherapie, Diagnostik- und Medikamenten-Apps, Coaching-Angebote, digitale Pflege u. w.)



Der Digital Health Markt

- Analyse führender DTx + DiGa-Angebote im D,A,CH-Raum sowie weitere über 400 digitale Versorgungslösungen im Markt, relevant für eine digitale Diabetesversorgung (Pflege, Screening, Diagnostik, Konsultation, Haut, Auge u.w.)
- Welche Go-To-Market- und digitalen Versorgungsszenarien verfolgen die Anbieter? Welche Partnerschaften entstehen?
- Self Tracking und Diagnostik: Wer sind die Marktführer?
- Plattformdynamiken: Wie stark sind Plattformdynamiken im Fokus Diabetes zu beobachten? (doctolib, doctorbox u. w.)



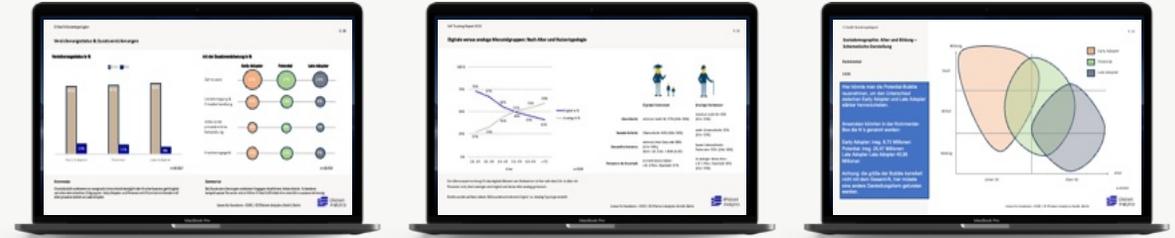
Touchpoints, Channels, Lebenswelt

- Kartographierung der Zielgruppe nach Prozent, Mengen und Subsegmenten in Abhängigkeit von online + offline Touchpoints (führende Webseiten, Apps, Portale sowie Handel, Drogerie, Apotheke u. w.)
- Die digitale Lebenswelt Diabetes: Gesundheitszustand, BMI, Versichertenstatus, Sport-/ Ernährungsverhalten, Rezeption von Gesundheitsthemen in Massenmedien (offline, online)
- Konsum von Gesundheitsprodukten, Selbstmedikation (Vor-Ort-, Versand-Apotheken, E-Commerce), Nutzung von Medizingeräten

III. Das Produkt

- | 50-60 kompakte Marktdaten-Slides, A4, Farbe, Querformat, PPT/PDF*
- | Seit 2009 gelerntes Kunden-Feedback für schnelle, relevante Ergebnisdarstellung und Priorisierung
- | Fokus auf Visualisierung und Infografiken, wenig Text mit strategischen Implikationen und Fazit/Learnings
- | Sonderauswertungen auf Anfrage möglich
- | Beinhaltet live Intro- und Trainings-Webinare

***Methodik:** Verflechtung von seit 2009 vorliegenden Primärdaten aus demoskopischen wie auch Markt-Screening-Datenbanken (jährlich 6.000 Teilnehmer:innen) sowie Verwendung der führenden Milieu- und Lebensweltdatenbanken in Deutschland aus der Konsum- und Werbeindustrie mit jährlich 2.173 Fällen mit Diabetes. Sieh auch: epatient-analytics.com/ueber-uns/



III. Das Produkt

Personalisieren Sie Ihr Report-Paket mit Trainings, Strategien oder Updates



Basic Facts + Intro

- Report-Lieferung als PPT/PDF
- 1 Intro-Webinar (unbefristete Anzahl Teilnehmer:innen)



Facts + Training

- Report-Lieferung als PPT/PDF
- 1 Intro-Webinar + 12 Monate Q&A-Hotline
- Bis zu 2 Webinare pro Jahr für Anwendungs- und Strategieansätze (unbefristete Anzahl Teilnehmer:innen)



Updates + Training

- Report-Lieferung als PPT/PDF
- 1 Intro-Webinar + 12 Monate Q&A-Hotline
- Bis zu 4 Webinare pro Jahr für Anwendungs- und Strategieansätze (unbefristete Teilnehmeranzahl)
- **Report-Updates der Zielgruppen- und Marktentwicklung für 12 Monate**

IV. Kontakt

Kontakt

Kontakt für Bestellungen

Dr. Alexander Schachinger
EPatient Analytics GmbH

kontakt@epatient-analytics.com

Telefon +49 30 805 799 668

EPatient Analytics GmbH

c/o Panorama3000
Kreuzbergstr. 28, 10965 Berlin

Sitz: Berlin, AG Charlottenburg,
HRB 159948 B

Geschäftsführer:
Dr. Alexander Schachinger

IV. Über uns

Digitale Wirksamkeit.

Glaube kann helfen. Daten wirken.

EPatient Analytics liefert **zuverlässig** Daten über Patientenverhalten im **digitalen** Gesundheitsmarkt.

Daten, die Ihnen helfen Patienten zu **verstehen**, diese wirksam zu **aktivieren**, deren Ansprachen **effektiv** vorzubereiten, Entwicklungen **zielgerichtet** zu planen und Fehlentscheidungen **vorzubeugen**.

Kunden und Partner (Auszug)

