

# **WEB 2.0 in der deutschen Krankenversicherungslandschaft: Eine „Fashion Wave“?**

**Autoren: Mirko Kühne, Nadine Blinn, Markus Nüttgens**

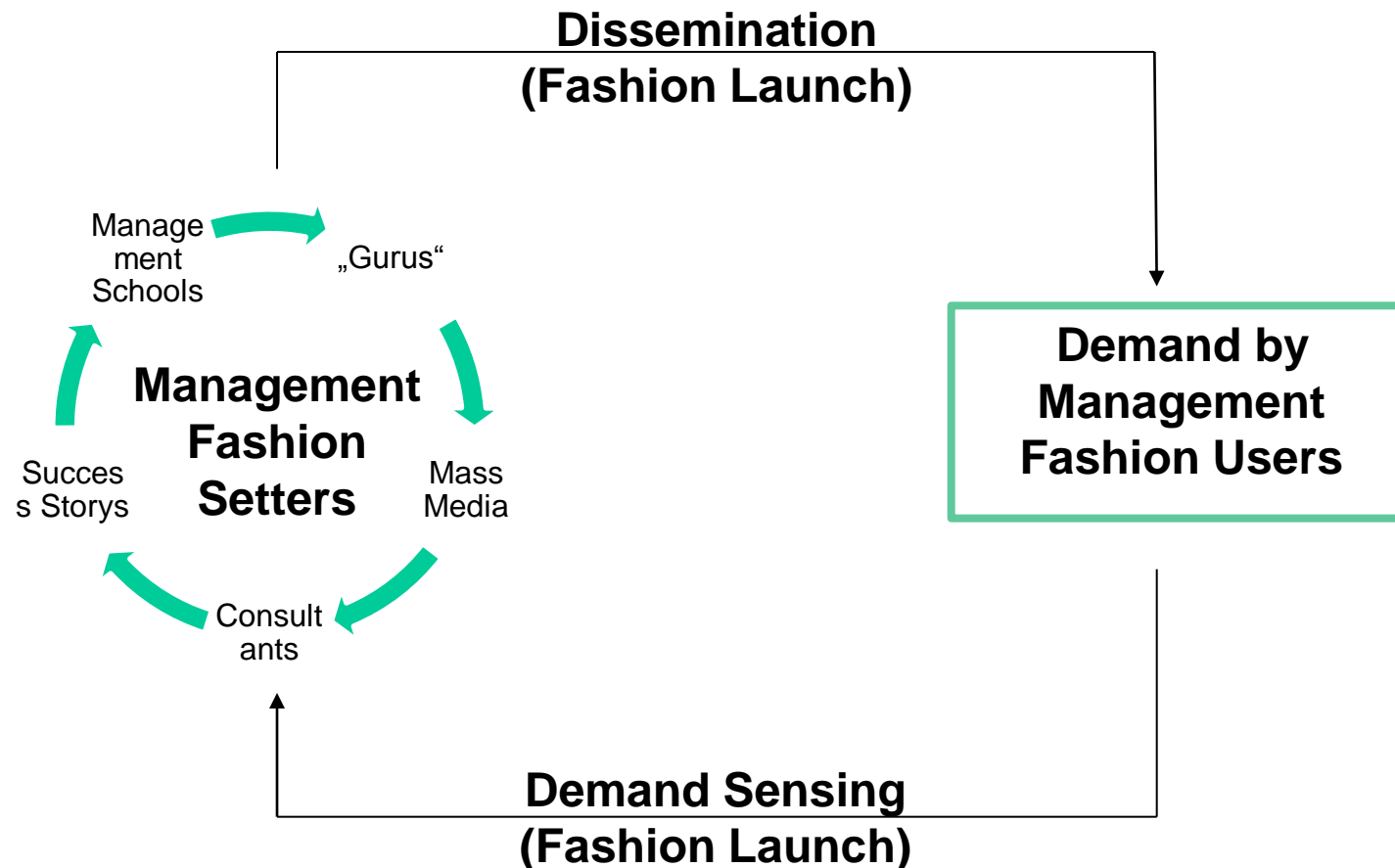
**Vortragender: Mirko Kühne**

---

## Die Managementforschung und –praxis unterliegt Modeerscheinungen (Management Fashions).

- Die Managementforschung und –praxis wird nach Abrahamson durch Modeerscheinungen (Management Fashions, Management Fads) charakterisiert
- Die Management Fashion Theorie basiert grundsätzlich auf der Diffusion Theorie von Rogers und beschreibt grundsätzlich die Verbreitung von Innovationen
- Fashion Setter und Adopter
- Wellenartiges Interesse (vgl. Hype-Cycle)
- Management Fashions haben zwei Lebenszyklen:
  - Diskurs-Lifecycle: Der Diskurs-Lifecycle beschreibt hierbei die Verbreitung der jeweiligen Fashion bzw. Innovation in Form von Publikationen (z.B. Artikel oder Bücher).
  - Diffusion-Lifecycle: Er hingegen beschreibt die Implementierung der jeweiligen Fashion in bzw. über Organisationen hinweg. Die Lebenszyklen weisen hierbei eine wellenartige Form auf.

Je stärker Organisationen die Innovationen adaptieren, desto stärker ist die gemeinschaftliche Überzeugung. Folge ist eine zunehmende Verbreitung.



Im Rahmen der zunehmenden Informationsbeschaffung zu gesundheitsbezogenen Themen, sind Krankenkassen ein wichtiger Informationslieferant

- Gesundheitsinformationen werden zunehmend über das Internet gesucht
- Krankenversicherungen spielen (insbesondere in Deutschland) eine zentrale Rolle im Gesundheitssystem
- Verschiedene Studien zeigen, dass Krankenkassen ein wichtiger Lieferant von Gesundheitsinformationen ist
- Hierbei kommen zunehmend Web 2.0 Technologien zum Einsatz
- In unserer Studie aus 2009 haben wir erstmalig nachgewiesen, in welchem Umfang Web 2.0 Technologien in der deutschen Krankenversicherungslandschaft eingesetzt werden
- Ergebnis: Web 2.0 Technologien besitzen einen signifikanten Anteil in der Kommunikation von gesundheitsbezogenen Inhalten darstellen

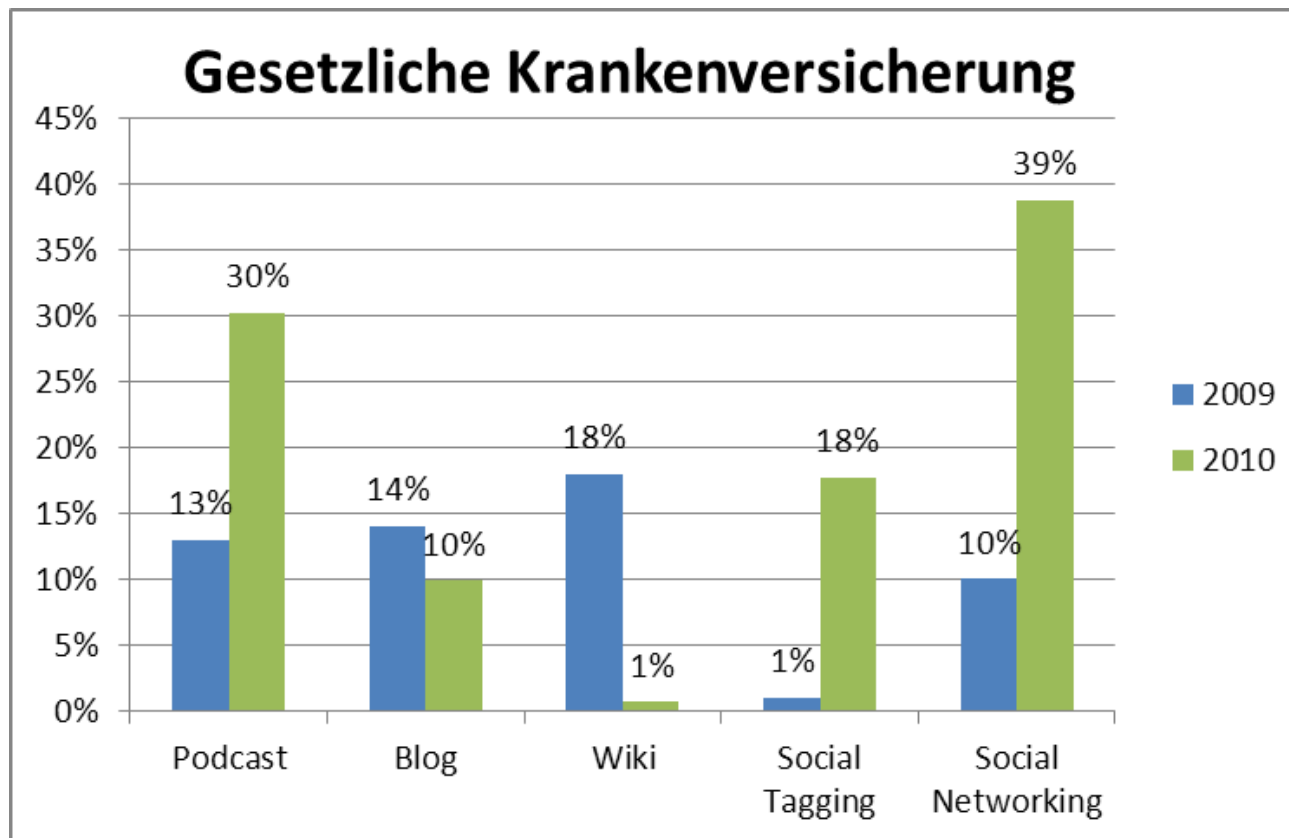
In der deutschen Krankenversicherungslandschaft unterteilt sich in gesetzliche und private Anbieter.

- Jeder Bundesbürger ist verpflichtet eine Krankenversicherung zu besitzen
- Duales Krankenversicherungssystem
- Gesetzliche Krankenversicherung (GKV)
  - Allgemeiner Beitragssatz: 15,5% (8,2% Arbeitnehmer,; 7,3% Arbeitgeber)
  - Zusatzbeitrag
  - Pflichtversicherungsgrenze: 49.500 EUR
  - 87% der Bevölkerung ist GKV-versichert
- Private Krankenversicherung (PKV)
  - Individueller, risikobasierter Beitragssatz
  - Beamte, Selbständige, Einkommen über Pflichtversicherungsgrenze

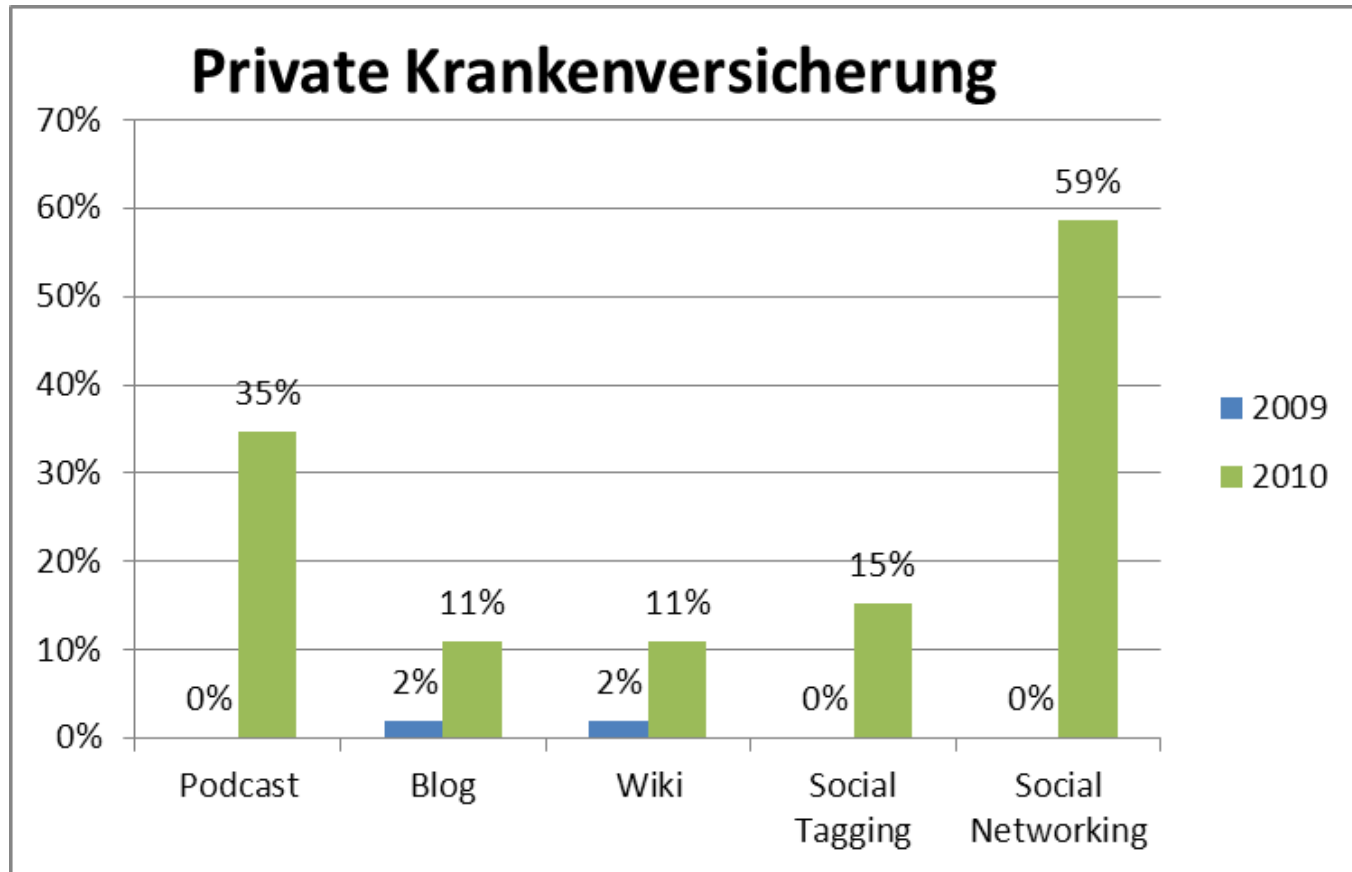
Im Rahmen einer Vollerhebung wurden alle Webseiten der insgesamt 184 Anbieter von Krankenversicherungen untersucht.

- Die Durchführung der Studie erfolgt nach der third-party-web-assessment-Methode, wobei der mystery-user-Ansatz genutzt wird
- Webseiten aller Krankenversicherungen wurden untersucht
  - 46 PKV
  - 152 GKV
- Untersuchungsrahmen: Web 2.0 Framework von Pleil
  - Evaluationskriterien: Blog, Wiki, Social Tagging / Social Bookmarking, Social Networking und Podcasts
- Diese Evaluationskriterien wurden in ein binäres Punktebewertungsmodell überführt
- Dieses Web 2.0 Framework war die Ausgangsbasis der Evaluation in 2009

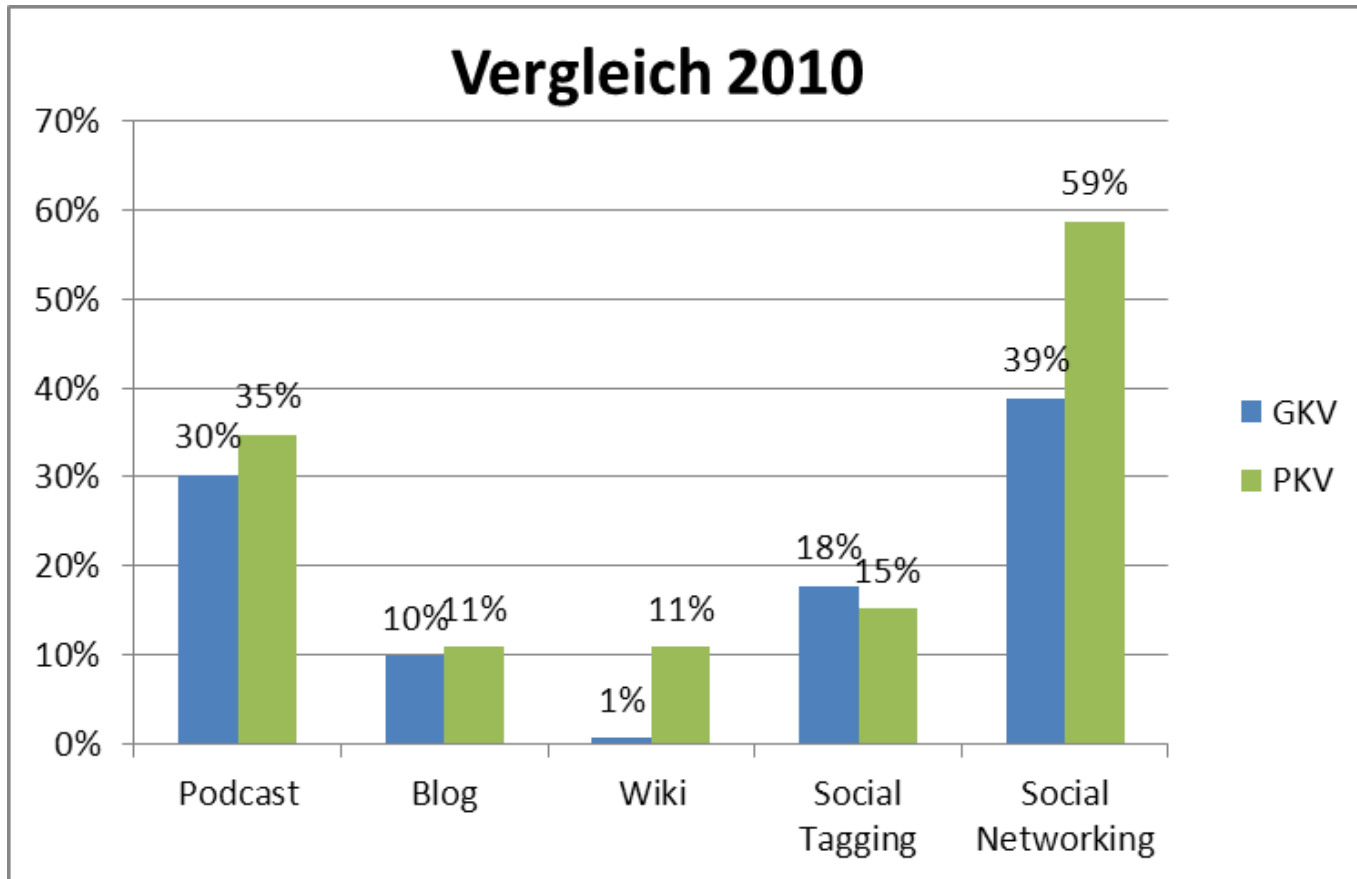
Hinsichtlich des Einsatzes von Web 2.0 Technologien sind verschiedene Tendenzen erkennbar.



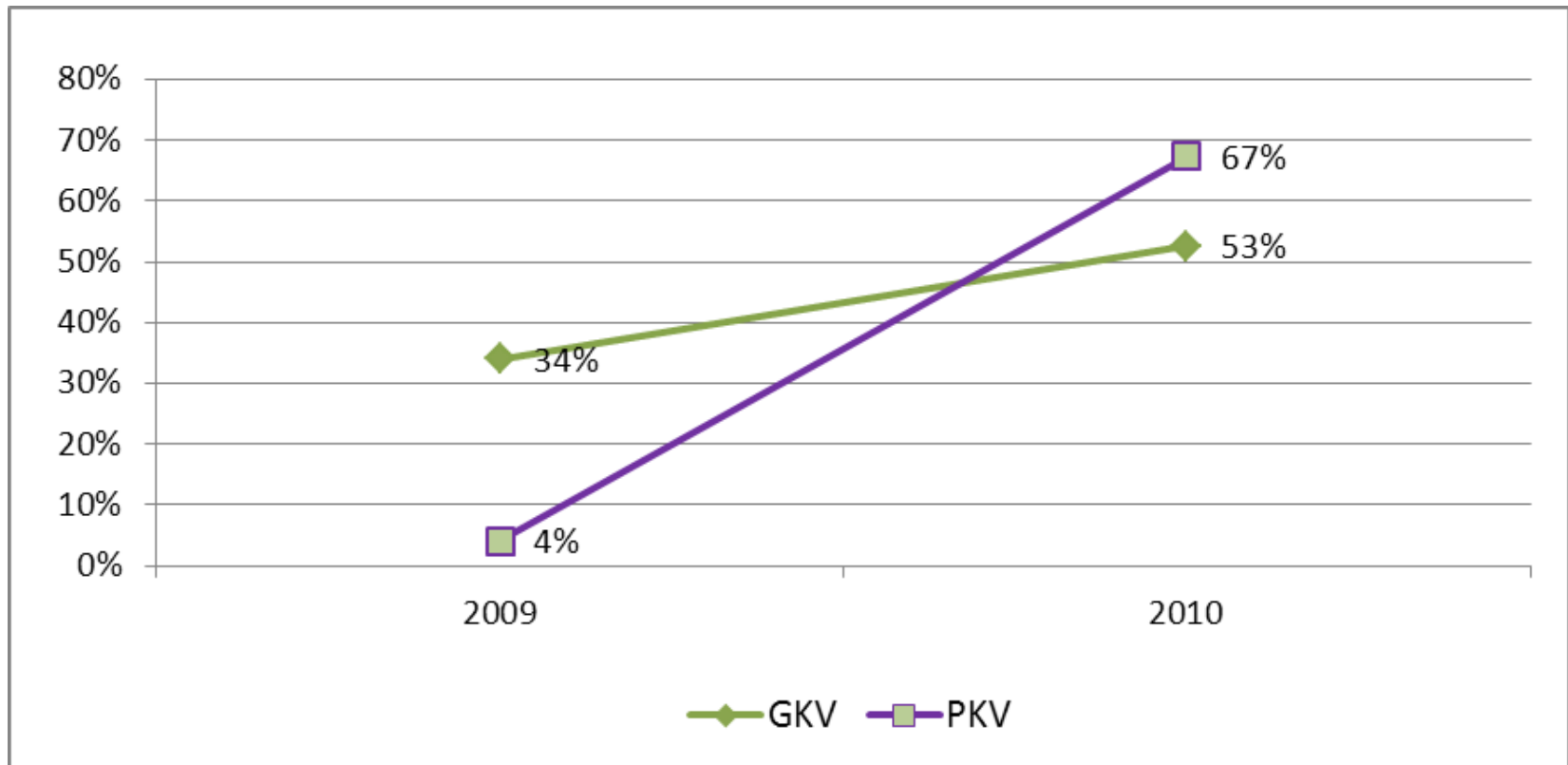
Bei den privaten Anbietern konnte ein deutlicher Anstieg im Angebot von Web 2.0 Technologien verzeichnet werden.



Während die privaten Anbieter in 2009 noch deutlich hinter den gesetzlichen zurück lagen, haben diese in 2010 das Angebot stark ausgebaut.



## Ist der deutliche Anstieg im Angebot von Web 2.0 Technologien der Aufschwung einer Fashion Wave?



## Die zunehmende Verbreitung von Web 2.0 Anwendungen deutet auf eine Aufschwungphase im Diffusion-Lifecycle hin.

- deutlicher Anstieg der Nutzung von Web 2.0 Anwendungen innerhalb der letzten 1 ½ Jahre
- Fashion Waves weisen eine vergleichbare Entwicklung auf
- Die zunehmende Verbreitung von Web 2.0 Anwendungen bei deutschen Krankenkassen weist auf eine Aufschwung-Phase innerhalb des Diffusion-Lifecycles hin
- Weitere Forschungsfragen:
  - Discourse-Lifecycle
  - Unterschiede GKV und PKV
  - Mehrwert und Nutzung