

## ePatients: Alles andere als geduldig

20.11.2014, 18:28 | Gesundheit & Medizin

Pressemitteilung von: *DocCheck AG*

---

### Warum Patienten das Internet nutzen

Kleines e, große Wirkung: Der vernetzte Patient geht heute oftmals erst ins Internet und dann zum Arzt. Dies kann eine Entlastung sein, kann die Mediziner aber auch gehörig unter Druck setzen. DocCheck und antwerpes haben in einer Studie bei sogenannten ePatients nachgehört, wie ihnen das Internet am besten nutzt.

800 Patienten zwischen 20 und 80 Jahren aus unterschiedlichen Indikationsgebieten, die sich zumindest ab und zu im Internet über Krankheiten informieren, nahmen insgesamt an der Studie teil. Kern der Studie war die Frage, wonach die Patienten im Internet suchen – und wie. Ganz oben auf der Recherche-Liste steht bei zwei Dritteln der Befragten die Krankheit an sich (Ursachen, Verlauf und Folgen), gefolgt von der Suche nach Therapieoptionen. Mehr als die Hälfte interessiert zudem, wie es anderen Betroffenen ergeht, und lesen deren Erfahrungsberichte. Etwas wissenschaftlicher mag es ein Drittel der Patienten, das sich gezielt nach medizinischen Studien umschaute. Auch die Arztsuche läuft in vielen Fällen online: So gibt ein Viertel der Befragten an, gezielt nach Ärzten und Kliniken mit entsprechendem Fachbereich zu suchen. Besonders interessant scheint dabei für die Patienten zu sein, wie die Kritik bei Arztempfehlungsportalen ausfällt.

Das Vertrauen in die auffindbaren Informationen im Internet hängt stark von der Quelle ab. Drei Viertel der Befragten vertrauen medizinischer Fachliteratur (Rang eins). Auf Rang zwei bis vier folgen Internetseiten von Krankenkassen (59 Prozent), Online-Lexika (56 Prozent) sowie Internetseiten von Ärzten (50 Prozent). Nur jeder Fünfte hat Vertrauen in die Informationen von Pharma-Websites (Rang neun). Generell stoßen Vertrauen schaffende Maßnahmen auf großes Interesse. So wünschen sich 79 Prozent der Befragten unabhängige Qualitäts-Checks für die jeweiligen Informationen, jeder Zweite wurde ein qualifizierendes Prüfsiegel begrüßen.

Aus den Daten der teilnehmenden Patienten schälten sich vier bestimmte Nutzertypen heraus: Captain Digital ist Anführer der ePatients, Wortführer in Foren und Blogs und im Netz stets aktiv um das Wohl anderer bemüht. Dr. Know meldet sich etwas seltener, dafür aber umso gewichtiger zu Wort. Der Falke ist viel unterwegs, allerdings mehr als stiller Wissensjäger im Hintergrund. Lady Invisible kommt nur zu besonderen Anlässen vorbei und hält sich dabei diskret im Hintergrund.

Erster Anlaufpunkt für die Recherche der Patienten sind in der Regel Suchmaschinen wie Google und Yahoo, so gaben 78 Prozent der Patienten an, dass Suchmaschinen zu ihren Quellen gehören. Weitere 50 Prozent nutzen spezielle Gesundheitsseiten, knapp über 40 Prozent Online-Lexika wie Wikipedia oder das DocCheck Flexikon. Foren sind als Informationsquelle immerhin für jeden Dritten von Bedeutung.

In der Präsentation zur Studie sind verschiedene Indikationsgebiete einander gegenüber gestellt. Die vollständigen Ergebnisse erhalten Sie unter [www.load.doccheck.com](http://www.load.doccheck.com). Auskunft dazu gibt Anja Wenke unter 0221 92053-512 oder [anja.wenke@doccheck.com](mailto:anja.wenke@doccheck.com). Christian Reimann berät zum Thema Marketing unter 0221 92053-358 oder [christian.reimann@antwerpes.de](mailto:christian.reimann@antwerpes.de).

## Portrait

DocCheck – das Social Medwork Netzwerken für eine bessere Medizin: Durch einfachen Zugriff auf medizinisches Wissen und direkten fachlichen Austausch in der Community hilft DocCheck Gesundheitsdienstleistern, ihr Know-how zu vertiefen und ihre tägliche Arbeit zu verbessern.

Über 1.000.000 registrierte Nutzer „medworken“ bereits mit. Damit ist DocCheck die mitgliederstärkste Community für medizinische Fachberufe in Europa. Nahezu jeder zweite Arzt oder Apotheker in Deutschland ist DocCheck Nutzer.

Zu den wichtigsten Geschäftsmodellen von DocCheck zählen Social Media Marketing, Direktmarketing, Marktforschung und Co-Creation. Eine stetig wachsende Anzahl von Pharma- und Medizintechnikfirmen nutzt die Möglichkeit, Zielgruppen ohne Streuverluste anzusprechen.

---

News-ID: 827359 • Views: 130 (Stand: 05.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/827359/ePatients-Aller-andere-als-geduldig.html>