DIVSI
Deutsches Institut
für Vertrauen und
Sicherheit im Internet

Beteiligungslandkarte Deutschland

Teil 1: Online-Beteiligung in Gesundheitsfragen

BETEILIGUNG IM INTERNET
www.divsi.de

Beteiligungslandkarte Deutschland

Teil 1: Online-Beteiligung in Gesundheitsfragen

Online-Befragung der Universität Leipzig
im Rahmen des DIVSI-Forschungsprogramms
„Beteiligung im Internet“

UNIVERSITÄT LEIPZIG

DIVSI
Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet

Hamburg, Dezember 2017

IMPRESSUM

Deutsches Institut
für Vertrauen und Sicherheit
im Internet (DIVSI)
Mittelweg 110 B, 20149 Hamburg
Matthias Kammer, Direktor

Projektleitung DIVSI: Meike Otternberg
Projektleitung Universität Leipzig: Professor Dr. Christian Pieter Hoffmann

© 2017 Deutsches Institut
für Vertrauen und Sicherheit
im Internet (DIVSI)

DIVSI ist eine gemeinnützige Initiative der Deutsche Post AG, gegründet im Jahr 2011.

DIVSI®
DIVSI Internet-Milieus®
sind *eingetragene Markenzeichen* von Deutsche Post gemeinnützige Gesellschaft für sichere und vertrauliche Kommunikation im Internet mbH, 53113 Bonn.

Erschienen: 1. Auflage, Dezember 2017
Covergrafik: ElenVD/Shutterstock

Inhaltsverzeichnis

Die Beteiligungslandkarte Deutschland 6

Beteiligung in Gesundheitsfragen 7

Überblick und zentrale Erkenntnisse 8

1. Online Medikamente bestellen 11

2. Online Ärzte bewerten 14

3. Hilfe zur Selbsthilfe 17

4. Digitale Selbstvermessung 20

5. Digitale Rundumversorger 23

Über die Erhebung – Methodik 26

DIVSI Studien im Überblick 28

Die Beteiligungslandkarte Deutschland

Das **DIVSI-Forschungsprogramm „Beteiligung im Internet“** untersucht die Chancen und Herausforderungen, die Voraussetzungen und Folgen der partizipativen Internetnutzung in Deutschland. Dem Programm liegt ein breites Verständnis der „Beteiligung im Internet“ zugrunde – sie umfasst unterschiedliche Formen der bewussten und gezielten Nutzung digitaler Plattformen für die Verfolgung individueller und gemeinschaftlicher Interessen.

In einem ersten Schritt des Forschungsprogramms wurde die nationale und internationale Literatur zur „Beteiligung im Internet“ analysiert, um herauszufinden, in welchen Bereichen oder Kontexten partizipative Internetnutzung untersucht wird. Es zeigte sich, dass die Forschung vor allem politische Beteiligung im Netz untersucht, Beteiligung aber auch in den Bereichen Gesundheit, Bildung, Wirtschaft oder Kultur vorkommt (→„DIVSI-Studie zu Bereichen und Formen der Beteiligung im Internet“).

In einem zweiten Schritt wurden, basierend auf den DIVSI Internet-Milieus, Internetnutzer und auch -nichtnutzer in Deutschland qualitativ befragt, was sie unter „Beteiligung im Internet“ verstehen. Dabei wurde deutlich, dass das Verständnis der Menschen von Beteiligung im Internet im Alltag sehr breit ist. Neben verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen der Beteiligung umfasst sie auch sehr unterschiedliche Intensitäten (vom reinen „Online-Sein“ bis zur Organisation politischer Proteste). Beteiligung im Internet kann freiwillig erfolgen und unfreiwillig, sie kann positive und negative Folgen haben. Und: Beteiligung im Internet ist in unterschiedlichen Milieus verschieden stark ausgeprägt und auf unterschiedliche Zwecke ausgerichtet (→„DIVSI Studie Beteiligung im Internet – Wer beteiligt sich wie?“).

In einem dritten Schritt des Forschungsprogramms wird Beteiligung im Internet in Deutschland quantitativ erhoben. Eine zentrale Frage dabei ist: Welche Bereiche sind prägend für die Beteiligung der Nutzer im Internet, welche spielen eine untergeordnete Rolle? Wie bedeutend sind diese Bereiche also im Vergleich zueinander? Wenn sich die Nutzer im Internet beteiligen, wo tun sie es am ehesten? Wo findet also am meisten Beteiligung statt, wo am wenigsten? Es erfolgt eine nähere Betrachtung der Voraussetzungen (Treiber und Hürden) und auch der Wirkungen einer partizipativen Nutzung des Internets auf das Wohlbefinden der Nutzer sowie auf Vertrauen, auf soziale und ökonomische Inklusion (Empowerment).

Zunächst ist dabei die Frage zu beantworten, wie vielfältig und geläufig Beteiligung im Internet im Lebensalltag der Menschen ist. Zu diesem Zweck soll der Versuch unternommen werden, eine „Landkarte“ zu zeichnen: Welche partizipativen Aktivitäten prägen etwa die Bereiche Gesundheit, Bildung, Wirtschaft oder Kultur? Die „Landkarten“ sollen die Vielzahl und Verbreitung partizipativer Nutzungsformen in den unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen näher beleuchten.

Beteiligung in Gesundheitsfragen

Die folgenden Seiten geben einen Überblick über in Deutschland geläufige partizipative Formen der Internetnutzung, die dem Zweck dienen, die Gesundheit zu pflegen oder auch Krankheiten zu überwinden.

Nutzungsformen im Bereich der Gesundheit umfassen diverse Informationsaktivitäten, aber auch konsultative Tätigkeiten, wie das Vergeben von Bewertungen oder Ratings. Partizipation erfolgt auch über Online-Diskussionen zu Gesundheitsfragen, den Austausch in Foren oder Sozialen Netzwerken, das Aufzeichnen und Teilen von Gesundheitsdaten, die Interaktion mit Ärzten oder Krankenkassen sowie nicht zuletzt über die Nutzung von Fitness-Apps und -Videos. So bietet dieser Bericht einerseits einen breiten Überblick über unterschiedliche Elemente und Aspekte der Beteiligung im Internet in Gesundheitsfragen, andererseits werden einige besonders interessierende Aspekte hervorgehoben und vertieft beleuchtet.

Der Bericht basiert auf einer Online-Befragung von 1.115 Internetnutzerinnen und -nutzern in Deutschland ab 16 Jahre. Die Stichprobe ist nach Alter, Bildung, Geschlecht, Erwerbsstatus, Einkommen und Wohnort bevölkerungsäquivalent strukturiert.

Überblick und zentrale Erkenntnisse

- Im Gesundheitsbereich ist vor allem die Suche nach Informationen weit verbreitet. 70–80 Prozent der Internetnutzer suchen im Netz nach Informationen zu Krankheitsbildern, Behandlungsmöglichkeiten, Gesundheitstipps, nach Ärzten, Krankenhäusern oder Medikamenten. Etwa ein Drittel informiert sich regelmäßig, mindestens einmal im Monat. **Unter den 10 häufigsten Online-Aktivitäten zu Gesundheitsthemen finden sich allein 7 Formen der Suche nach gesundheitsbezogenen Informationen** (s. Abbildung 1).

- Über die Informationssuche hinaus ergreifen viele auch die Möglichkeiten des Internets, um sich zu gesundheitlichen Fragen mitzuteilen und auszutauschen. **Knapp ein Fünftel der Internetnutzer haben schon mal anderen Gesundheitstipps gegeben. Rund ein Viertel schon einmal Ärzte online bewertet.**

- Weit verbreitet ist das Beziehen von Medikamenten über das Internet. **61 Prozent der Internetnutzer haben schon online Medikamente bestellt.**

- Regen Zuspruch findet die Fitnesspflege mit digitaler Unterstützung. Ein Viertel der Internetnutzer haben mithilfe von Internet-Fitnessvideos trainiert. **Ebenfalls knapp ein Viertel hat schon eine Fitness- oder Trainings-App genutzt, 13 Prozent nutzen diese Möglichkeit regelmäßig.**

- Ein noch relativ neues Phänomen ist die digitale Selbstvermessung, beispielsweise mithilfe von **Apps und Wearables: 17 Prozent der deutschen Internetnutzer haben schon mithilfe solcher Dienste persönliche Daten gesammelt**, wie etwa den Kalorienverbrauch, die Anzahl Schritte, Schlafrhythmen oder den Puls. 8 Prozent teilten diese Daten auch online mit anderen, etwa in Sozialen Netzwerken.

Über alle untersuchten Formen der Online-Beteiligung in Gesundheitsfragen hinweg lässt sich feststellen, dass partizipative Internetnutzung mit steigendem Alter abnimmt, mit steigender Bildung und steigendem Einkommen dagegen zunimmt. Frauen beteiligen sich zudem insgesamt etwas häufiger als Männer.

Diese Tendenzaussagen werden jedoch relativiert, wenn einzelne Aspekte der Beteiligung in Gesundheitsfragen betrachtet werden. Zu diesem Zweck werden in diesem Bericht fünf Aspekte vertieft beleuchtet:

1. Online Medikamente bestellen

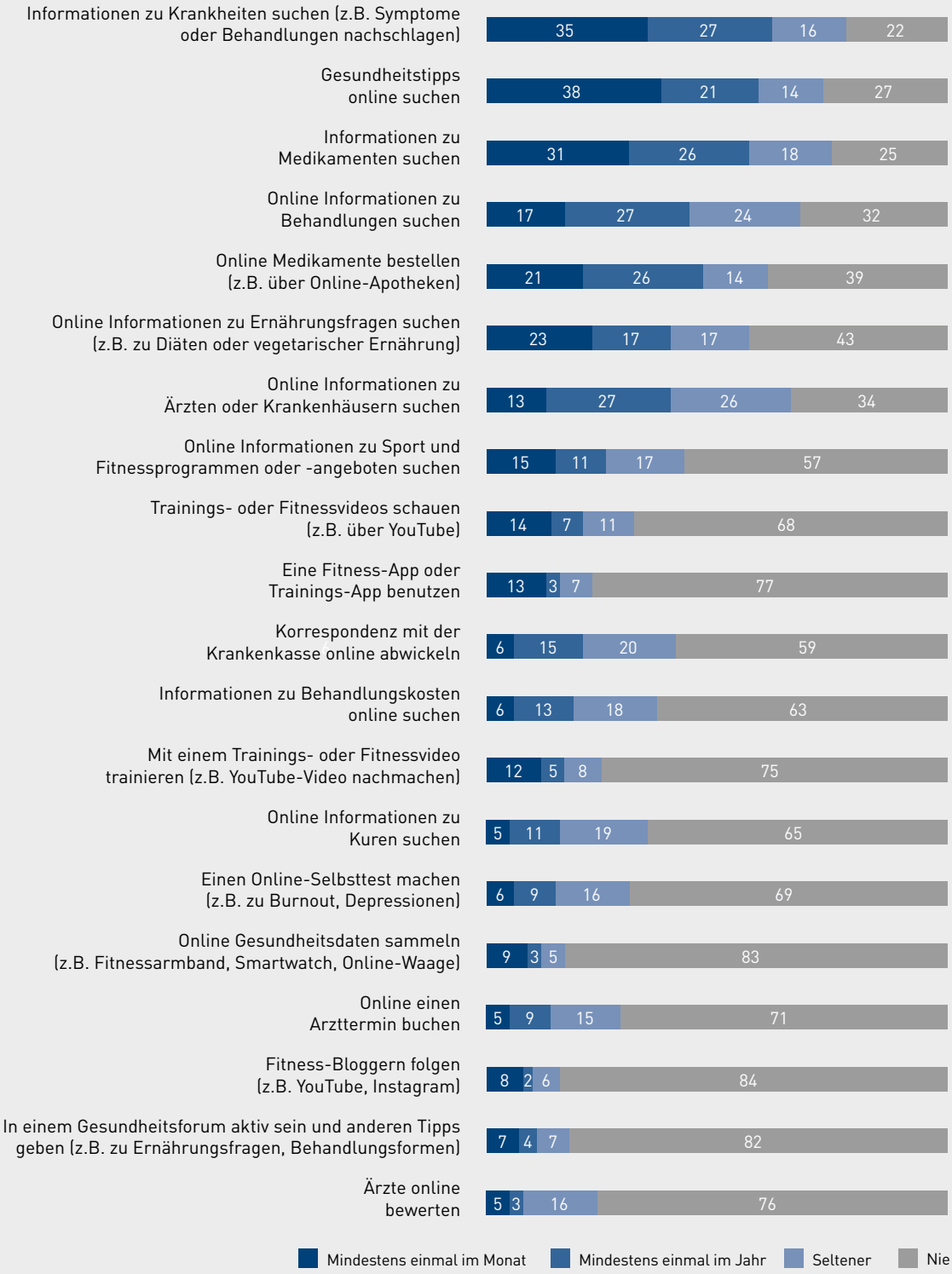
61 Prozent der Befragten haben schon im Internet Medikamente bestellt, Frauen (63 Prozent) sind dabei etwas aktiver als Männer (59 Prozent). 21 Prozent der Internetnutzer bestellen mindestens einmal im Monat online Medikamente. **Besonders verbreitet ist diese Aktivität unter den 30- bis 39-Jährigen (72 Prozent) und auch unter den 60- bis 69-Jährigen (67 Prozent).** Die Urbanität der Wohngegend spielt hingegen keine erkennbare Rolle – Medikamente im Internet zu bestellen, ist in der Stadt (61 Prozent) nahezu gleich verbreitet wie auf dem Land (60 Prozent).

2. Online Ärzte bewerten

Von der Möglichkeit, Ärzte online zu bewerten, macht über alle Altersgruppen hinweg knapp ein Viertel der Internetnutzer (24 Prozent) Gebrauch, davon 5 Prozent mindestens einmal im Monat, 2 Prozent sogar einmal pro Woche. Es lassen sich dabei keine Geschlechterunterschiede feststellen. **Weit verbreitet ist die Online-Bewertung von Ärzten vor allem unter Internetnutzern im Alter zwischen 30 und 39 Jahren (38 Prozent) – sowie den Höhergebildeten.** Unter Promovierten geben 8 Prozent an, jeden Monat Ärzte zu bewerten.

Abbildung 1: Die 20 häufigsten Internetaktivitäten im Bereich Gesundheit

(n = 918); Angaben in Prozent



3. Hilfe zur Selbsthilfe in Online-Foren

Das Internet eröffnet die Möglichkeit, in Foren oder Online-Gruppen mit anderen Krankheitserfahrungen zu teilen sowie Behandlungstipps zu geben. Unter den deutschen Internetnutzern ist dabei das Aussprechen von Tipps (18 Prozent) etwas weiter verbreitet als das Teilen von eigenen Krankheitserfahrungen (13 Prozent). **Männer (15 Prozent) sind in der Tendenz eher bereit als Frauen (12 Prozent), online ihre Erfahrungen zu beschreiben. Betrachtet man aber nur jene Internetnutzer, die mindestens wöchentlich in Online-Foren Tipps geben, liegen Frauen (3 Prozent) wiederum geringfügig vor den Männern (2 Prozent).** 30- bis 39-Jährige bieten am häufigsten Gesundheitstipps im Netz an (33 Prozent), aber auch 14 Prozent der über 80-jährigen Internetnutzer haben anderen schon online Ratschläge erteilt.

4. Digitale Selbstvermessung

Die **digitale Selbstvermessung entpuppt sich bei genauer Betrachtung als eine Art Lifestyle-Phänomen der urbanen Oberschichten**. Sie nimmt bis zur Altersgruppe der 30- bis 39-Jährigen zu (34 Prozent), danach sukzessive ab. Akademiker sind hier besonders aktiv. Unter jenen mit einer Promotion haben 25 Prozent schon Gesundheitsdaten gesammelt, immerhin 13 Prozent haben diese Daten auch online geteilt. In Großstädten sammeln 20 Prozent eigene Daten (gegenüber 17 Prozent im Bundesdurchschnitt). Diese Aktivität nimmt mit steigendem Einkommen zu. 24 Prozent der Internetnutzer aus Haushalten mit einem Nettoeinkommen von über 4.000 EUR sammeln Gesundheitsdaten, aber nur 15 Prozent jener mit einem Einkommen unter 1.000 EUR.

5. Digitale Rundumversorger

Zuletzt interessierte schließlich, ob ein Teil der Bevölkerung besonders intensiv seine gesundheitliche Versorgung digital abwickelt. 5 Prozent der Internetnutzer haben tatsächlich bereits online Gesundheits-Selbsttests gemacht, im Netz einen Arzt konsultiert, an einer Online-Therapie teilgenommen, im Internet Medikamente bestellt und auch die Korrespondenz mit der Krankenkasse online abgewickelt. Diese in Gesundheitsfragen online besonders intensiv Beteiligten können als „digitale Rundumversorger" bezeichnet werden. **Verglichen mit der Gesamtbevölkerung ist diese Nutzergruppe tendenziell männlich (69 Prozent), zwischen 20 und 39 Jahre alt (49 Prozent), einkommensstark** (8 Prozent verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen von über 4.000 EUR, im Vergleich zu 3 Prozent der Bevölkerung) **und hoch gebildet (Akademikeranteil von 44 Prozent).**

Welche Motive Internetnutzer in Deutschland antreiben, einen hohen Grad der Online-Beteiligung in Gesundheitsfragen zu praktizieren, welche Sorgen sie davon abhalten, Fitnessdaten im Netz zu teilen, oder welche Auswirkungen es auf das Wohlbefinden hat, in Foren oder Gruppen Gesundheitsfragen zu diskutieren, diese und weitere Fragen wird eine nächste Studie des DIVSI-Forschungsprogramms „Beteiligung im Internet" beantworten.

1. Online Medikamente bestellen

Das Bestellen von Medikamenten im Internet wird immer wieder in öffentlichen Debatten problematisiert, für die Internetnutzer in Deutschland gehört es aber fast schon zum Alltag. 61 Prozent haben bereits online Medikamente bestellt, 26 Prozent geben an, mindestens einmal im Jahr im Internet Medikamente zu kaufen, 18 Prozent mindestens einmal im Monat, und 3 Prozent bestellen sogar mindestens einmal pro Woche Medikamente im Netz.

Beim Blick auf die Häufigkeit der Online-Bestellungen von Medikamenten nach Geschlechterunterschieden fällt auf, dass weibliche Internetnutzer hier etwas aktiver sind als Männer. Während etwa 63 Prozent der Frauen schon Medikamente im Internet bestellt haben, sind es bei Männern 59 Prozent. Zudem bestellen 22 Prozent der Frauen mindestens einmal im Monat Medikamente im Internet, dagegen 19 Prozent der Männer.

Abbildung 2: Häufigkeit der Bestellung

(n = 906); Angaben in Prozent

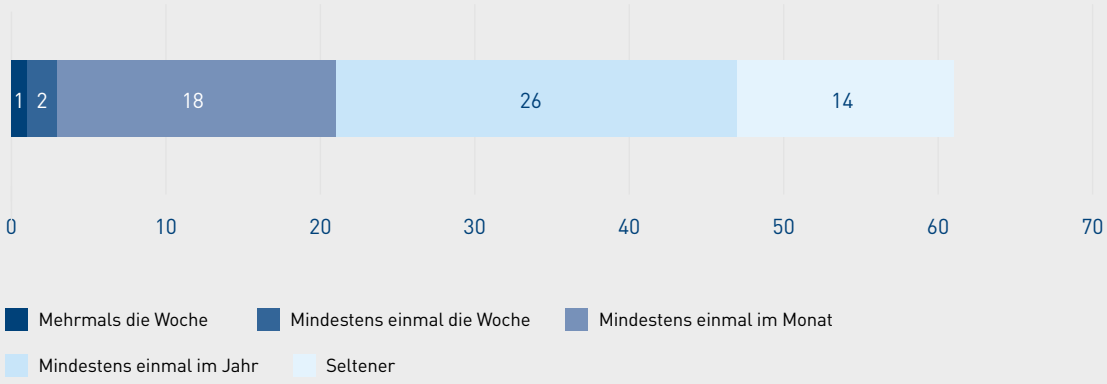


Abbildung 3: Häufigkeit der Bestellung nach Geschlecht

(n = 906); Angaben in Prozent

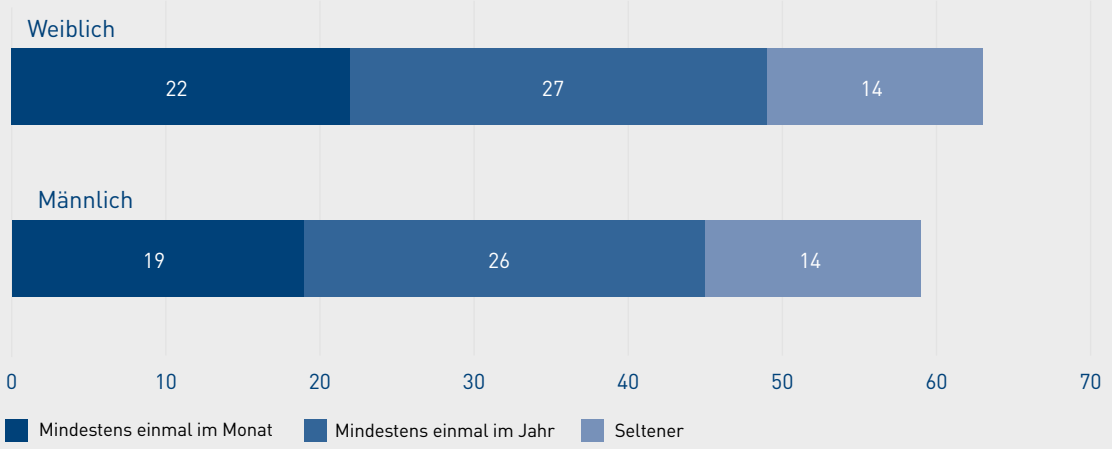
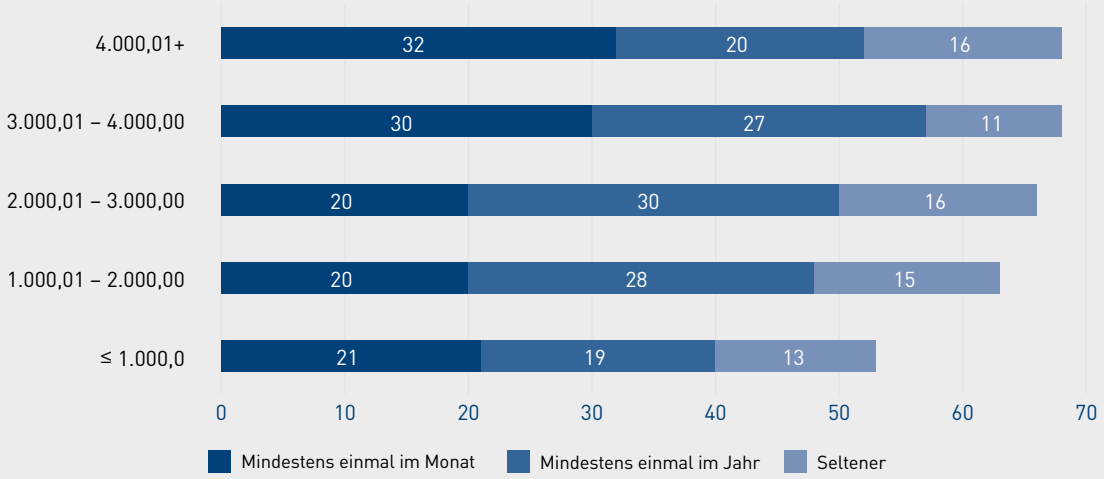


Abbildung 4: Häufigkeit der Bestellung nach monatlichem Haushaltsnettoeinkommen

(n = 906); Angaben in Prozent



Wie oft Menschen Medikamente im Internet bestellen, wird auch von ihrer finanziellen Situation beeinflusst: Je höher das monatliche Haushaltsnettoeinkommen ist, desto häufiger werden Medikamente online bestellt. Am häufigsten ist dies mit 68 Prozent in den Einkommensgruppen zwischen 3.000 und 4.000 Euro und über 4.000 Euro der Fall. In der Einkommensgruppe unter 1.000 Euro haben demgegenüber nicht nur insgesamt weniger Menschen überhaupt einmal Medikamente online bestellt (53 Prozent); sie machen es im Vergleich auch seltener.

Wenngleich Jüngere im Allgemeinen das Internet intensiver nutzen als Ältere[1], zeigt das Alter keinen eindeutigen Effekt auf das Bestellen von Medikamenten im Netz. Auch unter den Internetnutzern über 80 Jahre hat mit 54 Prozent über die Hälfte schon mindestens einmal Medikamente online bestellt, 24 Prozent sogar mindestens einmal im Monat. Besonders aktiv sind 30- bis 39-Jährige (72 Prozent) sowie 60- bis 69-Jährige (67 Prozent).

Gerade das häufige Bestellen von Medikamenten im Internet nimmt mit steigendem Alter zu. Nur 9 Prozent der unter 19-Jährigen gegenüber 28 Prozent der 70- bis 79-Jährigen beziehen mindestens monatlich Medikamente online.

Es zeigt sich kein nennenswerter Stadt-Land-Unterschied: Am weitesten verbreitet ist das Online-Bestellen von Medikamenten in Kleinstädten (64 Prozent), etwas seltener kommt es unter Dorfbewohnern vor (60 Prozent), etwa so häufig wie in Großstädten (61 Prozent).

1 „Die potenziellen Vorteile des Internets werden mehr von den jüngeren als den älteren Befragten für persönlich relevant eingeschätzt. Dies zeigt nochmals, dass das Internet gerade für die nachwachsenden Generationen nicht mehr wegzudenken ist. Besonders groß sind die Unterschiede zwischen Jüngeren und Älteren bei der Bedeutung von Kommunikation und Interaktion im Netz – auch wenn die älteren Generationen hier [...] aktiver geworden sind." DIVSI Internet-Milieus 2016: Die digitalisierte Gesellschaft in Bewegung, Hamburg: DIVSI, S. 22.

Abbildung 5: Häufigkeit der Bestellung nach Alter

(n = 906); Angaben in Prozent

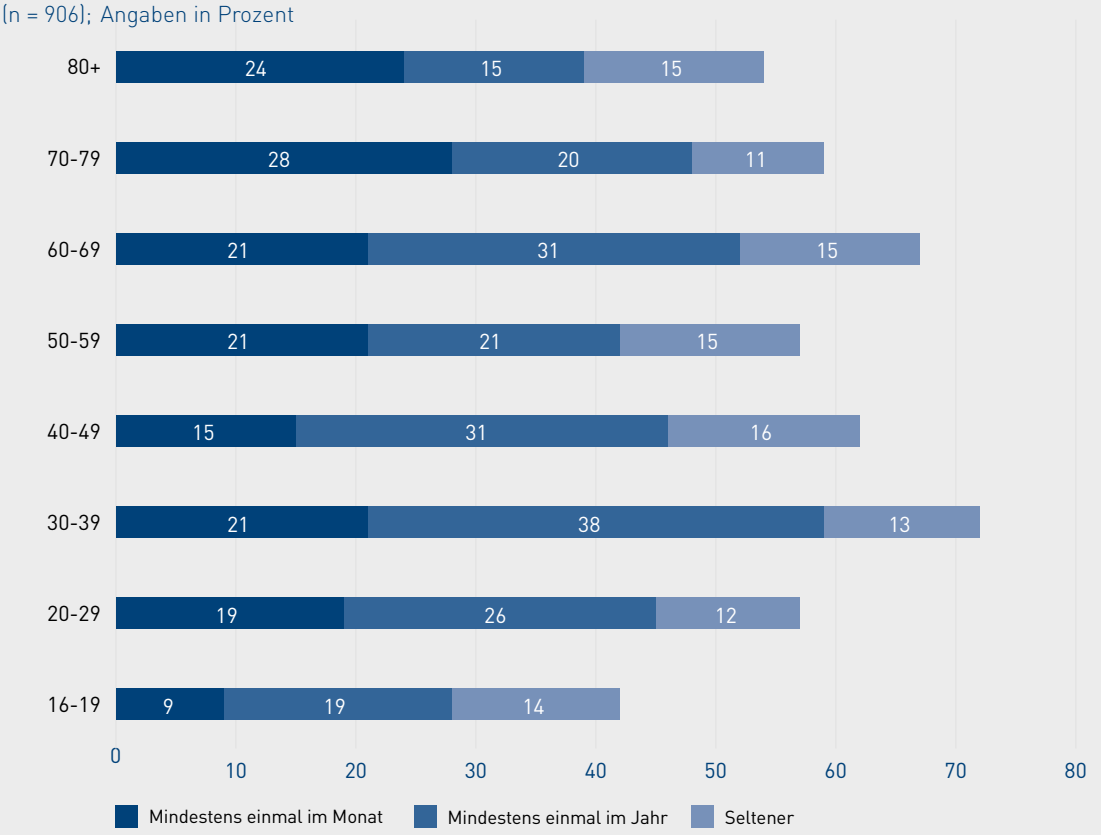
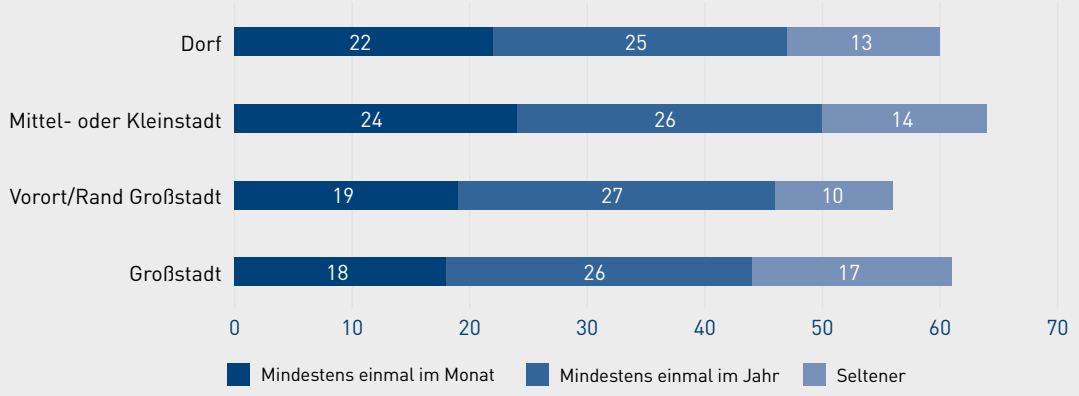


Abbildung 6: Häufigkeit der Bestellung nach Urbanität

(n = 906); Angaben in Prozent



2. Online Ärzte bewerten

Beteiligung im Internet wird in der Forschungsliteratur häufig mit einem „Empowerment"-Effekt verbunden: Internetnutzer erhalten neue Mitsprachemöglichkeiten, indem sie sich online zu Wort melden, Dinge kommentieren oder bewerten. Verschiedene gesellschaftliche Institutionen werden so herausgefordert – Medien, Politiker, Wissenschaftler und auch Ärzte. Auf

Abbildung 7: Häufigkeit der Bewertung

(n = 918); Angaben in Prozent

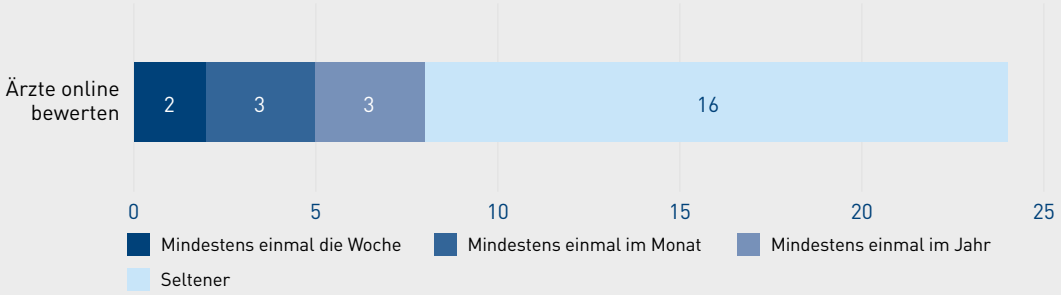


Abbildung 8: Häufigkeit der Bewertung nach Alter

(n = 918); Angaben in Prozent

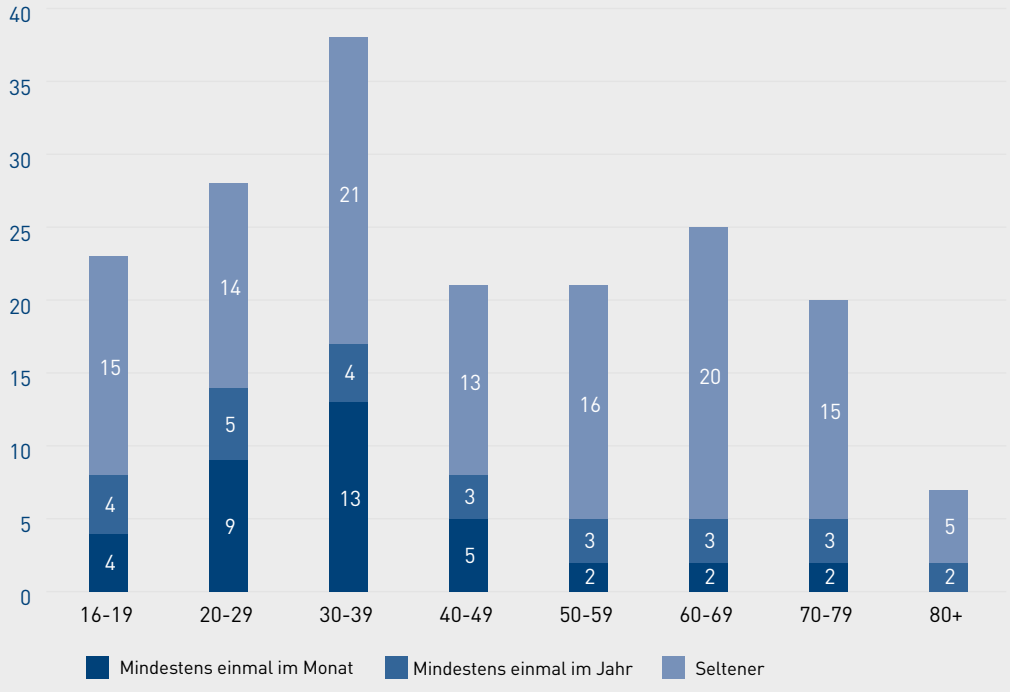
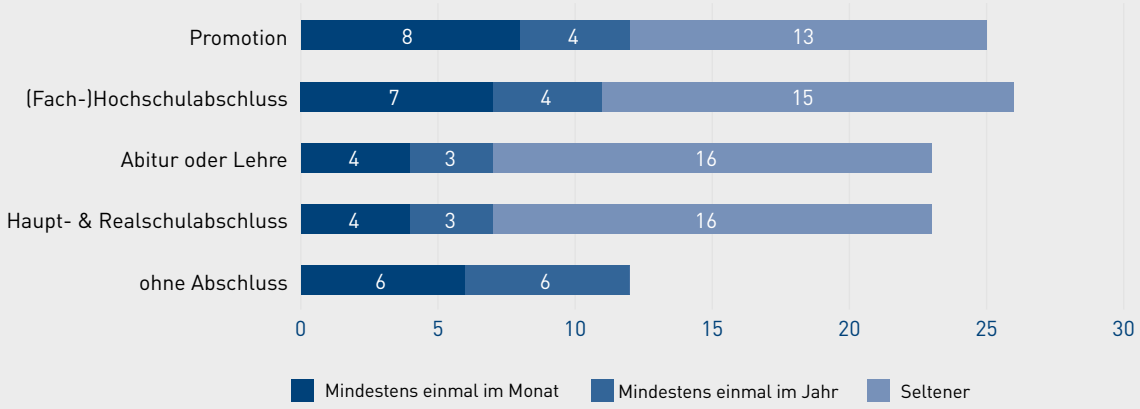


Abbildung 9: Häufigkeit der Bewertung nach Bildung

(n = 918); Angaben in Prozent



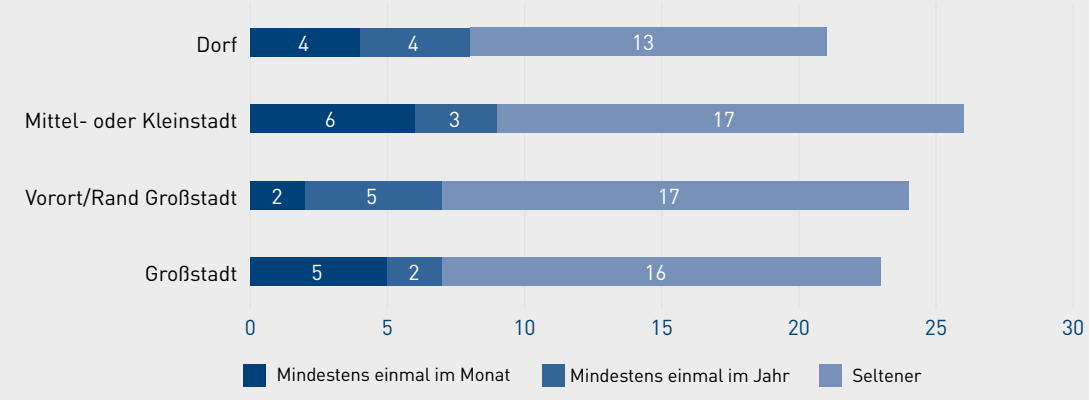
Online-Plattformen können Patienten bewerten, wie zufrieden sie mit ihrer Behandlung durch einen Arzt oder eine Ärztin waren. Unter den Internetnutzern haben 24 Prozent schon einmal Ärzte online bewertet, 5 Prozent sind diesbezüglich regelmäßig mindestens einmal im Monat aktiv, 2 Prozent sogar wöchentlich.

Im Falle der Bewertung von Ärzten im Netz finden sich keine Geschlechterunterschiede. Jeweils etwa 24 Prozent der Frauen und Männer haben schon mal einen Arzt oder eine Ärztin online bewertet.

Eine größere Rolle spielt dagegen das Alter: Besonders verbreitet ist das Bewerten von Ärzten im Netz unter den 30- bis 39-jährigen Internetnutzern. Hier haben 38 Prozent schon mindestens einmal eine Bewertung hinterlassen. Auch der Anteil der diesbezüglich regelmäßig Aktiven ist hier hoch: 13 Prozent hinterlassen mindestens einmal im Monat eine Bewertung. Diesem

Abbildung 10: Häufigkeit der Bewertung nach Urbanität

(n = 918); Angaben in Prozent



Ergebnis entspricht, dass das Bewerten von Ärzten unter Berufstätigen relativ stark ausgeprägt ist (26 Prozent). Von den unter 30-Jährigen haben etwa ein Viertel der Befragten Ärzte bereits online bewertet. Bei den über 80-Jährigen finden sich mit 7 Prozent nur wenige, die einen Arzt online bewerten.

Der Bildungshintergrund spielt bei der Bereitschaft zur Bewertung von Ärzten im Internet ebenfalls eine Rolle. In der Tendenz gilt: Je höher der Bildungsabschluss, desto regelmäßiger wird bewertet. Unter Promovierten geben 8 Prozent an, monatlich Ärzte zu bewerten. Unter jenen ohne Bildungsabschluss sind es 6 Prozent – wobei in dieser Gruppe auch Schüler stark vertreten sind.

Relativ verbreitet ist die Online-Bewertung von Ärzten unter Bewohnern kleinerer und mittlerer Städte. 27 Prozent der Internetnutzer solcher Städte geben an, mindestens schon einmal Ärzte bewertet zu haben, und damit etwas häufiger als Bewohner von Großstädten (23 Prozent).

3. Hilfe zur Selbsthilfe

Das Internet wird heute rege für die Suche nach Gesundheitsinformationen oder Behandlungsoptionen verwendet. Doch über die Informationssuche hinaus nutzen viele auch die sich dadurch bietenden Möglichkeiten, sich zu gesundheitlichen Fragen mitzuteilen und auszutauschen. Unter Ärzten einen durchaus streitbaren Ruf haben dabei Gesundheitsforen, in denen Laien sich gegenseitig Behandlungstipps geben. Studien zeigen andererseits, dass das Erzählen einer Krankheitsgeschichte im Internet und der Austausch von Empfehlungen Individuen dabei helfen können, ihre Erkrankungen besser zu akzeptieren und schneller zu verarbeiten.[2]

Abbildung 11: Nutzung von Gesundheitsforen

(n = 908); Angaben in Prozent

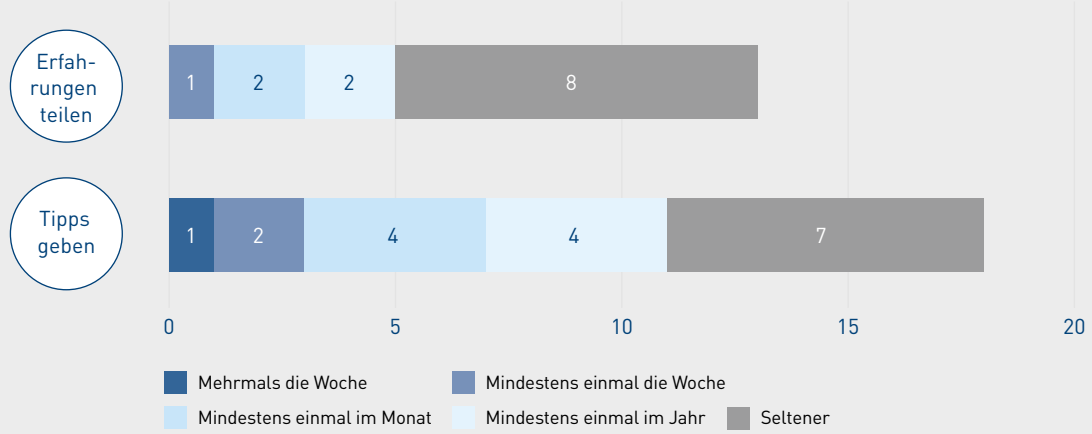
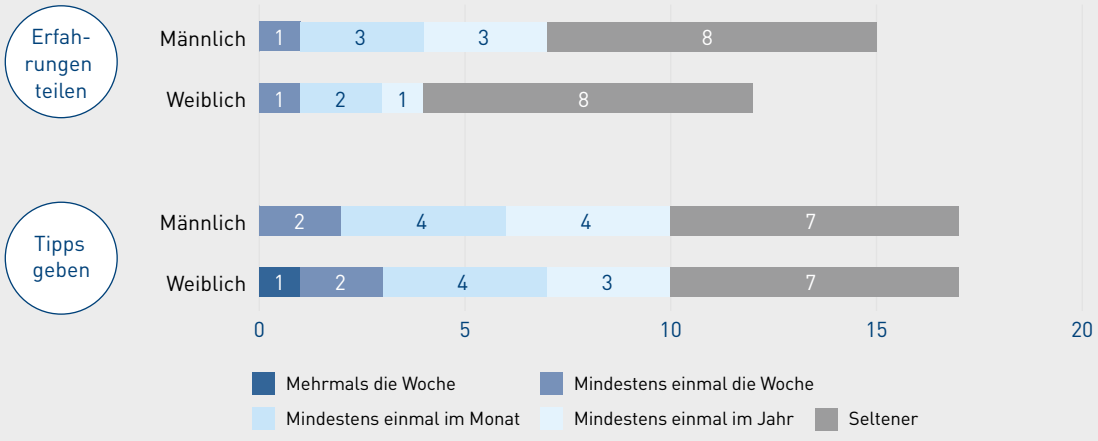


Abbildung 12: Nutzung von Gesundheitsforen nach Geschlecht

(n = 908); Angaben in Prozent



2 Siehe DIVSI (2014). DIVSI Studie zu Bereichen und Formen der Beteiligung im Internet. Hamburg: DIVSI

Unter den Internetnutzern in Deutschland ist das Aussprechen von Tipps weiter verbreitet als das Teilen von eigenen Krankheitserfahrungen in Foren oder Gruppen. 18 Prozent haben schon mal anderen Gesundheitstipps gegeben, 13 Prozent im Internet ihre eigene Krankheitserfahrung geteilt.

Männer neigen etwas stärker dazu, sich im Internet über ihre Krankheitserfahrungen auszutauschen, als Frauen – dies, obwohl über alle erhobenen Aktivitäten hinweg die Online-Beteiligung in Gesundheitsfragen eher ein weibliches Phänomen ist. 18 Prozent der Männer wie auch der Frauen haben schon im Netz Gesundheitstipps geteilt. Hingegen haben 15 Prozent der Männer, aber nur 12 Prozent der Frauen schon Krankheitserfahrungen online berichtet. Es zeigen sich dabei Unterschiede im Detail: Betrachtet man nur jene Internetnutzer, die mindestens einmal die Woche in Gesundheitsforen aktiv sind, liegen Frauen gleichauf oder sind sogar etwas aktiver als Männer; beim Teilen persönlicher Erfahrung sind es bei beiden Geschlechtern 1 Prozent, beim Aussprechen von Tipps liegen Frauen mit 3 Prozent leicht vor den Männern (2 Prozent).

Bezüglich der Aktivität von Internetnutzern in Gesundheitsforen zeigen sich auch Unterschiede entlang der Altersstruktur. Das Teilen eigener Erfahrungen nimmt zu bis zur Alterskohorte zwischen 30 und 39 Jahren (28 Prozent) und nimmt dann beständig ab. Etwas anders ist dies beim Aussprechen von Gesundheitstipps – hier haben zwar ebenfalls die 30- bis 39-Jährigen die Nase

Abbildung 13: Nutzung von Gesundheitsforen nach Alter

(n = 908); Angaben in Prozent

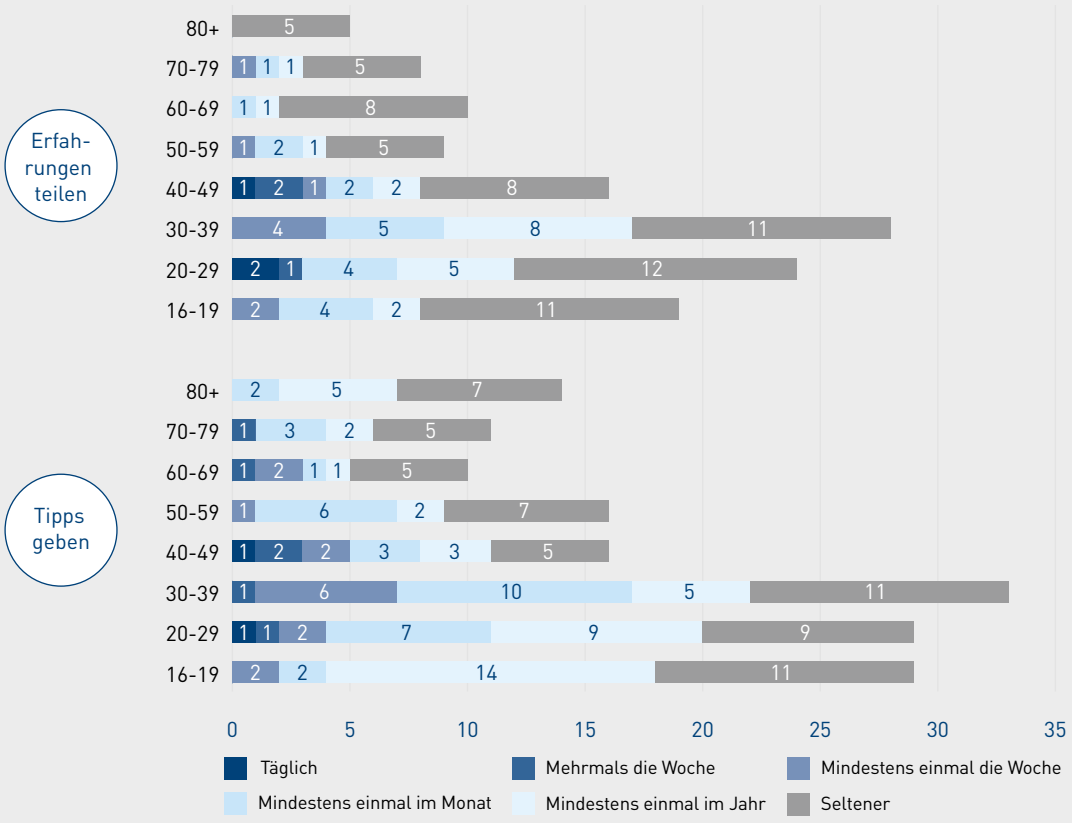
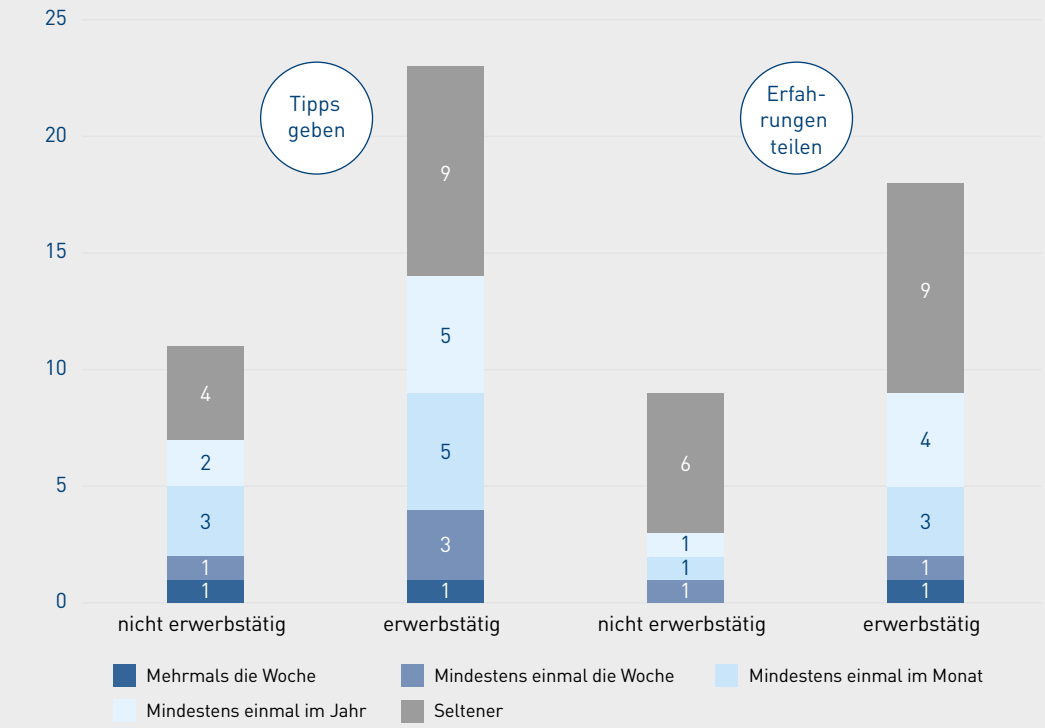


Abbildung 14: Nutzung von Gesundheitsforen nach Erwerbstätigkeit

(n = 908); Angaben in Prozent



vorn (33 Prozent), allerdings sind hier auch die unter 20-Jährigen sehr aktiv (29 Prozent), und auch die über 80-Jährigen (14 Prozent) sind relativ häufig bereit, anderen online Gesundheitstipps zu geben.

Bei Betrachtung des Engagements in Gesundheitsforen zeigt sich ein sozioökonomischer Unterschied. Berufstätige Internetnutzer sind häufiger in solchen Foren oder Gruppen engagiert als Nicht-Erwerbstätige. Unter Erwerbstätigen geben 23 Prozent online Gesundheitstipps, aber nur 11 Prozent der Nicht-Erwerbstätigen. 18 Prozent der Erwerbstätigen teilen ihre Krankheitserfahrungen online, aber nur 9 Prozent der Nicht-Erwerbstätigen. Diese Verteilung spiegelt sich auch in der Alters-, Einkommens- und Bildungsstruktur der in Foren Aktiven.

4. Digitale Selbstvermessung

Diverse Apps und tragbare Endgeräte („Wearables“) ermöglichen es, laufend eigene Gesundheitsdaten zu erfassen – und diese dann online auch mit anderen zu teilen. Dazu können Körpermesswerte wie z.B. Puls und Gewicht gehören, aber auch Ernährungsdaten, Schlafrhythmen etc. Die Umfrageteilnehmer wurden vor diesem Hintergrund gefragt, wie häufig sie (1) online Gesundheitsdaten sammeln (z.B. durch ein Fitnessarmband, eine Smartwatch, digitale Waage etc.) und (2) online Gesundheitsdaten mit anderen teilen oder diskutieren (z.B. über Facebook).

Tatsächlich hat das Sammeln von Gesundheitsdaten über intelligente Endgeräte in Deutschland eine gewisse Verbreitung gefunden. 17 Prozent sind bereits in der Selbstvermessung aktiv. Zurückhaltender sind die deutschen

Abbildung 15: Digitale Selbstvermessung

(n = 915); Angaben in Prozent

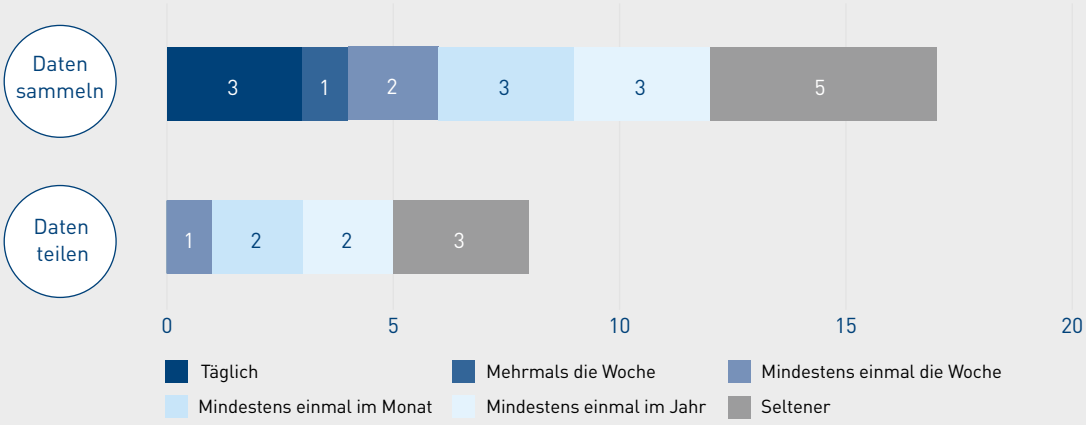
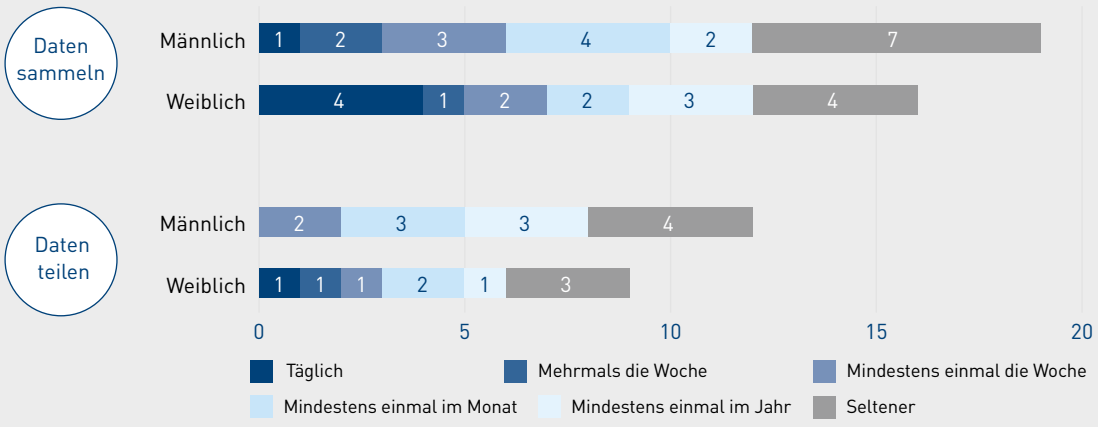


Abbildung 16: Digitale Selbstvermessung nach Geschlecht

(n = 915); Angaben in Prozent



Internetnutzer beim Teilen von Gesundheitsdaten zum Beispiel in Sozialen Netzwerken – mit 8 Prozent haben dies aber schon rund die Hälfte derjenigen getan, die Gesundheitsdaten sammeln.

Die Umfrageergebnisse zeigen ein Geschlechtermuster, das relativ typisch ist für die Nutzung neuer technischer Geräte: Männer zeigen sich hier etwas experimentierfreudiger als Frauen. 19 Prozent der Männer, hingegen 16 Prozent der Frauen sammeln ihre Gesundheitsdaten. Vor allem Männer sind aber im Netz mitteilungsfreudiger: 12 Prozent teilen die gesammelten Daten tatsächlich, bei den Frauen sind dies 9 Prozent.

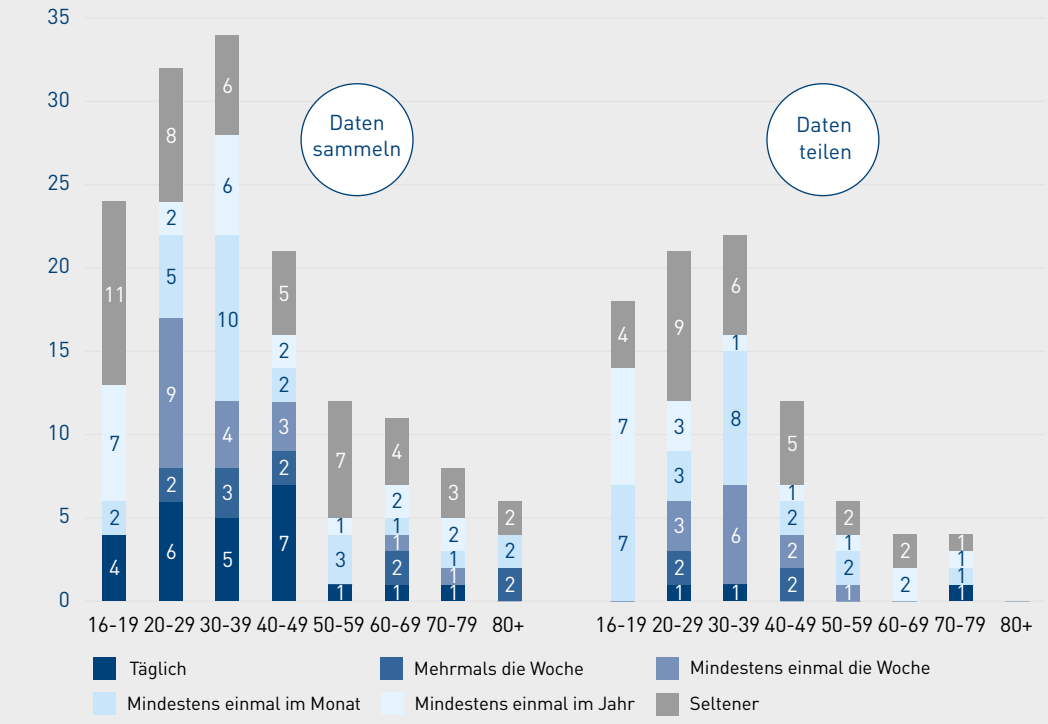
Auch hier lohnt eine nähere Betrachtung: Männer probieren gerne die digitalen Möglichkeiten aus, Frauen nutzen sie aber ebenso konsequent. Unter den regelmäßigen Datensammlern (mehrmals wöchentlich) sind die Frauen mit 5 Prozent sogar ein wenig stärker vertreten als die Männer (3 Prozent).

Die digitale Selbstvermessung ist klar ein Phänomen eher jüngerer Generationen. Sie nimmt bis zur Altersgruppe der 30- bis 39-Jährigen zu, danach sukzessive ab. Ein Drittel (34 Prozent) der Internetnutzer zwischen 30 und 39 Jahren hat schon eigene Gesundheitsdaten gesammelt, bei unter 20-Jährigen ebenfalls bereits 24 Prozent. Diese Gesundheitsdaten online zu teilen, findet auch bei Jüngeren seltener statt. Doch immerhin ein Fünftel der Internetnutzer zwischen 20 und 39 Jahren hat damit schon Erfahrungen gemacht.

Die Häufigkeit sowohl des Sammelns als auch Teilens von Gesundheitsdaten im Netz steigt mit zunehmender Bildung. Akademiker sind hier besonders aktiv. Personen ohne Bildungsabschluss aber sind die engagiertesten Selbstvermesser, darunter auch Schüler. Unter jenen

Abbildung 17: Digitale Selbstvermessung nach Alter

(n = 915); Angaben in Prozent

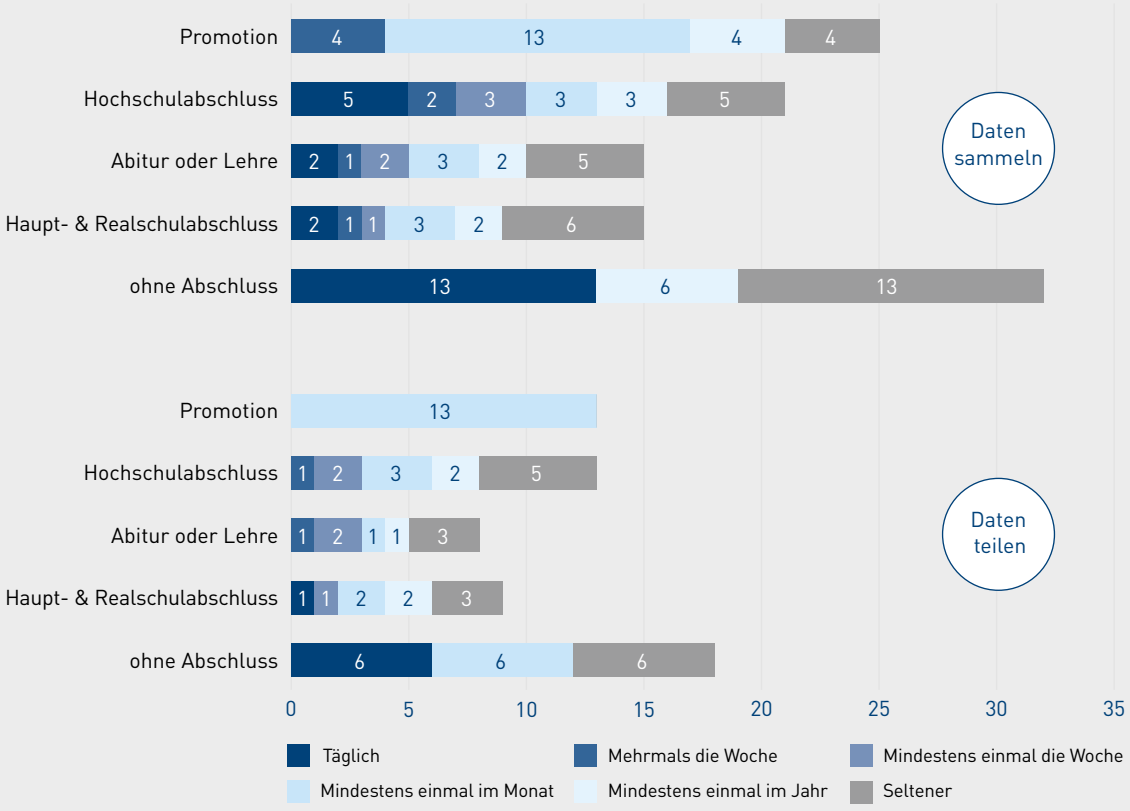


mit einer abgeschlossenen Promotion haben 25 Prozent schon Gesundheitsdaten gesammelt, immerhin 13 Prozent diese Daten auch online geteilt. Bei jenen (noch) ohne Bildungsabschluss belaufen sich diese Zahlen sogar auf 32 Prozent sowie 18 Prozent.

Die Befragung zeigt auch, dass digitale Selbstvermessung besonders in Großstädten ausgeprägt ist: Hier haben schon 20 Prozent der Internetnutzer Daten gesammelt (17 Prozent im Bundesdurchschnitt). Das Sammeln von Gesundheitsdaten nimmt auch mit steigendem Einkommen zu. 24 Prozent jener mit einem Haushaltsnettoeinkommen von über 4.000 Euro haben schon Gesundheitsdaten gesammelt, aber nur 15 Prozent jener mit einem Einkommen unter 1.000 Euro. 23 Prozent der Erwerbstätigen haben schon Selbstvermessung betrieben, aber nur 9 Prozent der Nicht-Erwerbstätigen.

Abbildung 18: Digitale Selbstvermessung nach Bildung

(n = 915); Angaben in Prozent



5. Digitale Rundumversorger

Unter allen Möglichkeiten, gesundheitliche Interessen im Internet zu verfolgen ist – wie eingangs beschrieben – die Suche nach Informationen besonders weit verbreitet. Tatsächlich können aber zahlreiche weitere Transaktionen rund um die Gesundheitspflege online abgewickelt werden. Zuletzt soll daher der Frage nachgegangen werden, ob es einen Teil der Internetnutzer gibt, der tatsächlich besonders umfassend und aktiv auf eine digitale Gesundheitsversorgung setzt.

Zu diesem Zweck wurden fünf Aktivitäten betrachtet:

- Einen Online-Selbsttest machen (z.B. zu Burn-out, Depressionen)
- Online einen Arzt konsultieren (z.B. Online-Sprechstunde)
- An einer Online-Therapie teilnehmen
- Online Medikamente bestellen (z.B. über Online-Apotheken)
- Korrespondenz mit der Krankenkasse online abwickeln.

Dabei stellte sich die Frage, ob es eine Gruppe von Nutzern gibt, die tatsächlich all diese Aktivitäten verfolgt und somit eine Art digitale Rundumversorgung betreibt. Tatsächlich lässt sich feststellen, dass ein kleiner Anteil von rund 5 Prozent zu dieser Gruppe der intensiven Nutzer gezählt werden kann. Welche Charakteristika weisen diese „digitalen Rundumversorger" auf?

Der Blick auf die Geschlechterverteilung zeigt, dass unter den Rundumversorgern mit 69 Prozent die Männer überwiegen (Frauen: 31 Prozent). Sie sind auch etwas jünger als der Bevölkerungsdurchschnitt.

Digitale Rundumversorger verdienen tendenziell überdurchschnittlich gut, wie ein Vergleich der Haushaltsnettoeinkommen zeigt, und sind relativ hoch gebildet. Vor allem Akademiker sind in dieser Nutzergruppe stark überrepräsentiert.

Schließlich lässt sich feststellen, dass die digitalen Rundumversorger eher in Großstädten leben als in Kleinstädten oder Dörfern.

Damit zeichnet sich ein typisches Profil derjenigen Internetnutzer in Deutschland ab, die möglichst umfassend ihre Gesundheitsversorgung über das Internet abwickeln: urbane, relativ gut verdienende männliche Akademiker um die 30 Jahre. Sie weisen damit auch ein ähnliches Profil auf, wie jener Bevölkerungsanteil, der sich besonders in digitaler Selbstvermessung engagiert.

Abbildung 19: Digitale Rundumversorger nach Geschlecht

(n = 957); Angaben in Prozent

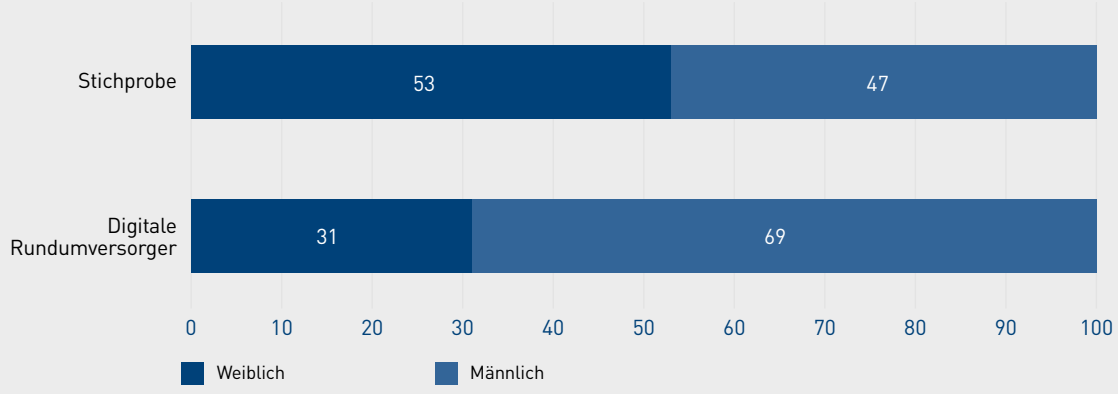


Abbildung 20: Digitale Rundumversorger nach Alter

(n = 915); Angaben in Prozent

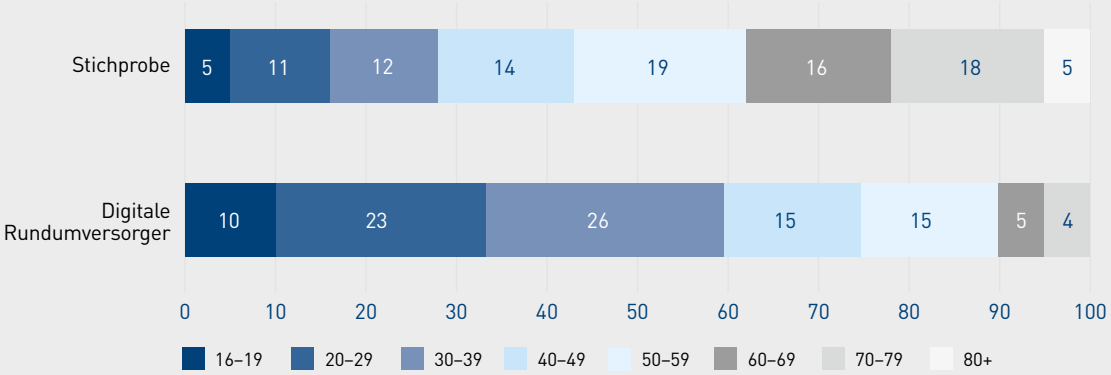


Abbildung 21: Digitale Rundumversorger nach Einkommen

(n = 908); Angaben in Prozent

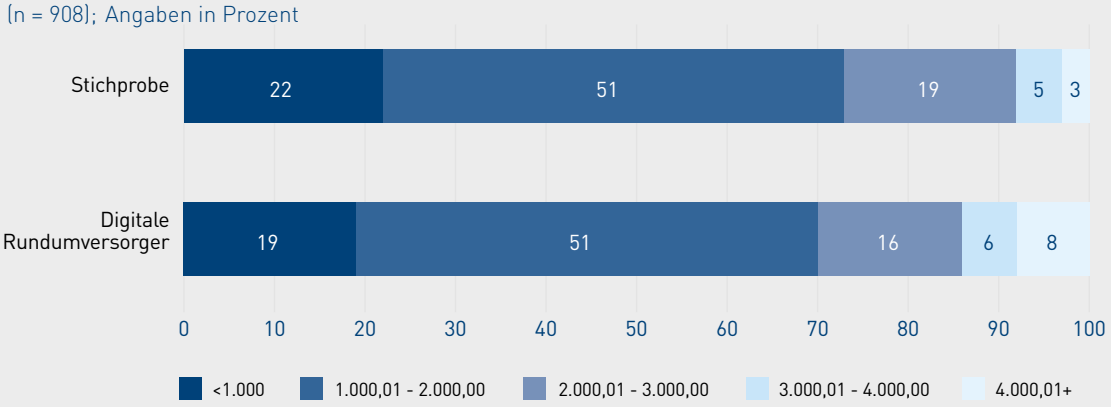


Abbildung 22: Digitale Rundumversorger nach Bildung

(n = 918); Angaben in Prozent

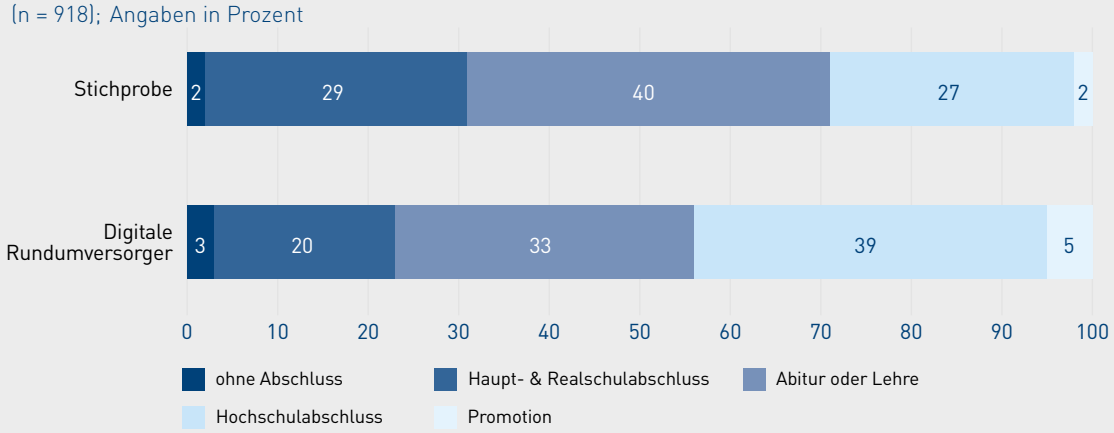
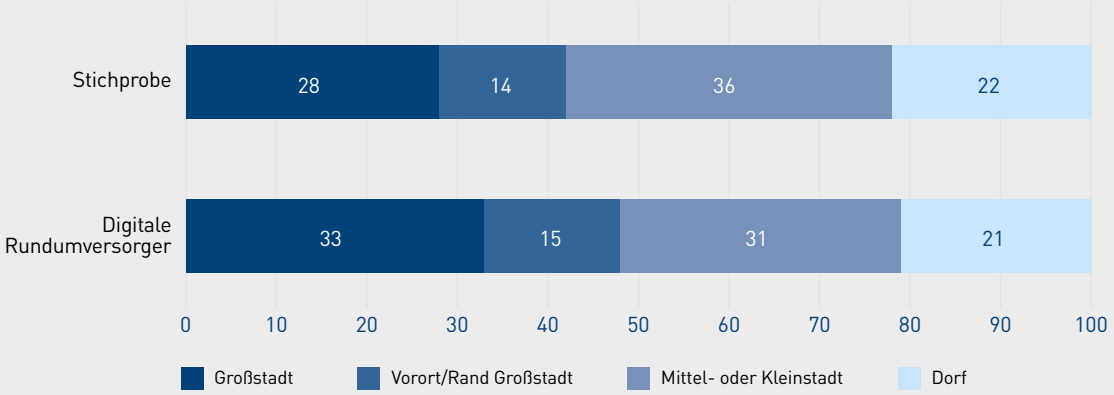


Abbildung 23: Digitale Rundumversorger nach Urbanität

(n = 917); Angaben in Prozent



Vertiefende Analysen wären notwendig, um die zentralen Motive für die digitale Rundumversorgung der eigenen Gesundheit zu eruieren: Handelt es sich um eine Frage der Bequemlichkeit? Um einen Lebensstil? Handelt es sich um eine hohe Technologiebegeisterung?

Im folgenden Schritt des DIVSI Forschungsprogramms „Beteiligung im Internet" wird auch diesen Fragen nachgegangen.

Über die Erhebung – Methodik

Im Juli 2017 wurde eine Online-Befragung unter Internetnutzern in Deutschland ab 16 Jahre durchgeführt. Die Stichprobe war nach Alter und Geschlecht bevölkerungsäquivalent quotiert. Der Zugang zur Stichprobe wurde über ein zertifiziertes Marktforschungsinstitut hergestellt. Die Teilnehmenden wurden per E-Mail zur Befragung eingeladen, die Teilnahme wurde durch einen geringen monetären Betrag entschädigt.

1.115 Eingeladene füllten den Fragebogen vollständig aus. Diese Stichprobe wurde nach auffälligen Antwortmustern bereinigt, sodass die finale Stichprobe 918 Personen umfasst.

Tabelle 1 beschreibt die Zusammensetzung der Stichprobe im Vergleich zur Gesamtbevölkerung. Datengrundlage bilden dabei: Bundesamt für Statistik (Alter, Geschlecht, Erwerbsstatus); European Social Survey 2014 (Bildung, Einkommen); Allbus 2012 (Wohnort); Allbus 2016 (Haushaltsnettoäquivalenzeinkommen). Es zeigt sich, dass die Stichprobe nach Alter, Geschlecht, Bildung, Einkommen, Beschäftigung und Wohnort bevölkerungsäquivalent strukturiert ist. Wenngleich keine Zufallsstichprobe vorliegt, können so Rückschlüsse auf die Gesamtbevölkerung gezogen werden.

Die Teilnehmenden wurden gebeten, anzugeben, wie häufig sie eine Liste vorgegebener Aktivitäten im Internet ausüben. Im Bereich der Beteiligung zu Gesundheitsfragen wurden insgesamt 33 Aktivitäten vorgegeben. Diese waren zuvor aus einer systematischen Literaturanalyse abgeleitet und durch Fokusgruppengespräche mit einem Querschnitt deutscher Internetnutzer ergänzt worden. Um ein möglichst umfassendes Bild der Beteiligung im Internet in Gesundheitsfragen zu erhalten, wurde die Liste schließlich in einem Expertenworkshop, an dem Forschende aus dem Bereich der Medien- und Kommunikationswissenschaft teilnahmen, ergänzt. Vor der Befragung wurde die Verständlichkeit der Formulierungen in einem Pretest geprüft.

Die Häufigkeit der Tätigkeiten wurde auf einer siebenstufigen Skala abgefragt, die die folgenden Abstufungen enthielt: Täglich – Mehrmals die Woche – mindestens einmal die Woche – Mindestens einmal im Monat – Mindestens einmal im Jahr – Seltener – Nie. Daneben wurden einige wesentliche soziodemografische Merkmale der Teilnehmenden erhoben.

Die hier beschriebene Erhebung dient als Vorstudie für eine umfassendere Erhebung, die die Voraussetzungen und Folgen der Beteiligung im Internet in unterschiedlichen Kontexten analysieren wird. In einer Reihe von Berichten wird das Forschungsteam zunächst einen Überblick auch über die Beteiligung im Internet in den Bereichen Wirtschaft, Kultur, Bildung und Verwaltung bieten.

		Stichprobe	Gesamtbevölkerung Deutschland
Alter (in Jahren)	16 – 17	1,6 %	2,9 %
	18 – 24	8,1 %	8,2 %
	25 – 29	6,7 %	6 %
	30 – 39	11,6 %	11,8 %
	40 – 49	14,5 %	16,6 %
	50 – 64	28,0 %	20,4 %
	65 – 74	20,4 %	11,3 %
	75+	9,1 %	9,3 %
Geschlecht	Weiblich	53,3 %	50,7 %
	Männlich	46,7 %	49,3 %
Höchster Bildungsabschluss	Noch in Ausbildung	1,7 %	3,3 %
	Haupt- & Realschulabschluss	28,8 %	15,0 %
	Abitur oder Lehre	40,2 %	59,4 %
	Hochschulabschluss	26,7 %	21,3 %
	Promotion oder höher	2,6 %	1,1 %
Erwerbsstatus	Erwerbstätig	55,8 %	52,7 %
	Nicht erwerbstätig	44,2 %	47,3 %
Haushaltsnetto-äquivalenz-einkommen*	Unter 1.000€	22,0 %	21,4 %
	1.000,01 – 2.000€	51,1 %	49,3 %
	2.000,01 – 3.000€	18,9 %	19,9 %
	3.000,01 – 4.000€	5,1 %	6,7 %
	Mehr als 4.000,01 €	2,9 %	2,7 %
Wohnort	Großstadt	28,1 %	20,9 %
	Vorort Großstadt	14,5 %	10,8 %
	Mittel- oder Kleinstadt	35,7 %	33,9 %
	Dorf/Einzelhaus	21,7 %	34,4 %
Fallzahl		918	

* Das Haushaltsnettoäquivalenzeinkommen ergibt sich aus dem Gesamtnettoeinkommen des Haushalts, der Anzahl der im Haushalt lebenden Personen sowie deren Alter (bspw. ob Kinder im Haushalt leben). Mithilfe dieser Äquivalenzskala werden die Einkommen von Personen, die in unterschiedlich großen Haushalten leben, vergleichbar.

DIVSI Studien im Überblick

Vertrauen in Kommunikation im digitalen Zeitalter (2017)

Digitale Kommunikation gehört zu unserem Alltag. Persönliche Informationen und sensible Daten werden ausgetauscht. Aber müssen dabei Sicherheit und Nutzerfreundlichkeit in einem Spannungsverhältnis stehen? Welche rechtlichen, technischen und organisatorischen Antworten sollten für eine künftige sichere digitale Kommunikation gefunden werden, auf die die Menschen vertrauen können?

Digitalisierung – Deutsche fordern mehr Sicherheit (2017)

Die Deutschen stehen der Digitalisierung positiv gegenüber und sehen darin viele Vorteile für sich. Beim Thema Sicherheit im Internet erwarten sie allerdings mehr Engagement – vom Staat und von Unternehmen. Was bedeutet das für Vertrauen und für Kommunikation? Und wie sieht es mit der Eigenverantwortung der Nutzer aus? Die vom Meinungsforschungsinstitut dimap realisierte Umfrage ermittelt auffallende Paradoxien zwischen Verantwortung und Vertrauen.

DIVSI Ü60-Studie: Die digitalen Lebenswelten der über 60-Jährigen in Deutschland (2016)

Silver Surfer, Best Ager, 60+ – die Altersgruppe der über 60-Jährigen wird zunehmend wichtiger für Wirtschaft, Gesellschaft und Politik, denn sie macht jetzt schon etwa 30 Prozent der deutschen Bevölkerung aus – Tendenz steigend. Die Studie liefert erstmals differenzierte, anschauliche und umsetzungsorientierte Erkenntnisse über die digitalen Lebenswelten der über 60-Jährigen und räumt dabei auch mit einigen Vorurteilen auf.

DIVSI Studie „Digitale urbane Mobilität“ (2016)

Die Digitalisierung hat die Mobilitätsdebatte vollends erfasst. Aber wie weit entwickelt sind datengelenkte Verkehrssysteme sowie eine sichere und ressourcenschonende Mobilitätskultur wirklich? Wie sind Schutz der Privatsphäre und Nutzung eines digitalen Assistenzsystems im Auto zu vereinbaren? Insbesondere vor dem Hintergrund der Machbarkeit analysiert und hinterfragt diese Studie eine Vielzahl von Diskussionen und Aktivitäten aus Europa und den USA.

DIVSI Internet-Milieus 2016 – Die digitalisierte Gesellschaft in Bewegung (2016)

Wie beeinflusst der digitale Wandel das Leben der Menschen in Deutschland? Wie hat sich ihr Online-Verhalten in den letzten Jahren verändert? Welchen Stellenwert haben Internet und Smartphone im Lebensalltag? Wie denken die Menschen in der Nach-Snowden-Ära über Datensicherheit? Die repräsentative Studie bietet einen vertieften Blick in die aktuellen Lebenswelten unserer digitalen Gesellschaft.

Big Data (2016)

Zugespitzt auf die Themen „Smart Health“ und „Smart Mobility“ fasst der Bericht Erkenntnisse aus vielen Expertenrunden des DIVSI Forschungsprojekts „Braucht Deutschland einen Digitalen Kodex?“ zusammen. Er liefert Argumente für eine gesellschaftliche Debatte und wägt dabei Chancen und Risiken ab.

Das Recht auf Vergessenwerden (2015)

Die Entscheidung des EuGH zum „Recht auf Vergessenwerden" lässt gleichwohl Fragen unbeantwortet, die im Spannungsfeld zwischen Persönlichkeitsrechten, Datenschutz und dem Recht auf Meinungs- und Pressefreiheit liegen. Dieser komplexen Problematik widmet sich diese Publikation und formuliert schließlich konkrete Empfehlungen für einen „Lösch-Kodex".

DIVSI Studie Beteiligung im Internet – Wer beteiligt sich wie? (2015)

Was ist Beteiligung im Internet eigentlich genau? Wie und weshalb bringen Internetnutzer sich ein? Die zweite Studie im Rahmen des DIVSI-Forschungsprogramms „Beteiligung im Netz" untersucht Formen, Vorteile und Hürden der Beteiligung im Internet aus Sicht der DIVSI Internet-Milieus. In der qualitativen Untersuchung kommen dabei die Internetnutzer selbst zu Wort.

DIVSI U9-Studie – Kinder in der digitalen Welt (2015)

Wann und wie kommen Kinder mit digitalen Medien und dem Internet in Berührung? Wer begleitet sie auf ihrem Weg in diese Welt? Welche Bedeutung messen Eltern, Erzieher und Lehrer dem Internet für die Zukunft der Kinder bei? Welche Chancen und Risiken werden dabei wahrgenommen, wer trägt die Verantwortung? Die DIVSI U9-Studie hat Kinder zwischen 3 und 8 Jahren in den Blick genommen und lässt sie auch selbst zu Wort kommen.

DIVSI Studie – Daten: Ware und Währung (2014)

In einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung untersucht DIVSI das Online-Nutzungs- und -Konsumverhalten in Deutschland. Im Fokus stehen Einstellungen der Internetnutzer zu Themen der Datensicherheit sowie Weiterverwendung von persönlichen Daten.

DIVSI Studie – Wissenswertes über den Umgang mit Smartphones (2014)

Über Smartphones sind Menschen heute nahezu ununterbrochen über das Internet miteinander verbunden. Mit steigendem Nutzungsumfang fällt dabei eine Vielzahl von Daten an. Unter der Leitfrage „Was geschieht mit meinen Daten?" war es Ziel der Studie, das Bewusstsein des einzelnen Nutzers dafür zu stärken, welche Daten auf dem Smartphone sein können, wie sie es verlassen und welche Möglichkeiten der Einsichtnahme und Einflussnahme Nutzer bei unterschiedlichen mobilen Betriebssystemen haben.

Braucht Deutschland einen Digitalen Kodex? (2014)

Mit dem Projekt „Braucht Deutschland einen Digitalen Kodex?" lotet DIVSI aus, ob ein Digitaler Kodex ein geeignetes Mittel ist, verbindliche Regeln im Internet auszuhandeln und durchzusetzen. Der Projektbericht steuert nicht nur zu diesem Gedanken Anregungen bei. Er bietet darüber hinaus generelle Anstöße, über die nachzudenken sicherlich lohnt.

weitere Studien ›

DIVSI Studie zu Bereichen und Formen der Beteiligung im Internet (2014)

Das DIVSI-Forschungsprogramm „Beteiligung im Netz" leistet auf einer breiten theoretischen und empirischen Basis einen Beitrag zum öffentlichen Verständnis der Beteiligungschancen des Internets – und ihrer Voraussetzungen. Die Studie präsentiert einen ersten Schritt in diesem Vorhaben und verschafft einen Überblick über den heutigen Stand der Forschung.

DIVSI U25-Studie (2014)

Die DIVSI U25-Studie liefert erstmals fundierte Antworten auf Fragen, die das Verhalten der nachwachsenden Generation im Hinblick auf das Netz betreffen. Über die Nutzungsformen hinaus werden auch die Denk- und Handlungslogiken sowie der lebensweltliche Hintergrund untersucht.

DIVSI Studie zu Freiheit versus Regulierung im Internet (2013)

Wie sicher fühlen sich die Deutschen im Internet? Wie viel Freiheit und Selbstbestimmung wollen sie? Nach wie viel Regulierung wird verlangt? Die Studie zeigt ein detailliertes Bild des Nutzungsverhaltens der Deutschen im Internet und ihrer Wahrnehmung von Chancen und Risiken.

Entscheider-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet (2013)

Wie denken Entscheider über das Internet? Welchen Akteuren schreiben sie welche Verantwortung und welche Einflussmöglichkeiten zu? Was sagen sie zu Sicherheits- und Freiheitsbedürfnissen? Die Studie verdeutlicht erstmals, wie diejenigen über das Internet denken, die wesentlich die Spielregeln gestalten und Meinungsbilder prägen.

Meinungsführer-Studie „Wer gestaltet das Internet?" (2012)

Wie gut kennen sich Meinungsführer im Netz aus? Wie schätzen sie ihre Einflussmöglichkeiten ein? Welche Chancen, Konfliktfelder und Risiken erwachsen daraus? In persönlichen Gesprächen wurden führende Repräsentanten aus Politik, Wirtschaft, Verwaltung, Wissenschaft und Verbänden interviewt.

Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet (2012) + Aktualisierung (2013)

Die Milieu-Studie differenziert erstmals unterschiedliche Zugangsweisen zum Thema Sicherheit und Datenschutz im Internet in Deutschland, basierend auf einer bevölkerungsrepräsentativen Typologie.

Unter www.divsi.de stehen die Studien kostenlos zum Download zur Verfügung.

www.divsi.de