

Digital Health-Nutzung in Deutschland: Globale Big Tech- und Plattform-Anbieter bauen weiter Vorreiterrolle aus

[Berlin, 27. Feb. 2024] Die Nutzung von Digital Health-Lösungen in der Bevölkerung schwankt weiterhin unklar in einem fragmentierten Markt. Dennoch zeichnen sich klare Trends ab: Globale Anbieter von Plattformen, Tracking-Lösungen und Consumer Technology gewinnen jährlich einen größeren Anteil am Markt. Laut den neuesten Ergebnissen des EPatient Survey 2024, der umfangreichsten Befragung zur digitalen Gesundheit mit über 6.000 Teilnehmern in Deutschland, werden Plattformen und Lösungen von Big Tech- und Social Media-Konzernen zunehmend für das Konsumieren, Informieren und Tracken von Vitaldaten bevorzugt. Abgesehen vom E-Rezept, stagnieren oder verlieren gleichzeitig nationale E-Health-Lösungen an Marktanteil.

Besonders bemerkenswert ist das solide Wachstum von Tracking-Apps zur Messung von alltäglichen und medizinisch relevanten Vitalwerten. Führende Anbieter in diesem Segment sind Samsung, Apple und Google (mit fitbit). Dies bestätigt den globalen Trend der digitalen Transformation im Fokus Daten und Devices, der auch in Deutschland spürbar ist.

Unter den Smartphone-Nutzern in Deutschland (85% der Bevölkerung) stieg das digitale Tracking-Verhalten von 18% im Jahr 2021 auf 23% im Jahr 2023. Acht von zehn Nutzern setzen dabei auf Lösungen von internationalen Big Tech- oder Consumer Electronics-Anbietern, was bedeutet, dass die vitalen Daten von rund 12 Millionen Deutschen auf Servern in den USA und Südkorea gespeichert sind.

Erstmals wurde ungestützt nach der am häufigsten verwendeten app- oder web-basierten Gesundheitsanwendung gefragt. Auf Basis von 2739 Nennungen, führen dabei globale Big Tech- und Social Media-Plattformen wie Google, YouTube, Apple Health, Samsung, Instagram, Facebook und TikTok mit 45% der Nennungen. Auf Platz 2 befinden sich die Gesundheitsportale deutscher Medienhäuser (24%), gefolgt von Apps und Webseiten von Krankenkassen (14%) sowie Apotheken (11%).

Besonders in der Zielgruppe unter 39 Jahren sind Big Tech-/Social Media-Anbieter und -Plattformen 2,5-mal stärker verbreitet als in der Zielgruppe über 60 Jahre (57% vs. 23%). Ähnlich verhält es sich mit Apps und digitalen Anwendungen von

Apotheken, die von Personen unter 39 Jahren doppelt so häufig genutzt werden wie von Personen über 60 Jahren (12% vs. 6%).

Konkrete Digital Health-Anwendungen wie strukturierte Gesundheitskurse verzeichnen nach einem starken Rückgang nach dem Lockdown eine Stagnation, während die Online-Videosprechstunde leicht von 17% auf 14% zurückgeht. Die Online-Psychotherapie brach weniger stark ein (von 12% auf 11%) und wurde von knapp jedem zweiten Anwender sogar im letzten Monat zuletzt verwendet.

Vier von zehn deutschen Onlinern (90% der Bevölkerung) nutzen zumindest gelegentlich eine App ihrer Krankenkasse oder Krankenversicherung, wobei jüngere Altersgruppen dies häufiger tun als ältere.

Es gibt auch deutliche Bewegungen im Bereich digitaler Versorgungsszenarien, wie beispielsweise im Vertrieb von Patienten-Apps über Arztpraxen. Der Anteil der Personen, die eine App von ihrer Arztpraxis erhalten haben, stieg innerhalb von zwei Jahren von 6% auf 12%. Analysiert man dieses Subsegment genauer wird deutlich: Es handelt es sich dabei eher weniger um digitale Gesundheitsanwendungen (DiGA) nach dem Digitale Versorgung Gesetz sondern mehrheitlich um Apps für das verordnete Medizingerät (bspw. für Blutdruck, Blutzucker u. Ä.) oder Apps im Kontext Medikamenteneinnahme.

Fazit

Die vermehrte Nutzung von Big Tech- und Social Media-Plattformen für Gesundheitsthemen, insbesondere durch jüngere Bevölkerungsschichten, birgt Herausforderungen für eine nachhaltige und national steuerbare Gesundheitskompetenz sowie für datenbasierte Prävention und Therapie. Insbesondere führende Social Media-Plattformen entwickeln sich derzeit zu einem politik- und sachfreien Raum, in dem infotainment-ähnliche Kurzvideos verschiedener Absender neben tendenziell eher extremen Agenda Setting-Akteuren zunehmend dominieren (siehe exempl. in: The Economist: The end of the social network. Ausg.: Feb. 2024).

Prof. Dr. Klaus Hurrelmann von der Hertie School in Berlin kommentiert: "Der EPatient Survey zeigt besorgniserregende Ergebnisse: Durch die Verzögerung der digitalen Transformation im deutschen Gesundheitssystem setzen sich internationale Internetkonzerne mit ihrem werbe- und datengetriebenen Angebot immer weiter

durch, was die Qualität der Kommunikation über Gesundheit und Krankheit massiv beeinträchtigt."

Dr. Alexander Schachinger, Leiter der Studie EPatient Survey, fasst zusammen:
„Bislang bleibt einer der deutlichsten globalen und nationalen Digital Health-Innovationspfade, der auf datenbasierter Prävention sowohl für individuelle als auch kollektive Ansätze basiert, den globalen Big Tech-Playern vorbehalten.“

Methodik

Der EPatient Survey rekrutiert seit 2010 jährlich im Schnitt 6.000 Teilnehmer aus dem führenden Kantar-Konsumentenpanel in Deutschland. Die Rekrutierungsquote entspricht dabei der Sozial-, Bildungs- und Regionalstruktur der deutschen Online-Bevölkerung (90%).

Über das Unternehmen

Die EPatient Analytics GmbH ist ein Analytik- und Beratungsunternehmen mit Fokus auf dem digitalen Gesundheitsmarkt. Kunden und Partner sind Unternehmen aus der Gesundheitswirtschaft, Forschungsinstitute, Ministerien und Verbände.

Kontakt für Medien und Interessenten:

Tel.: +49 30 8057 996 68

kontakt@epatient-analytics.com

Website: www.epatient-analytics.com