

Informationsquellen zum Thema „Gesundheit und Medizin“

Ergebnisse einer bevölkerungsrepräsentativen Befragung

Juni 2009

Studiendesign

Informationsquellen „Gesundheit / Medizin“ im Überblick

Informationsquellen „Gesundheit / Medizin“ in Teilgruppen

Institut

Kontakt

Erhebungsmethode

- Computergestützte Telefoninterviews anhand eines strukturierten Fragebogens

Grundgesamtheit

- Deutschsprachige Personen ab 14 Jahren in Deutschland

Auswahlverfahren

- Systematische Zufallsauswahl (mehrstufige geschichtete Stichprobe)

Auswahlgrundlage

- ADM-Telefonstichprobe, Stand 2008

Stichprobengröße

- 1.001 Befragte

Feldzeit

- Mai 2009

Gewichtung

- Gewichtung der Personenstichprobe nach Region, Geschlecht, Alter und Bildung

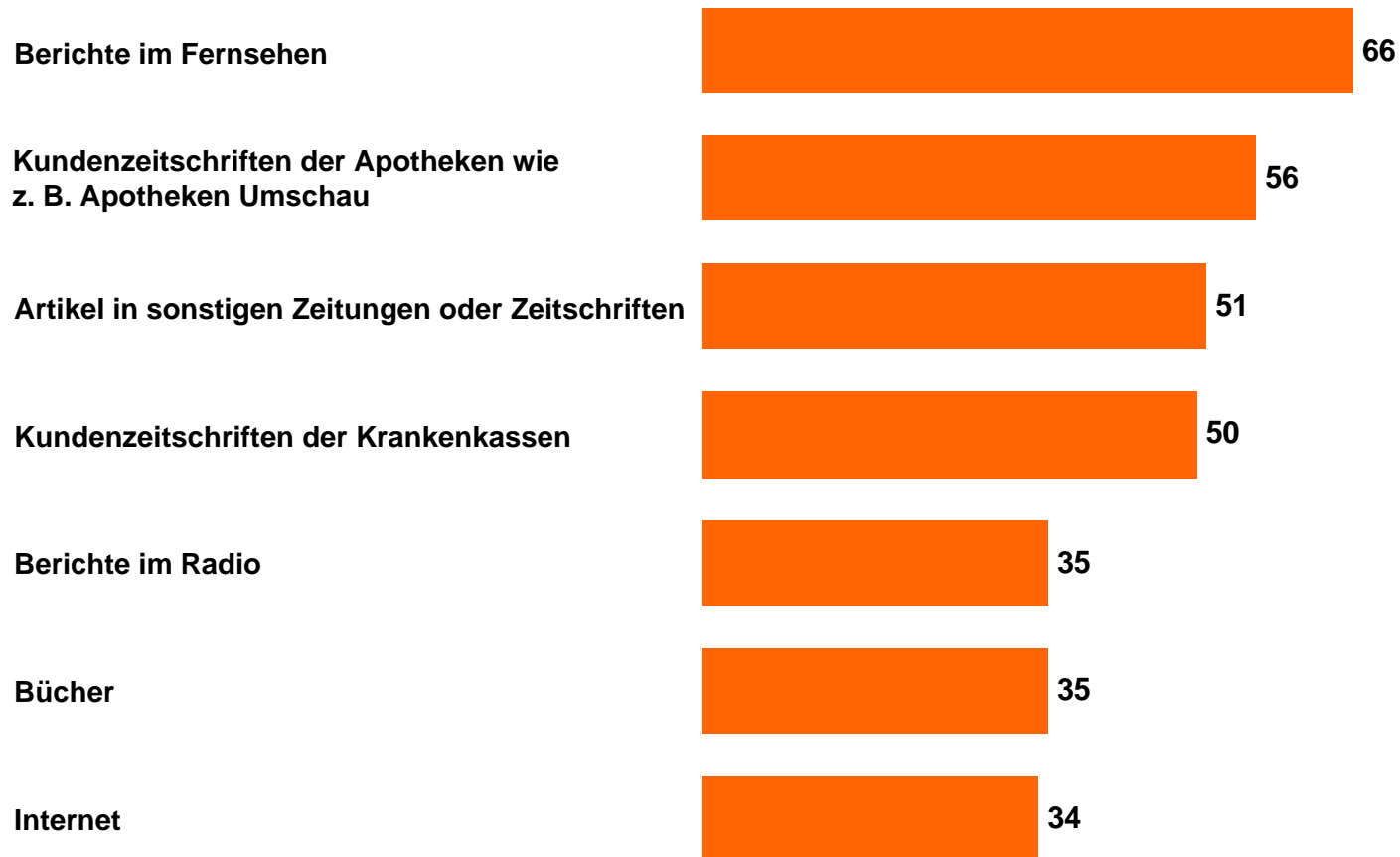


Informationsquellen „Gesundheit / Medizin“ im Überblick

Massenmedien



Am häufigsten: Berichte im Fernsehen, Kundenzeitschriften der Apotheken und der Krankenkassen, sonstige Zeitungen oder Zeitschriften



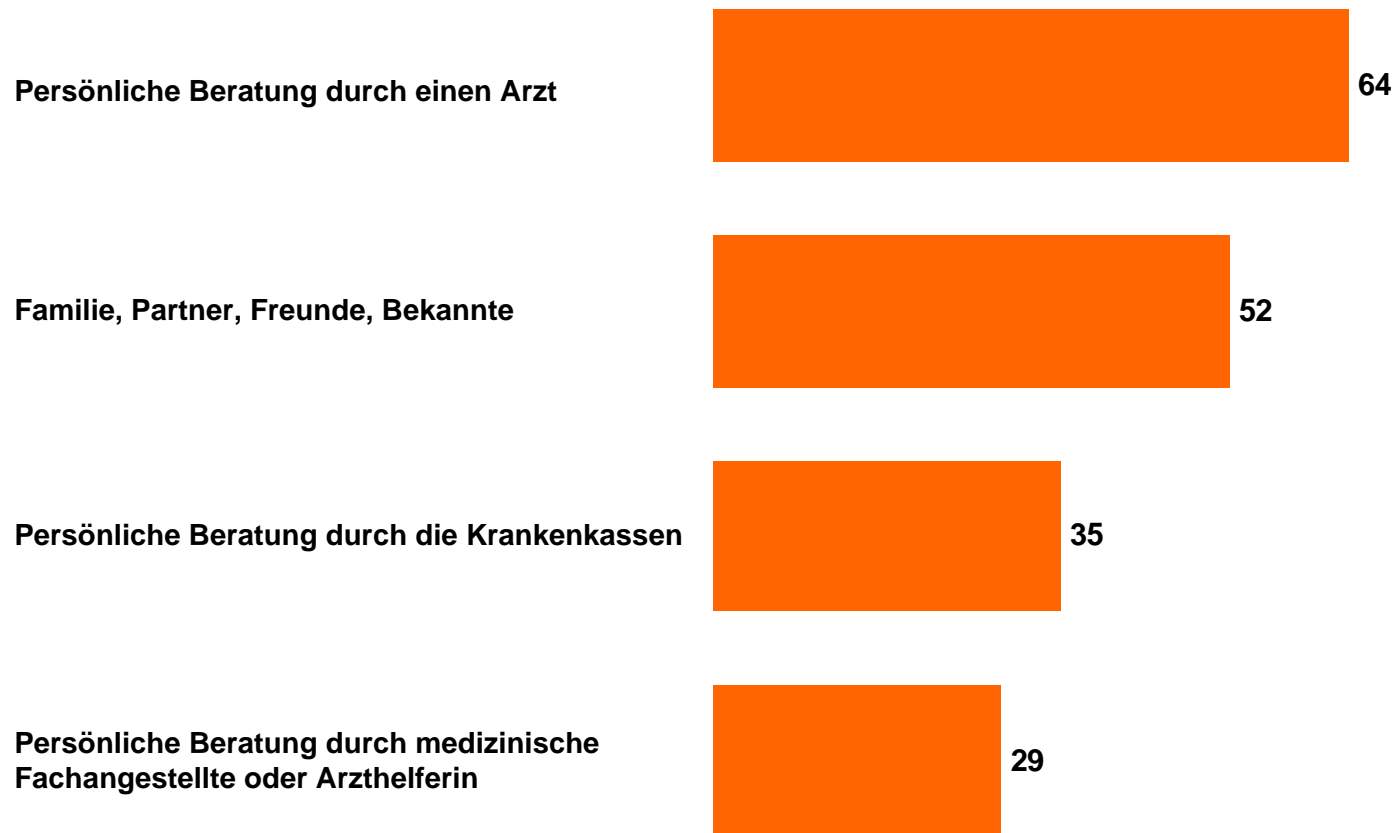
Basis: n = 1.001 | Angaben in Prozent

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt eine Reihe von Möglichkeiten, sich über das Thema Gesundheit und Medizin zu informieren. Bitte sagen Sie mir, welche davon Sie zumindest gelegentlich nutzen.

Persönliche Kommunikation



Neben der persönlichen Beratung durch den Arzt sind „normale“ soziale Kontakte und persönliche Empfehlungen eine wichtige Informationsquelle



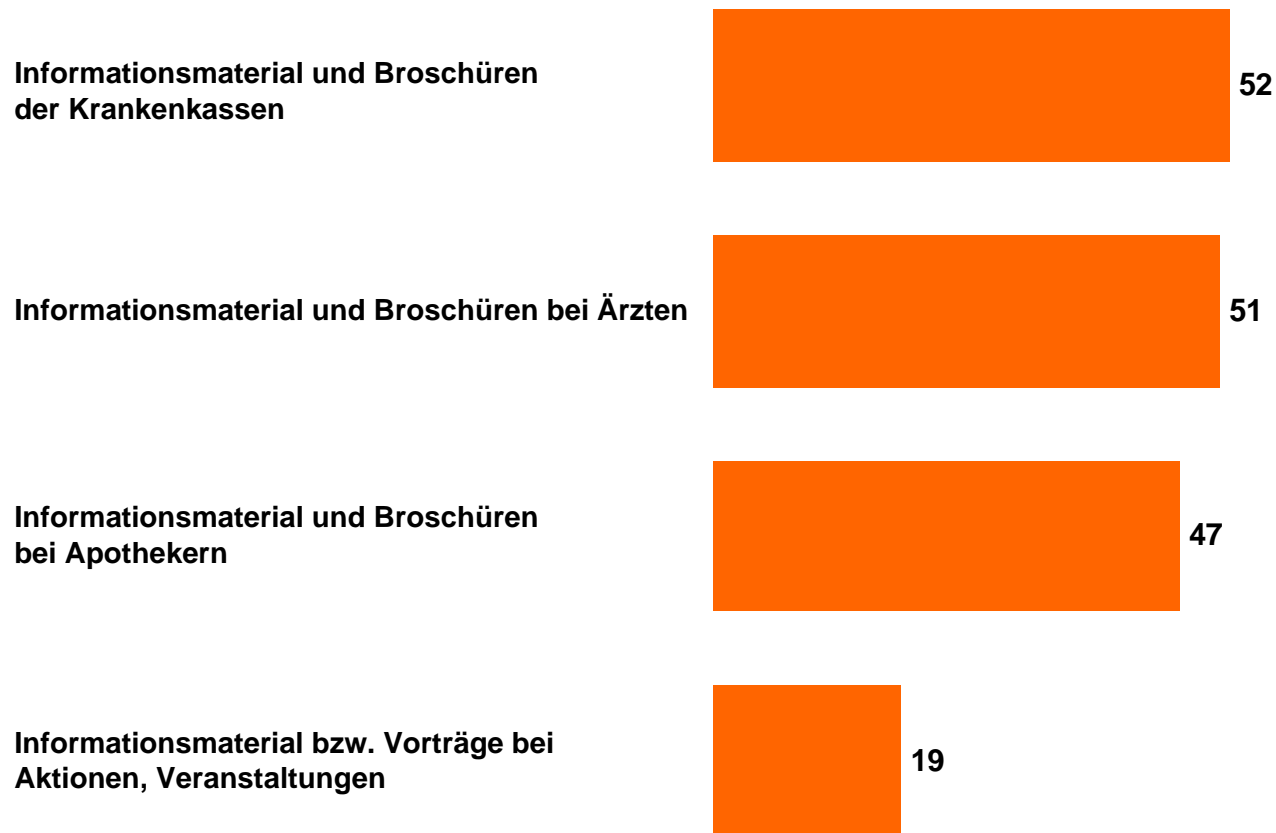
Basis: n = 1.001 | Angaben in Prozent

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt eine Reihe von Möglichkeiten, sich über das Thema Gesundheit und Medizin zu informieren. Bitte sagen Sie mir, welche davon Sie zumindest gelegentlich nutzen.

Informationsmaterialien und Broschüren



Informationsmaterial und Broschüren der Krankenkassen, Ärzte und Apotheken nutzt jeder Zweite



Basis: n = 1.001 | Angaben in Prozent

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt eine Reihe von Möglichkeiten, sich über das Thema Gesundheit und Medizin zu informieren. Bitte sagen Sie mir, welche davon Sie zumindest gelegentlich nutzen.

Weitere Informationsquellen



Werbung sowie Informationen von Gesundheits- und staatlichen Organisationen spielen eine geringere Rolle



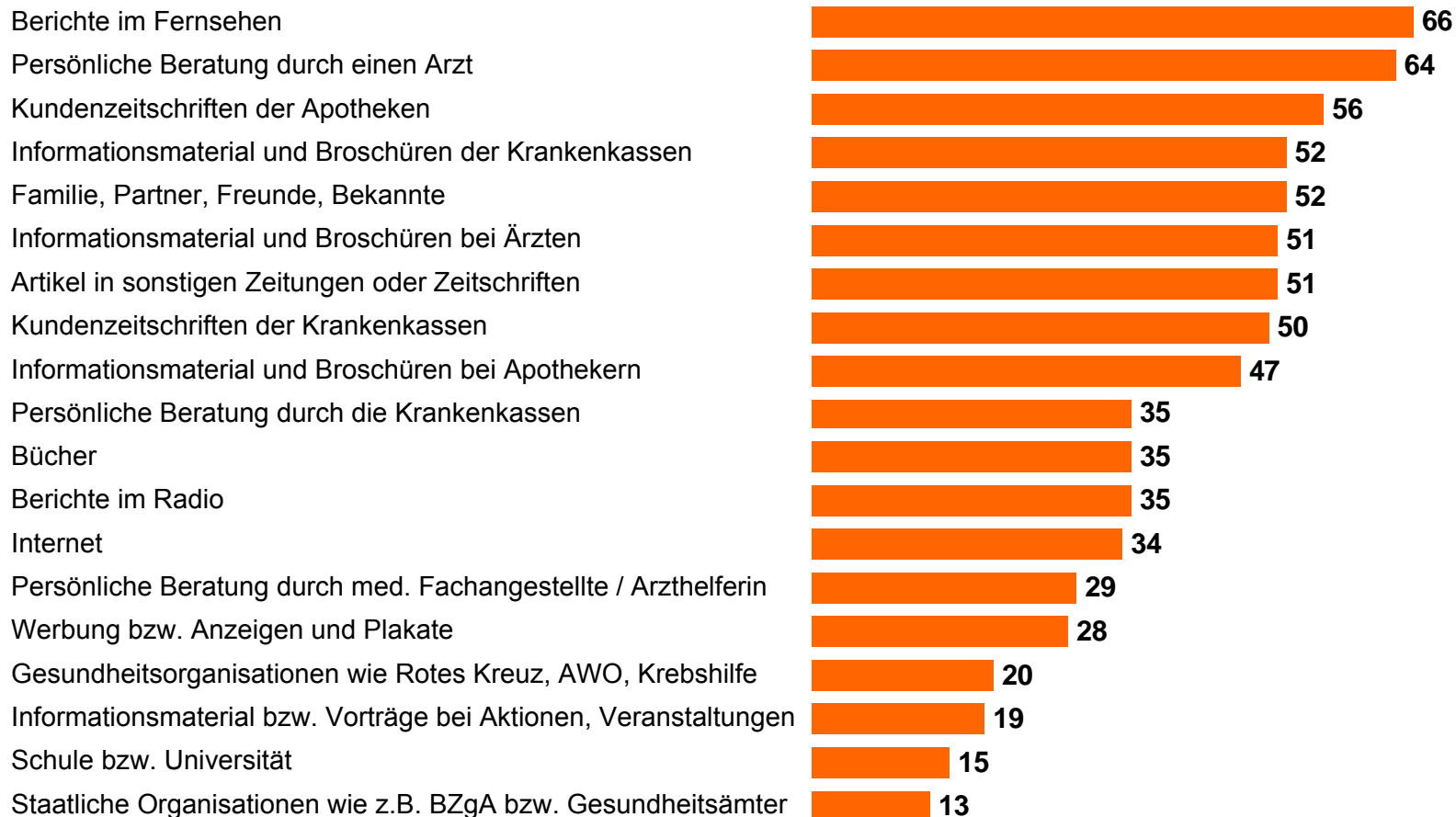
Basis: n = 1.001 | Angaben in Prozent

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt eine Reihe von Möglichkeiten, sich über das Thema Gesundheit und Medizin zu informieren. Bitte sagen Sie mir, welche davon Sie zumindest gelegentlich nutzen.

Informationsquellen: Gesamt-Übersicht



Neben den klassischen „Kontaktpunkten“ Arzt, Apotheke und Krankenkasse sind das Fernsehen und persönliche Alltagskontakte von großer Bedeutung



Basis: n = 1.001 | Angaben in Prozent

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt eine Reihe von Möglichkeiten, sich über das Thema Gesundheit und Medizin zu informieren. Bitte sagen Sie mir, welche davon Sie zumindest gelegentlich nutzen.



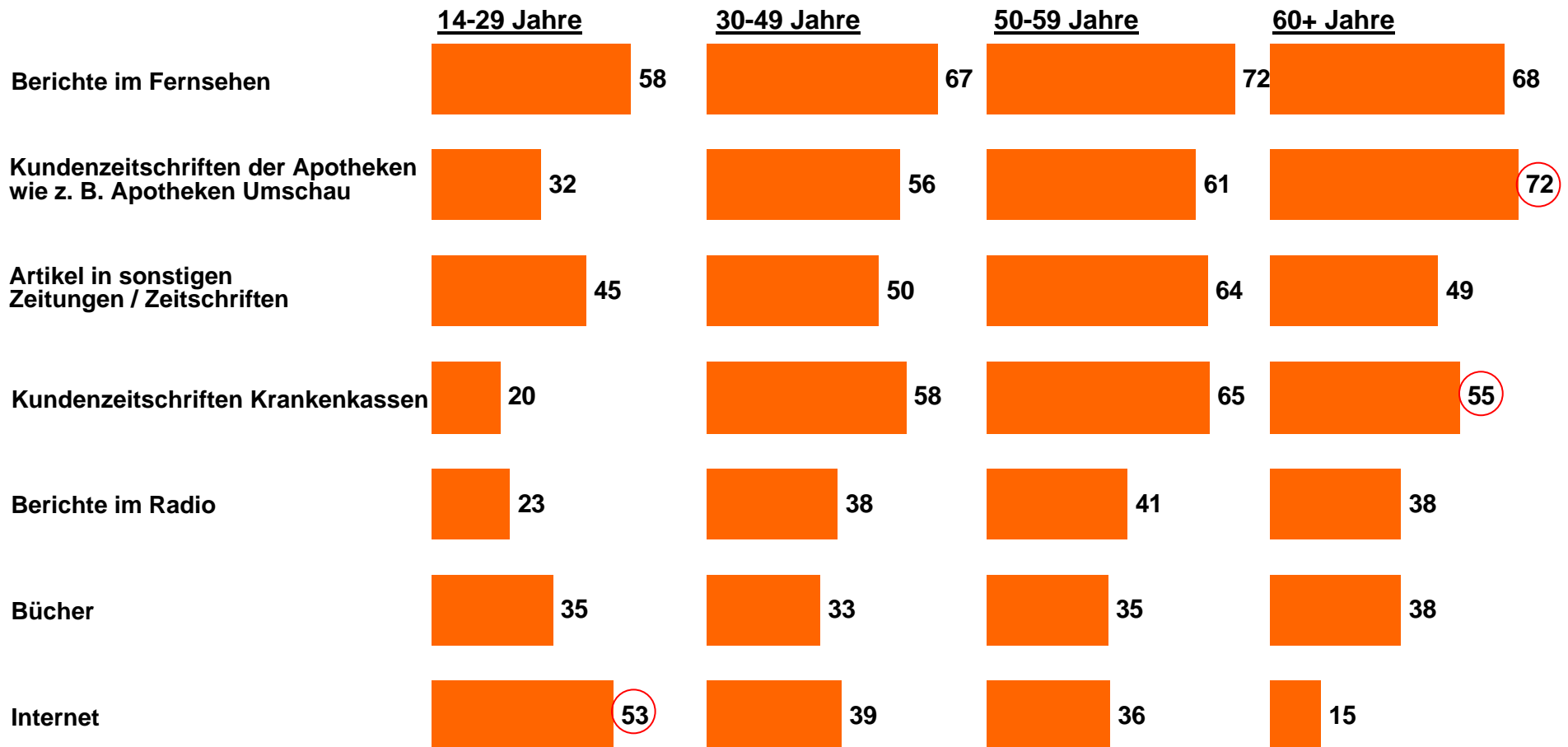
**Informationsquellen „Gesundheit / Medizin“
in einzelnen Bevölkerungsgruppen**

Massenmedien / Alter



mindline
media

Jüngere nutzen stärker das Internet, Ältere besonders Kundenzeitschriften von Apotheken und Krankenkassen



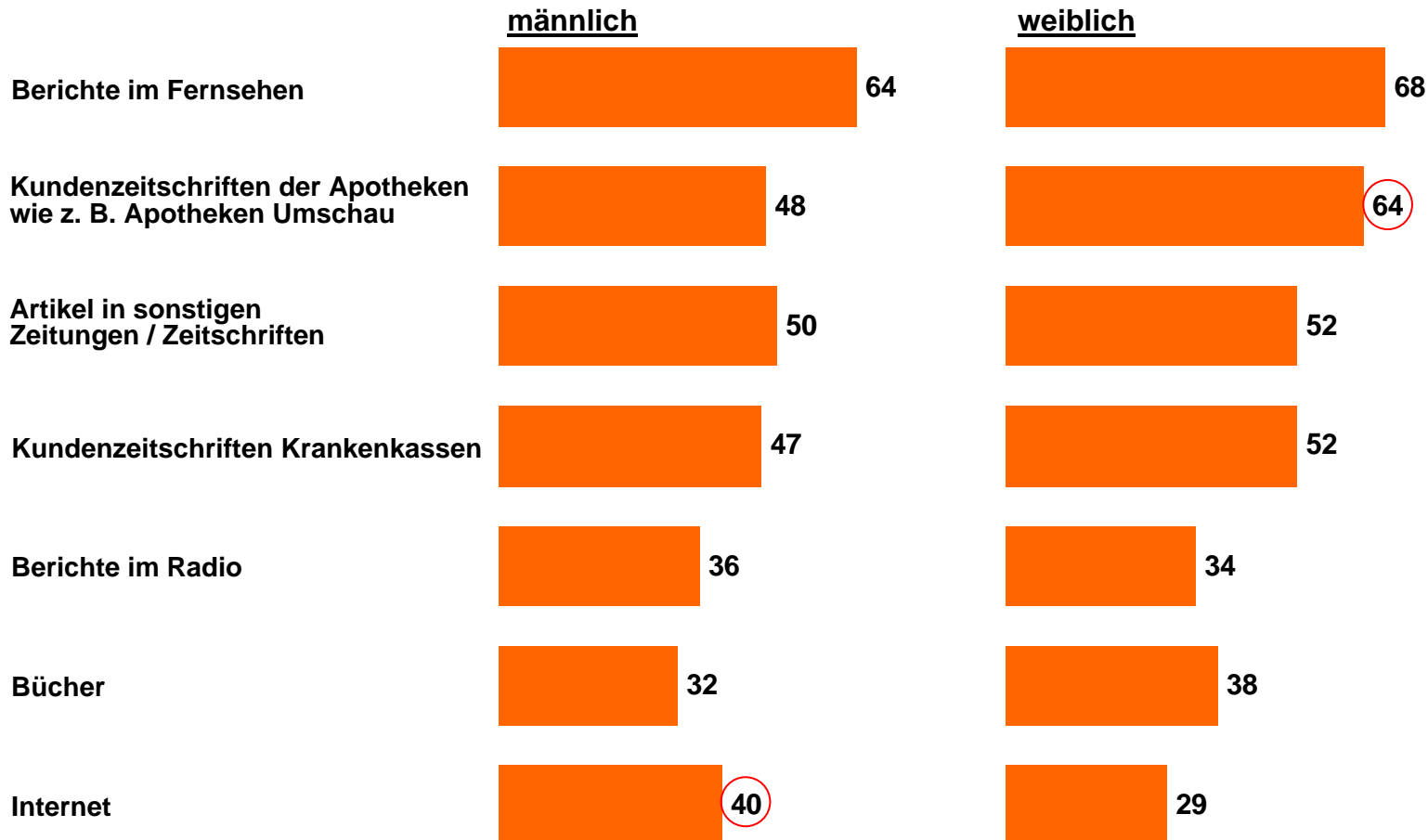
Basis: n = 1.001 | Angaben in Prozent

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt eine Reihe von Möglichkeiten, sich über das Thema Gesundheit und Medizin zu informieren. Bitte sagen Sie mir, welche davon Sie zumindest gelegentlich nutzen.

Massenmedien / Geschlecht



Während Frauen häufiger die Kundenmagazine der Apotheken nutzen, nimmt für Männer das Internet eine große Rolle ein

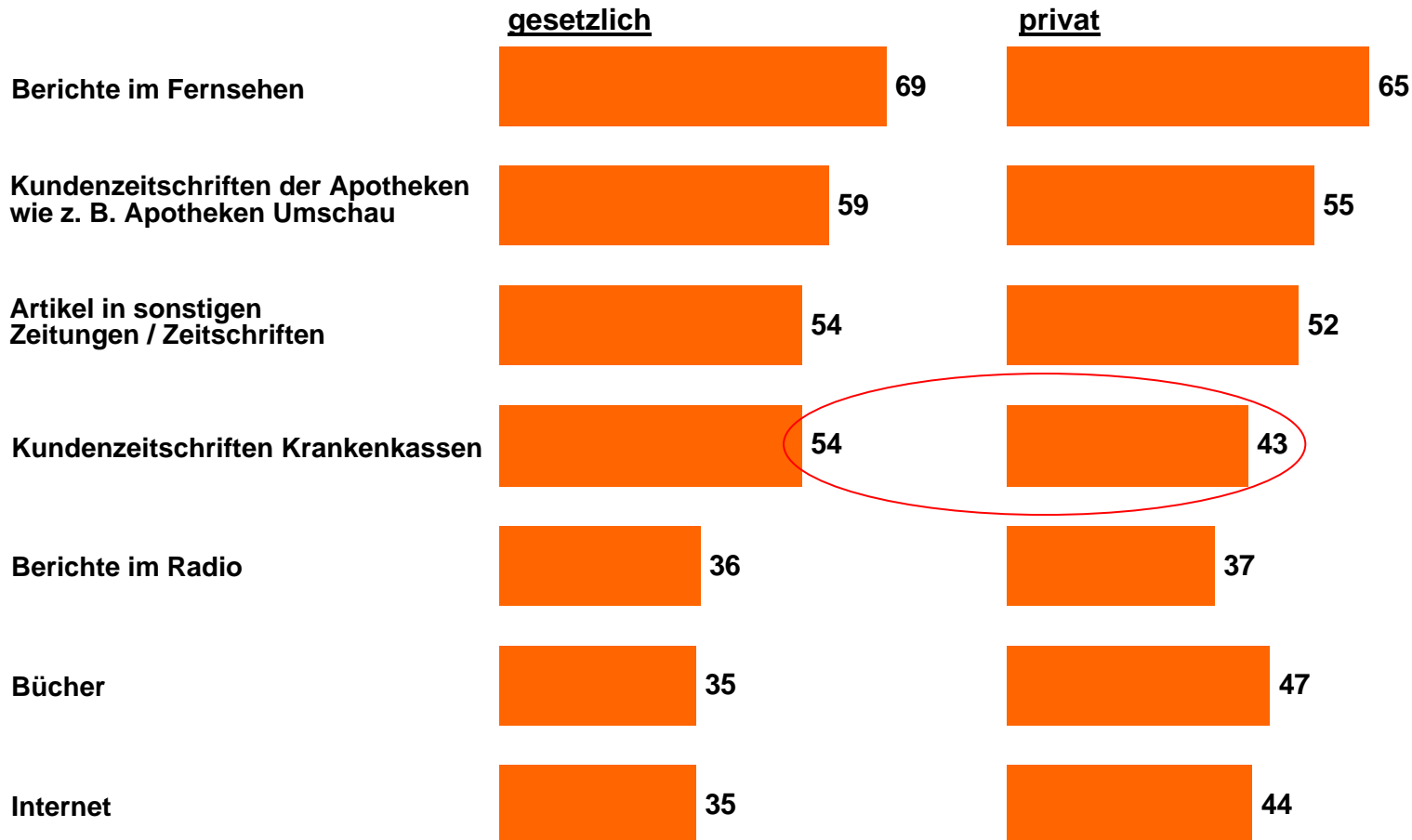


Basis: n = 1.001 | Angaben in Prozent

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt eine Reihe von Möglichkeiten, sich über das Thema Gesundheit und Medizin zu informieren. Bitte sagen Sie mir, welche davon Sie zumindest gelegentlich nutzen.

Massenmedien / Krankenversicherung

GKV-Versicherte nutzen im Vergleich zu PKV-Versicherten die Kundenzeitschrift ihrer Krankenkasse erkennbar häufiger



Basis: n = 1.001 | Angaben in Prozent

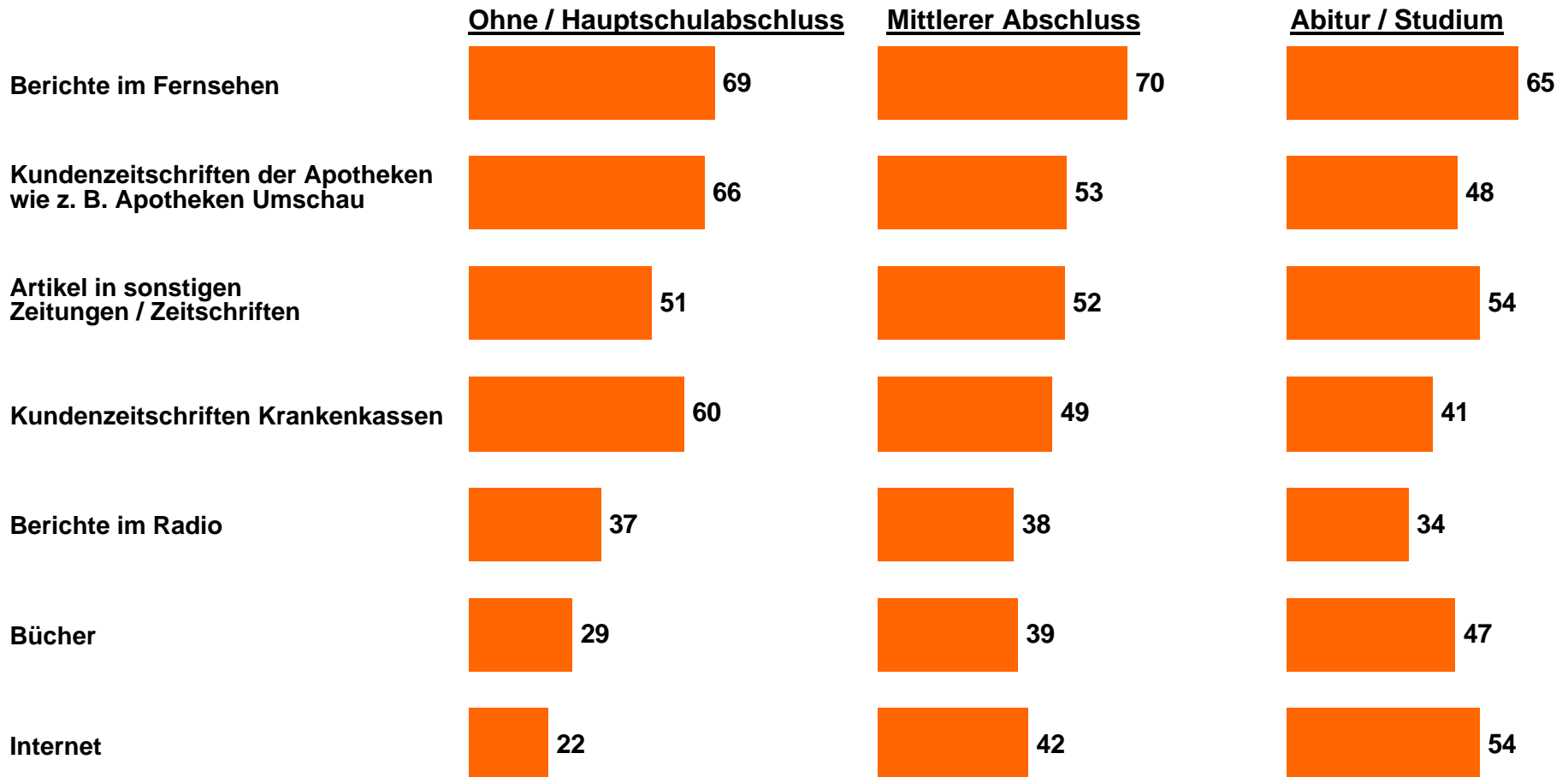
Frage: Ich nenne Ihnen jetzt eine Reihe von Möglichkeiten, sich über das Thema Gesundheit und Medizin zu informieren. Bitte sagen Sie mir, welche davon Sie zumindest gelegentlich nutzen.

Massenmedien / Bildung



Mit steigender formaler Bildung werden Kundenzeitschriften weniger gelesen, dafür häufiger Bücher oder das Internet konsultiert

mindline
media



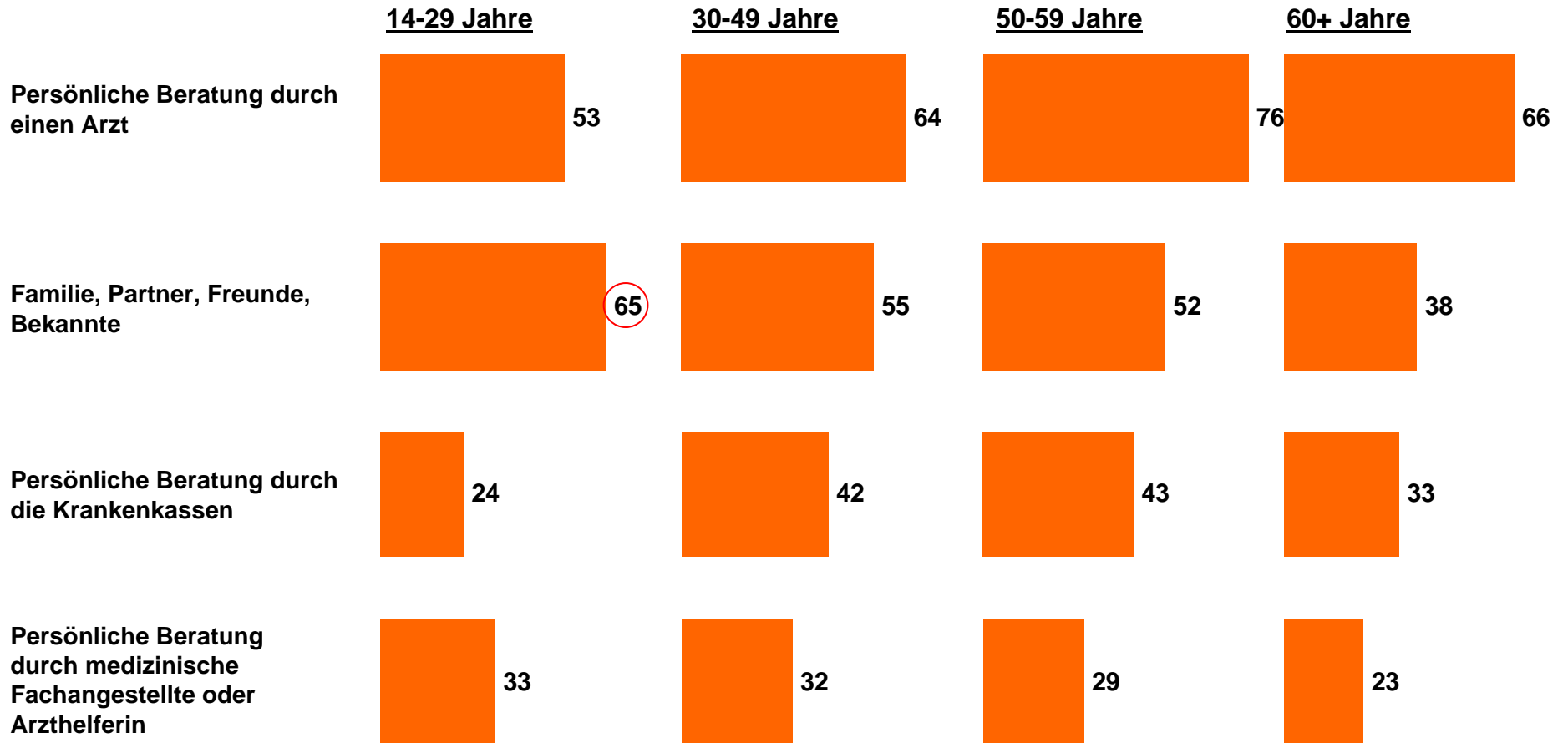
Basis: n = 1.001 | Angaben in Prozent

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt eine Reihe von Möglichkeiten, sich über das Thema Gesundheit und Medizin zu informieren. Bitte sagen Sie mir, welche davon Sie zumindest gelegentlich nutzen.

Persönlicher Kontakt / Alter



Augenfällig: Bei den Jüngeren ist das soziale Umfeld von größerer Bedeutung als die persönliche Beratung durch den Arzt



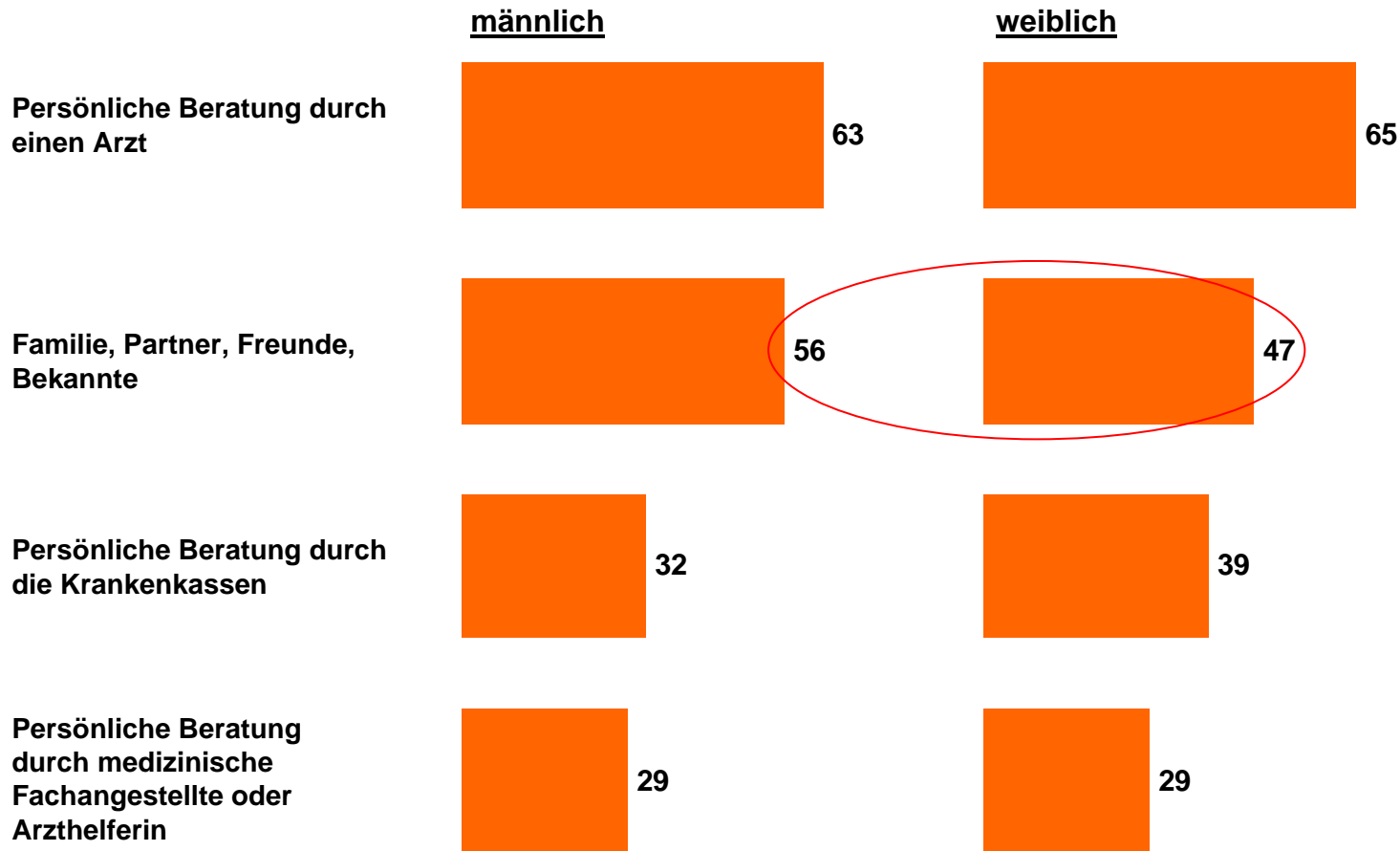
Basis: n = 1.001 | Angaben in Prozent

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt eine Reihe von Möglichkeiten, sich über das Thema Gesundheit und Medizin zu informieren. Bitte sagen Sie mir, welche davon Sie zumindest gelegentlich nutzen.

Persönlicher Kontakt / Geschlecht



Überraschend: Für Männer sind Familie, Partner, Freunde und Bekannte als Informationsquelle wichtiger als für Frauen

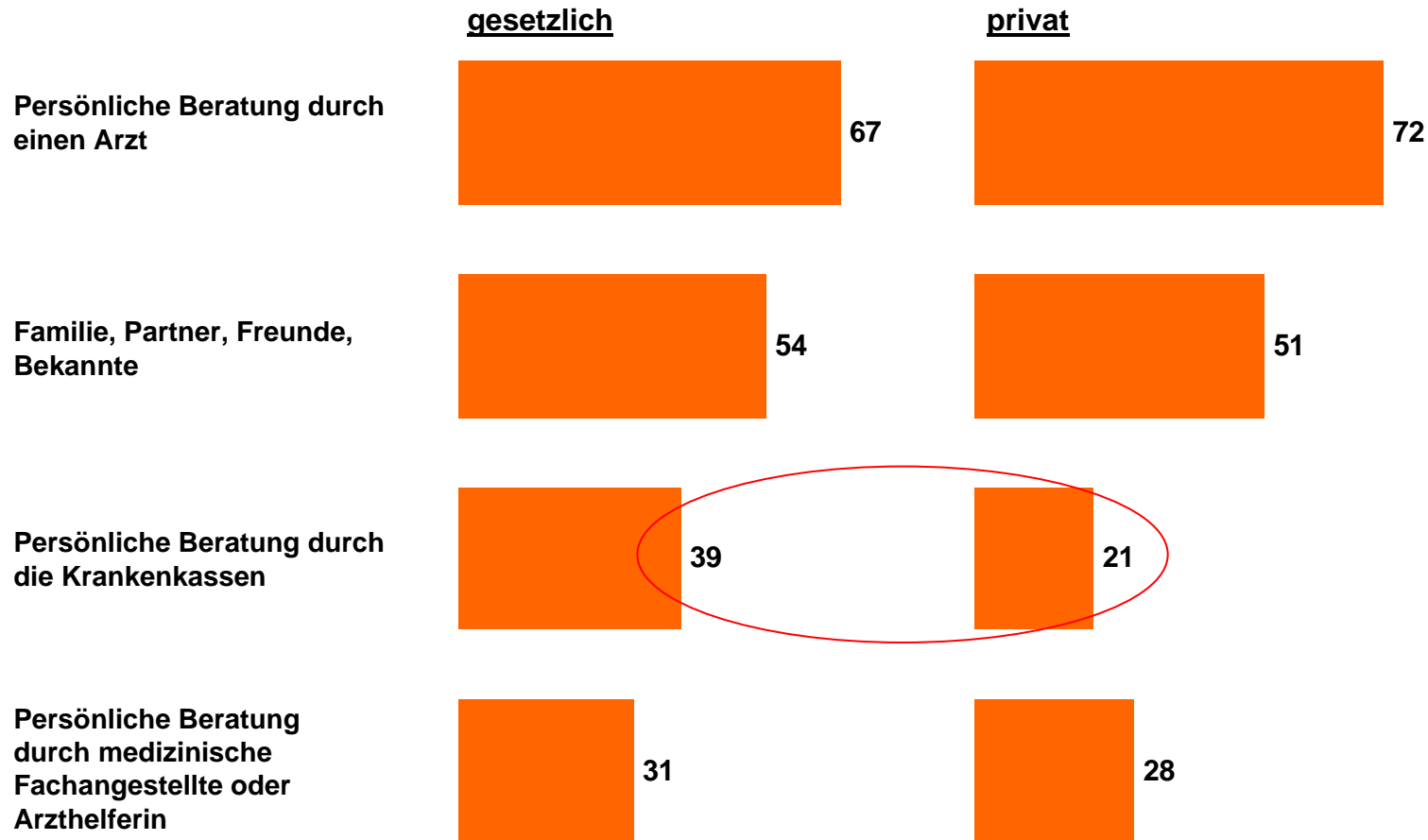


Basis: n = 1.001 | Angaben in Prozent

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt eine Reihe von Möglichkeiten, sich über das Thema Gesundheit und Medizin zu informieren. Bitte sagen Sie mir, welche davon Sie zumindest gelegentlich nutzen.

Persönlicher Kontakt / Krankenversicherung

Persönliche Beratung durch die Krankenkasse wird von gesetzlich Versicherten erkennbar häufiger in Anspruch genommen



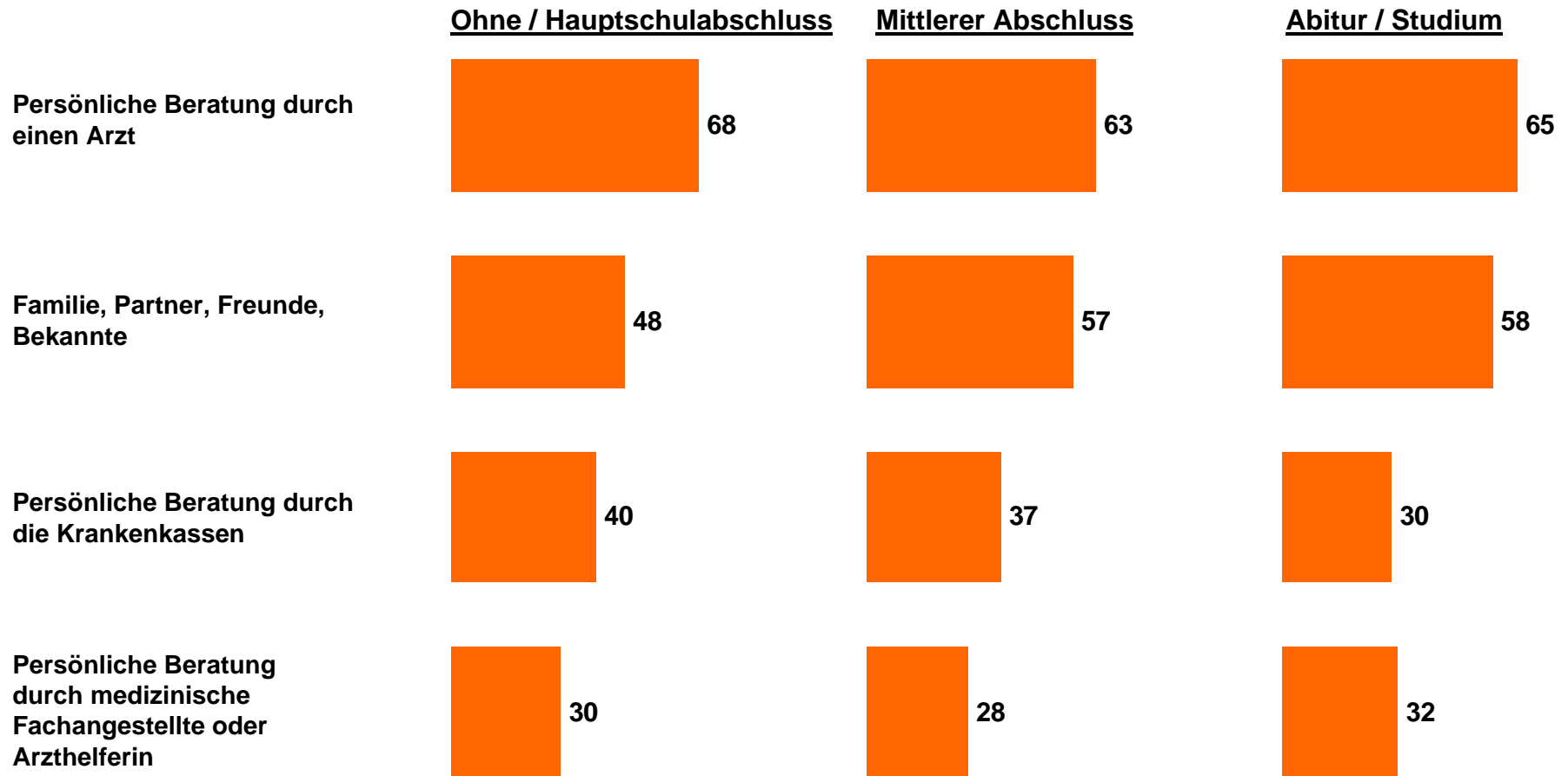
Basis: n = 1.001 | Angaben in Prozent

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt eine Reihe von Möglichkeiten, sich über das Thema Gesundheit und Medizin zu informieren. Bitte sagen Sie mir, welche davon Sie zumindest gelegentlich nutzen.

Persönlicher Kontakt / Bildung



Familie, Partner, Freunde und Bekannte werden besonders von formal höher Gebildeten zu Rate gezogen



Basis: n = 1.001 | Angaben in Prozent

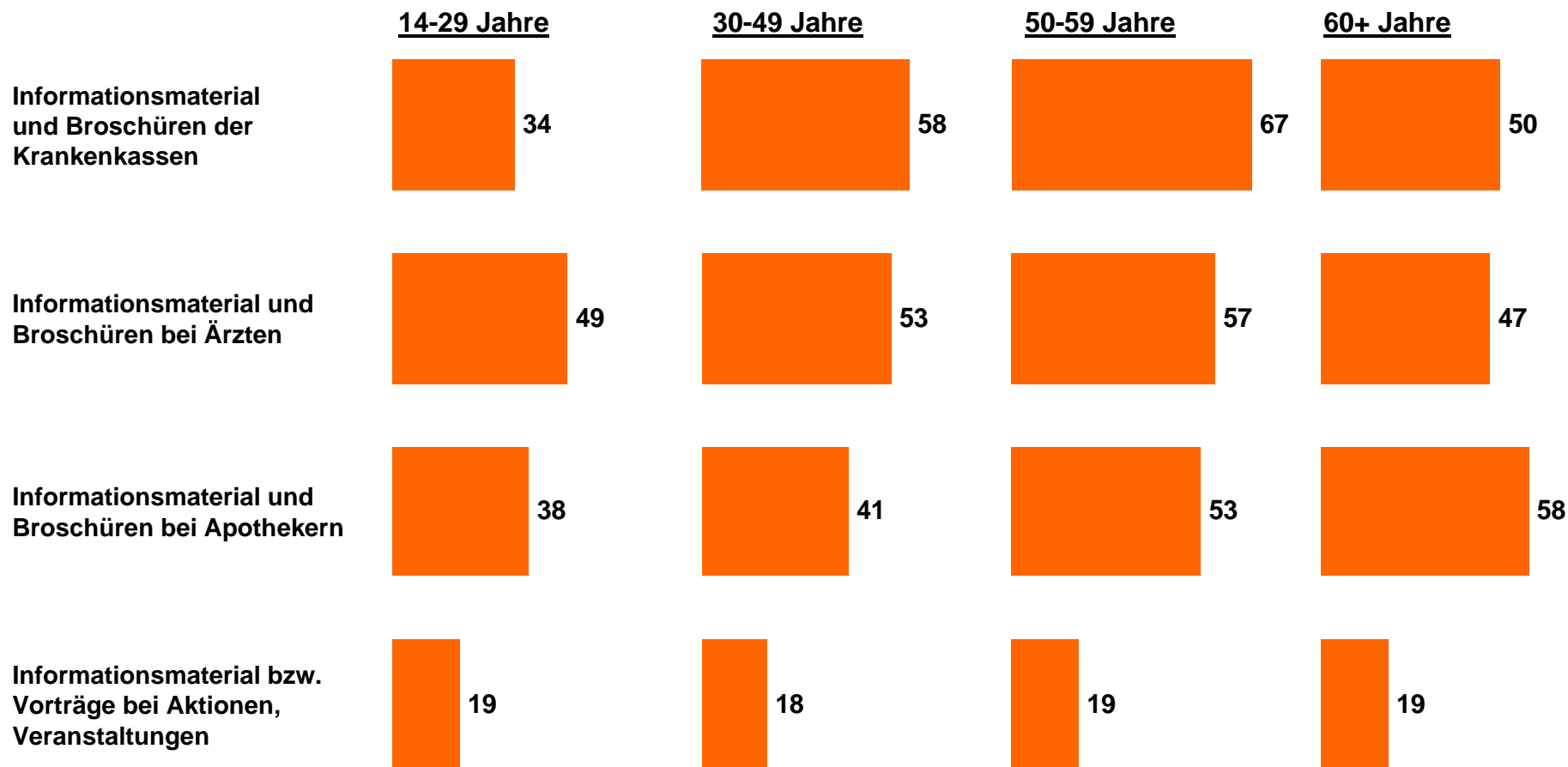
Frage: Ich nenne Ihnen jetzt eine Reihe von Möglichkeiten, sich über das Thema Gesundheit und Medizin zu informieren. Bitte sagen Sie mir, welche davon Sie zumindest gelegentlich nutzen.

Informationsmaterialien / Alter



mindline
media

Unter 30-Jährige informieren sich generell weniger über Broschüren und Informationsmaterial, am ehesten sind sie dafür noch beim Arzt zu erreichen



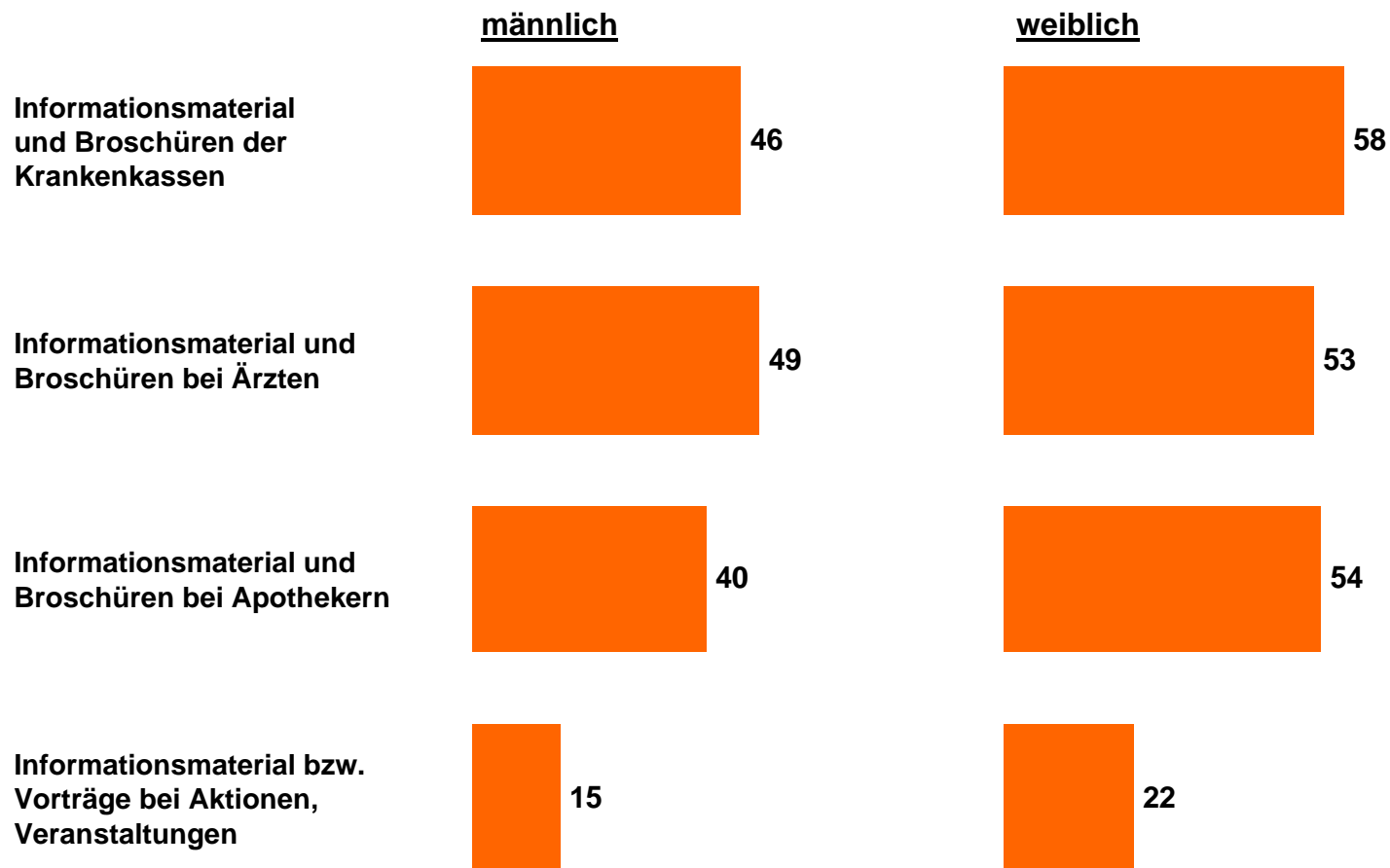
Basis: n = 1.001 | Angaben in Prozent

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt eine Reihe von Möglichkeiten, sich über das Thema Gesundheit und Medizin zu informieren. Bitte sagen Sie mir, welche davon Sie zumindest gelegentlich nutzen.

Informationsmaterialien / Geschlecht



Frauen informieren sich insgesamt häufiger über Informationsmaterialien und Broschüren



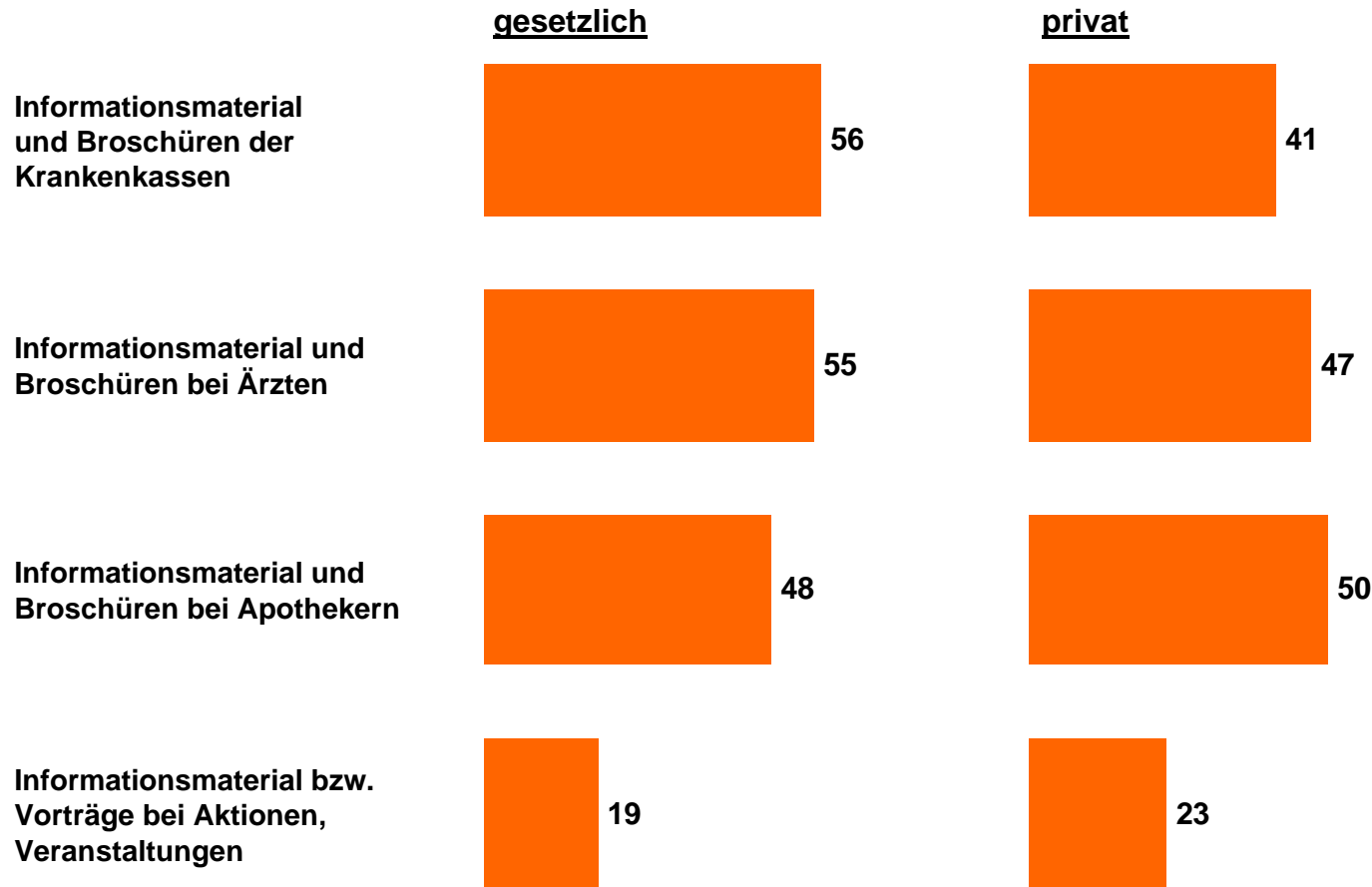
Basis: n = 1.001 | Angaben in Prozent

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt eine Reihe von Möglichkeiten, sich über das Thema Gesundheit und Medizin zu informieren. Bitte sagen Sie mir, welche davon Sie zumindest gelegentlich nutzen.

Informationsmaterialien / Krankenversicherung



GKV-Versicherte nutzen Informationsmaterial ihrer Versicherung klar häufiger (wie auch bereits Kundenzeitschriften und persönliche Beratung)



Basis: n = 1.001 | Angaben in Prozent

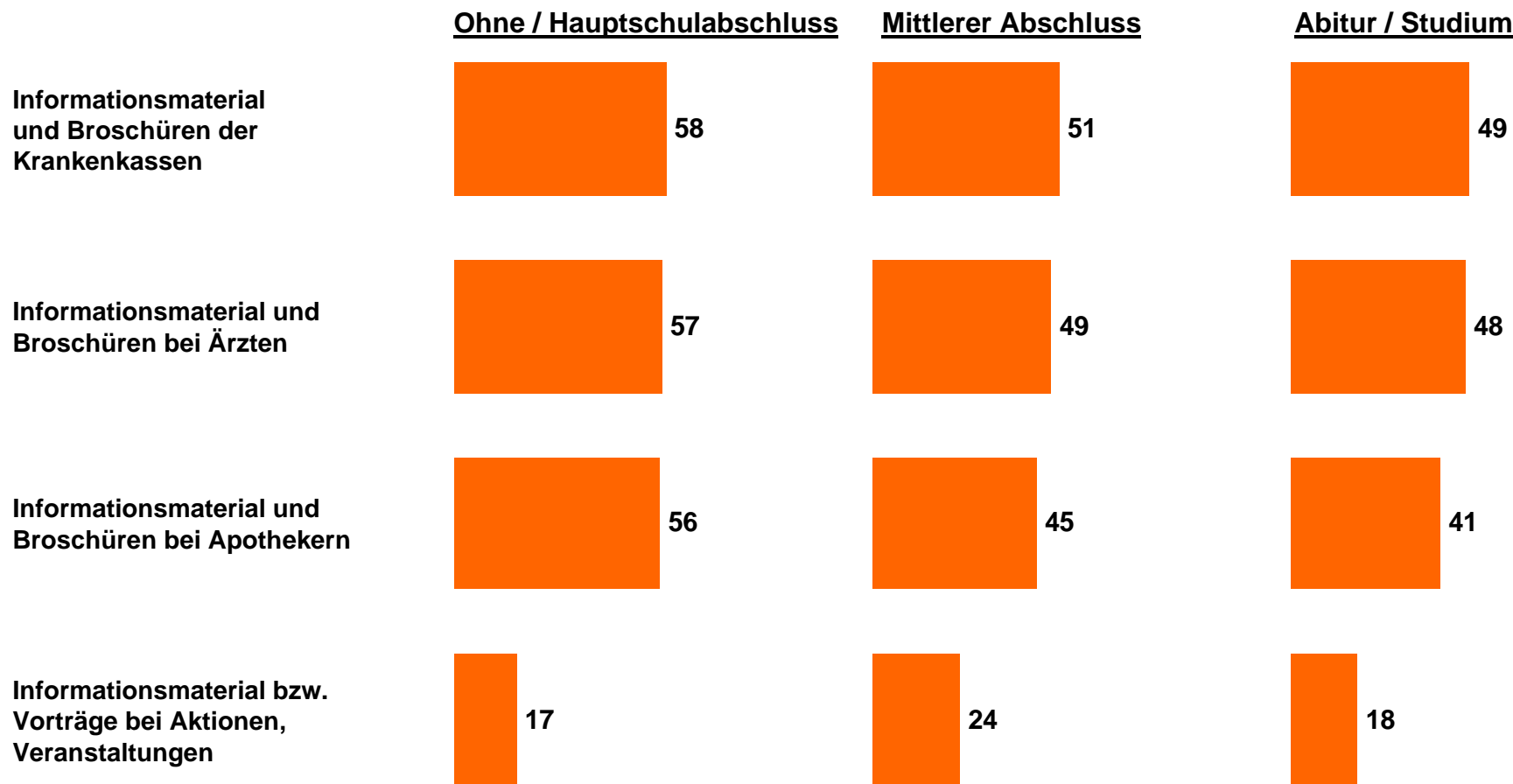
Frage: Ich nenne Ihnen jetzt eine Reihe von Möglichkeiten, sich über das Thema Gesundheit und Medizin zu informieren. Bitte sagen Sie mir, welche davon Sie zumindest gelegentlich nutzen.

Informationsmaterialien / Bildung



mindline
media

Besonders für Personen mit geringer formaler Bildung stellen Broschüren und Informationsmaterialien eine wichtige Informationsquelle dar



Basis: n = 1.001 | Angaben in Prozent

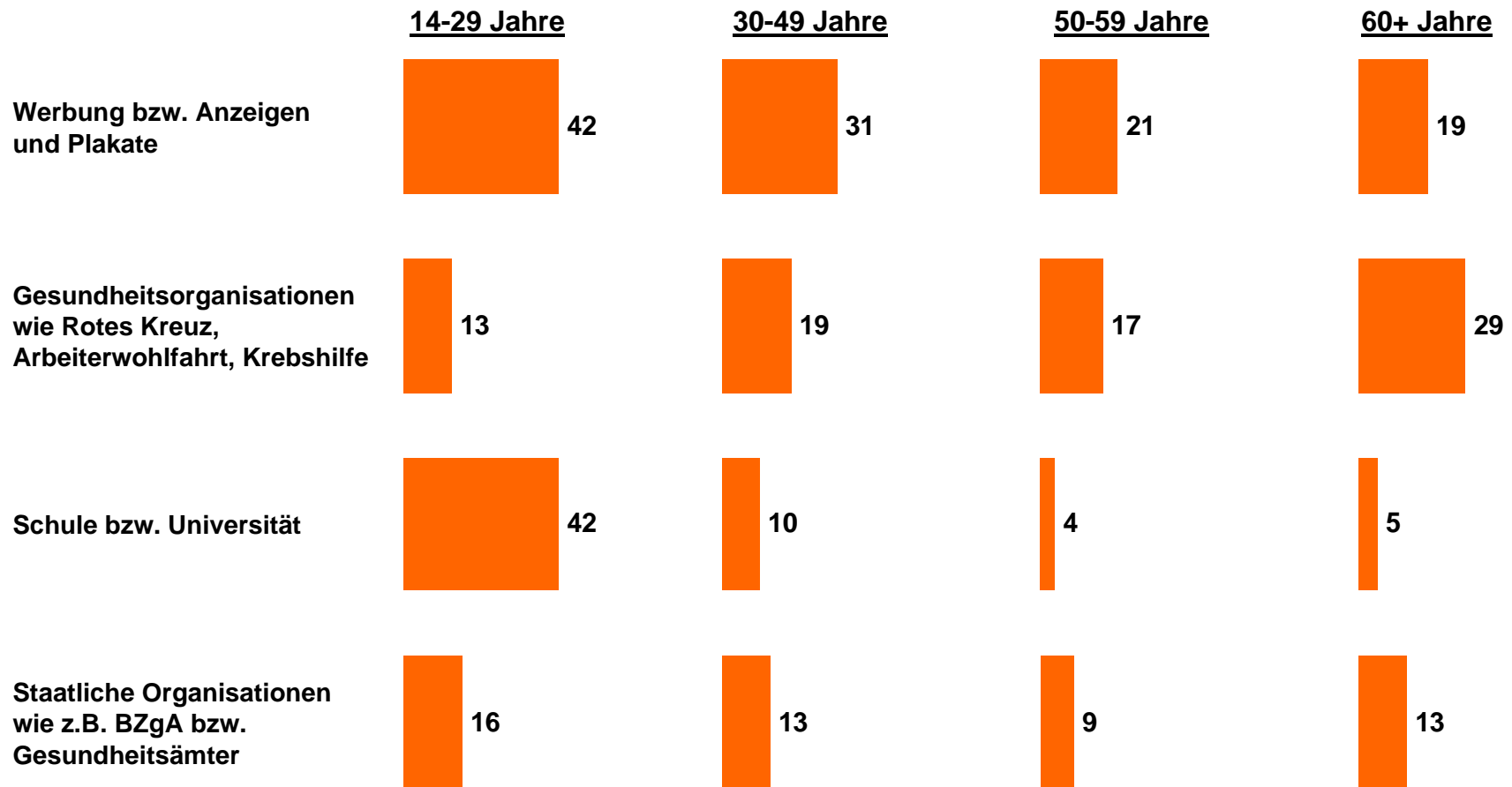
Frage: Ich nenne Ihnen jetzt eine Reihe von Möglichkeiten, sich über das Thema Gesundheit und Medizin zu informieren. Bitte sagen Sie mir, welche davon Sie zumindest gelegentlich nutzen.

Weitere Informationsquellen / Alter



mindline
media

Jüngere werden über Werbung und Schule / Uni besonders gut erreicht,
Ältere ab 60 überdurchschnittlich durch Gesundheitsorganisationen



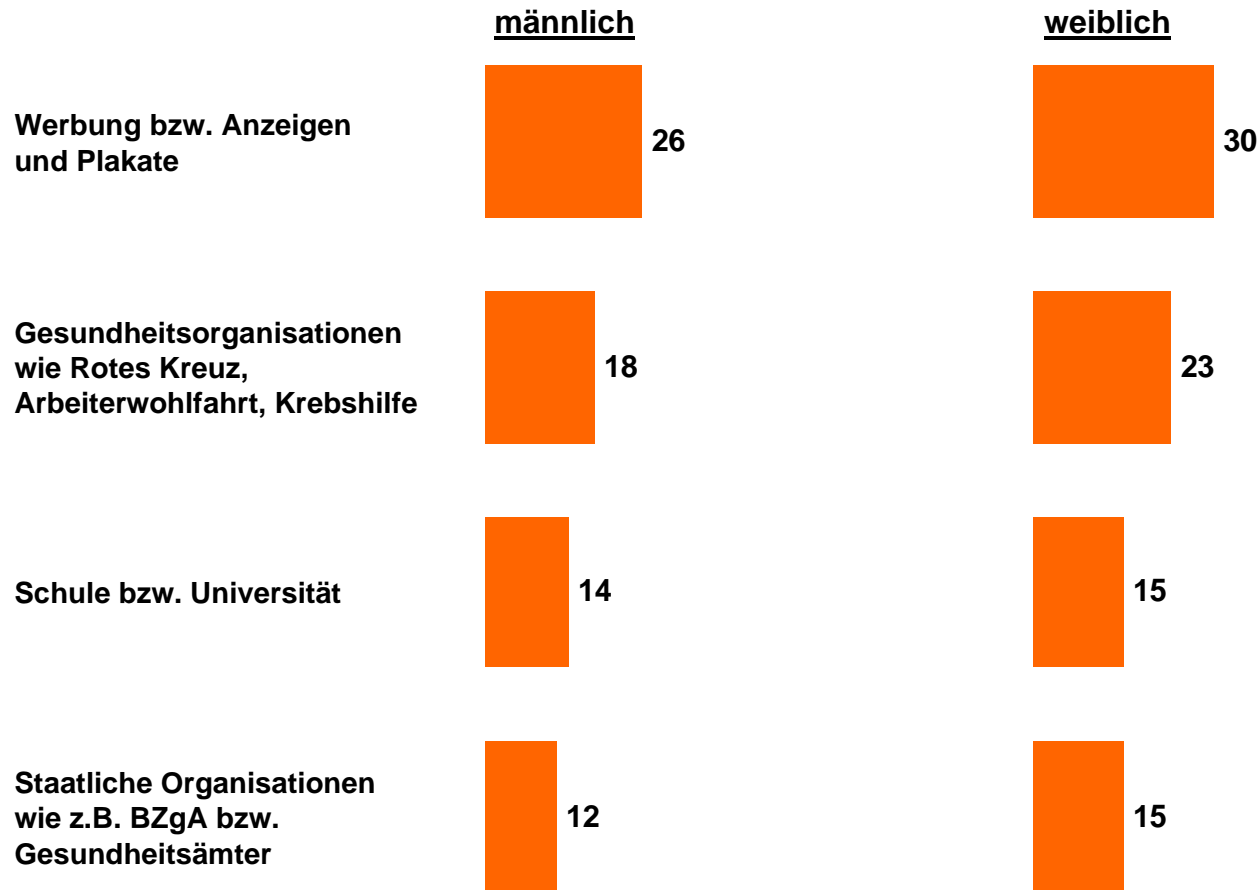
Basis: n = 1.001 | Angaben in Prozent

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt eine Reihe von Möglichkeiten, sich über das Thema Gesundheit und Medizin zu informieren. Bitte sagen Sie mir, welche davon Sie zumindest gelegentlich nutzen.

Weitere Informationsquellen / Geschlecht



Frauen werden durch Werbung und Gesundheitsorganisationen etwas häufiger angesprochen



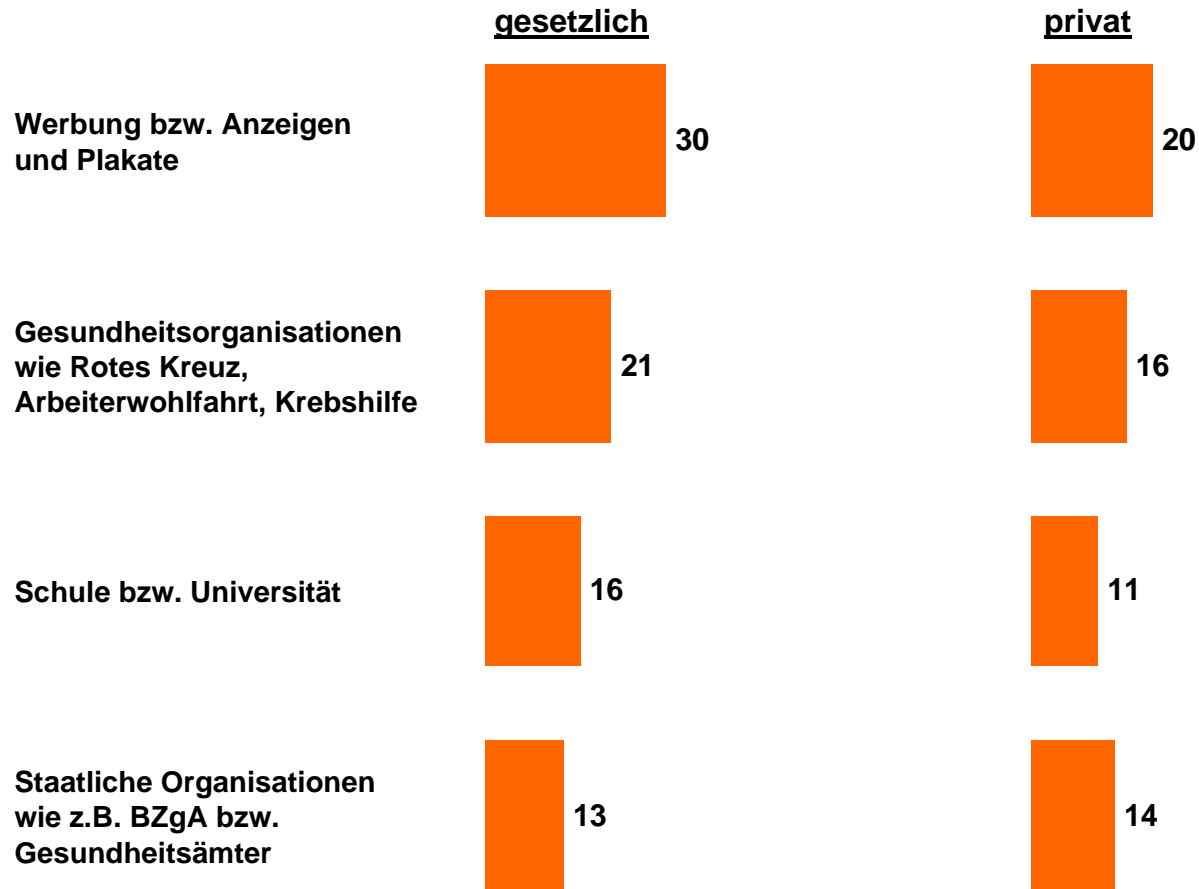
Basis: n = 1.001 | Angaben in Prozent

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt eine Reihe von Möglichkeiten, sich über das Thema Gesundheit und Medizin zu informieren. Bitte sagen Sie mir, welche davon Sie zumindest gelegentlich nutzen.

Weitere Infoquellen / Krankenversicherung



Werbung spielt bei GKV-Versicherten eine größere Rolle



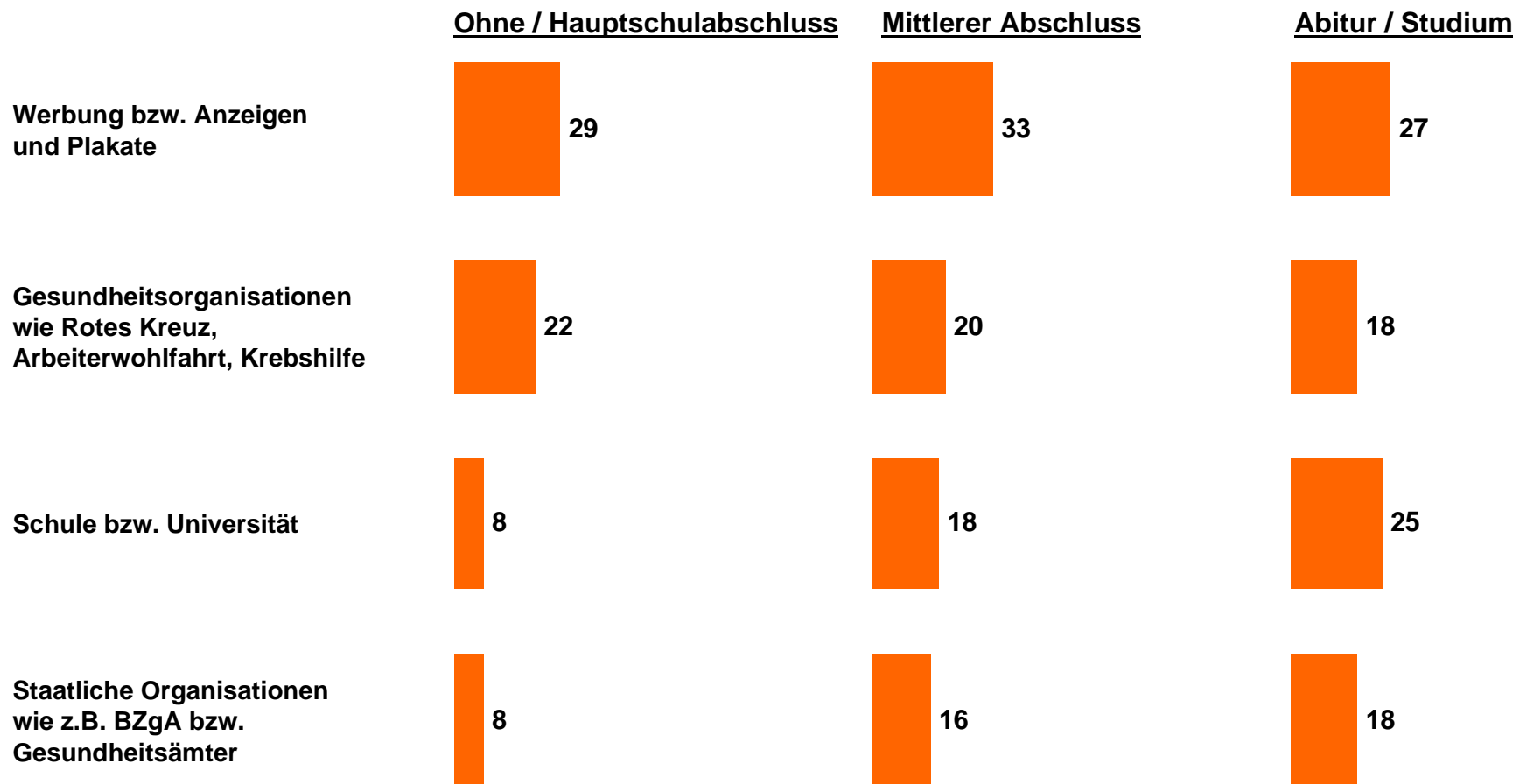
Basis: n = 1.001 | Angaben in Prozent

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt eine Reihe von Möglichkeiten, sich über das Thema Gesundheit und Medizin zu informieren. Bitte sagen Sie mir, welche davon Sie zumindest gelegentlich nutzen.

Weitere Informationsquellen / Bildung



Staatliche Organisationen kommen mit zunehmender Bildung eher in Betracht



Basis: n = 1.001 | Angaben in Prozent

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt eine Reihe von Möglichkeiten, sich über das Thema Gesundheit und Medizin zu informieren. Bitte sagen Sie mir, welche davon Sie zumindest gelegentlich nutzen.



Der Medienspezialist der mindline group



Full Service

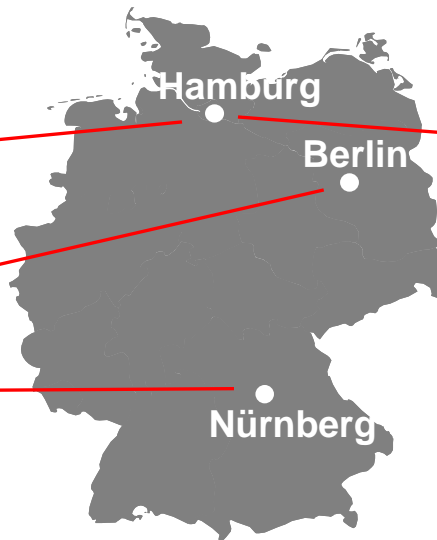
Konzeption und Analyse



Branchen-
spezialisten



Mitarbeiter: 16 Festangestellte



Field Service

Feldarbeit und Auswertung

PHONE RESEARCH



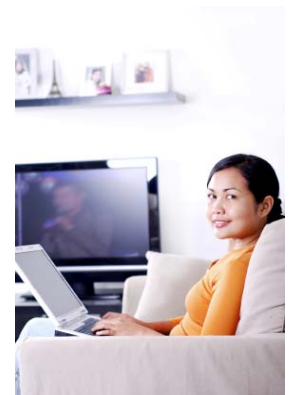
Mitarbeiter: 39 Festangestellte
640 Interviewer

Mitgliedschaften:



Konvergente Medienwelt – Methodenkonvergenz

- Vor dem Hintergrund von Digitalisierung, Konvergenz und Fragmentierung wird es immer wichtiger, die Mediennutzung aus Sicht des Publikums zu verstehen und ganzheitlich zu betrachten.
- Medienkonvergenz-Studien: Wie kombinieren die Mediennutzer die verschiedenen Angebote, welche Bedürfnisse erfüllen die verschiedenen Medien?
- In welcher Form fördert das Zusammenwachsen verschiedener Einzelmedien interaktive und transaktionale Nutzungsmöglichkeiten?
- Kombinierte Untersuchungsansätze Offline- und Online-Forschungsdesigns



AV-Medien

- Werbe-, Kampagnen-Pretests
- Kampagnen-Tracking und -Controlling
- Konzept- und Akzeptanztests (Programme, Formate, Akteure)
- Involvement-Tracking
- Markenwert-Analysen
- Loyalitäts-Analysen
- Rezeptions- und Wirkungsforschung
- Funktions-, Image- und Potenzial-Analysen
- Tests von Titeln, Claims, Logos, Trailern und Spots
- Moderatoren- und Schauspielertests
- Crossmedia-Studien

Print-Medien

- Reichweitenstudien und Markt-Media-Studien
- Nutzer-Struktur-Analysen
- Potenzialstudien
- Abonnenten-/Käuferbefragungen
- Kündiger- und Nichtumwandler-Analysen
- Loyalitäts-Analysen
- Copytests (Anzeigen und Redaktion)
- Launch- und Relaunch-Begleitforschung
- Titeltest
- Schlagzeilentest
- Format- und Layout-Tests
- Preisakzeptanztests

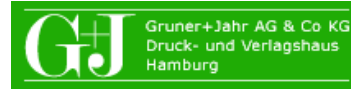
Kunden im Bereich der Kommunikations- und Medienforschung (Auswahl)



mindline
media



VIACOM



DIAGEO



BERTELSMANN

Korehnke
Kommunikation



DMAX





Dieter Storll

Geschäftsführer mindline media

mindline media GmbH

Rosenthaler Straße 46–47

D-10178 Berlin

Tel.: +49 (0) 30 / 30 83 386 - 70

Fax: +49 (0) 30 / 30 83 386 - 66

Mobil: +49 (0) 171 / 369 04 32

Mail: d.storll@mindline-media.de