



Moritz Erasmus Behm (Autor)

## **Digitale Gesundheit**

Patient Experience und Physician Experience im Rahmen  
der digitalen Transformation im deutschen  
Gesundheitswesen

Moritz Erasmus Behm

### **Digitale Gesundheit**

Patient Experience und Physician Experience im  
Rahmen der digitalen Transformation im deutschen  
Gesundheitswesen



Cuvillier Verlag Göttingen  
Internationaler wissenschaftlicher Fachverlag

<https://cuvillier.de/de/shop/publications/8383>

Copyright:

Cuvillier Verlag, Inhaberin Annette Jentzsch-Cuvillier, Nonnenstieg 8, 37075 Göttingen,  
Germany

Telefon: +49 (0)551 54724-0, E-Mail: [info@cuvillier.de](mailto:info@cuvillier.de), Website: <https://cuvillier.de>

## INHALTSVERZEICHNIS

<b>1</b>	<b>EINLEITUNG .....</b>	<b>1</b>
1.1	THEMENFOKUSSIERUNG.....	4
1.2	FORSCHUNGSFRAGE .....	7
1.3	FORSCHUNGSMETHODIK UND EMPIRIE .....	8
1.4	AUFBAU DER ARBEIT .....	9
<b>2</b>	<b>INNOVATIONEN IM DEUTSCHEN GESUNDHEITSSYSTEM – ENTWICKLUNG UND POLITISCHE RAHMENBEDINGUNGEN.....</b>	<b>11</b>
2.1	ÜBERBLICK ÜBER DAS DEUTSCHE GESUNDHEITSWESEN .....	11
2.1.1	<i>Bevölkerung und Gesundheitszustand</i> .....	11
2.1.2	<i>Entstehung des deutschen Gesundheitssystems</i> .....	15
2.1.3	<i>Strukturen und Finanzierung</i> .....	18
2.1.4	<i>Aktuelle Trends</i> .....	22
2.2	DIGITALE ANWENDUNGEN IM GESUNDHEITSWESEN .....	25
2.2.1	<i>Begriffsbestimmungen</i> .....	27
2.2.2	<i>Digitale Gesundheitsanwendungen</i> .....	30
2.2.3	<i>Medizin-Apps</i> .....	34
2.2.4	<i>Wearables</i> .....	37
2.2.5	<i>Online-Videosprechstunde am Beispiel von eedoctors</i> .....	40
2.2.6	<i>KI-basierte Symptomchecker am Beispiel von ADA</i> .....	44
2.3	POLITISCHE RAHMENBEDINGUNGEN UND ENTWICKLUNGEN.....	51
2.3.1	<i>Umsetzungsstand eHealth</i> .....	54
2.3.2	<i>Eckpunkte des Digitalen Versorgungsgesetzes (DVG)</i> .....	57
2.3.3	<i>Implikationen für die unterschiedlichen Akteure</i> .....	59
<b>3</b>	<b>GRUNDLAGEN DER INNOVATION .....</b>	<b>61</b>
3.1	DEFINITION UND ARTEN VON INNOVATION .....	62
3.1.1	<i>Produktinnovation</i> .....	65
3.1.2	<i>Prozessinnovation</i> .....	66
3.1.3	<i>Systeminnovation</i> .....	67
3.1.4	<i>Sozialinnovation</i> .....	69
3.2	DIMENSIONEN VON INNOVATIONEN.....	70

3.2.1	<i>Inhaltliche Dimension</i> .....	71
3.2.2	<i>Intensitätsdimension</i> .....	71
3.3	KRITERIEN FÜR DIE ADAPTION VON INNOVATION .....	75
3.3.1	<i>Diffusionsmodellierung</i> .....	76
3.3.2	<i>Faktoren der Nachfrage</i> .....	78
3.4	INNOVATION IM GESUNDHEITSWESEN.....	82
<b>4</b>	<b>DIGITAL HEALTH – ROLLEN UND MODELLE .....</b>	<b>87</b>
4.1	DER PATIENT IM WANDEL .....	90
4.2	PATIENT GLEICH KUNDE? .....	93
4.3	DER ARZT IM WANDEL .....	99
4.3.1	<i>Das paternalistische Modell</i> .....	101
4.3.2	<i>Das partnerschaftliche Modell</i> .....	102
4.3.3	<i>Ökonomisch-medizinische Interessenskonflikte</i> .....	104
4.4	ERKLÄRUNGSMODELLE ZUR AKZEPTANZ NEUER TECHNOLOGIEN .....	106
4.4.1	<i>Innovations-Diffusions-Theorie</i> .....	109
4.4.2	<i>Theory of Reasoned Actions und Theory of Planned Behavior</i> .....	112
4.4.3	<i>Technologie Acceptance Model</i> .....	114
4.4.4	<i>Entwicklung des TAM</i> .....	117
4.5	BEWERTUNG DER MODELLE ZUR TECHNOLOGIEAKZEPTANZ IM DIGITAL-HEALTH-KONTEXT ..	119
4.6	EINBETTUNG DES TASK-TECHNOLOGY-FIT-MODELLS.....	121
<b>5</b>	<b>PATIENT EXPERIENCE .....</b>	<b>124</b>
5.1	BEGRIFF DER CUSTOMER EXPERIENCE.....	124
5.2	MESSUNG VON KUNDENZUFRIEDENHEIT .....	128
5.2.1	<i>Objektive Messmethoden der Kundenzufriedenheit</i> .....	128
5.2.2	<i>Subjektive Messmethoden der Kundenzufriedenheit</i> .....	129
5.2.3	<i>KANO – Customer-Experience-Modell</i> .....	133
5.3	PATIENT ENGAGEMENT IM RAHMEN DER DIGITALEN TRANSFORMATION.....	135
5.4	NARRATIV- VS. EVIDENZBASIERTE MEDIZIN.....	140
5.4.1	<i>Narrativbasierte Medizin</i> .....	140
5.4.2	<i>Evidenzbasierte Medizin</i> .....	141
5.4.3	<i>Narrativbasierte und evidenzbasierte Medizin – Implikationen für die medizinische Erstversorgung</i> .....	142

<b>6 PHYSICIAN EXPERIENCE.....</b>	<b>145</b>
6.1 DAS KONZEPT DES NEW WORK .....	145
6.2 ANFORDERUNGEN FÜR EINE DIGITAL-NATIVE-TAUGLICHE PHYSICIAN EXPERIENCE.....	149
6.3 DER DIGITALE ARBEITSPLATZ.....	150
6.4 PRODUKTIVITÄTSPARADOXON DER DIGITALISIERUNG.....	156
6.5 KONSEQUENZEN DER VERSCHMELZUNG VON WORK UND LIFE .....	157
<b>7 DARSTELLUNG DER STUDIE .....</b>	<b>161</b>
7.1 STUDIENDESIGN .....	161
7.2 INTERVIEW UND GEPRÄCHSFÜHRUNG .....	163
7.3 QUALITATIVE INHALTSANALYSE .....	165
7.4 ERGEBNISSE DER ÄRZTEINTERVIEWS.....	170
7.4.1 <i>Aussagen der Teilnehmer.</i> .....	171
7.4.2 <i>Kategorisierung.</i> .....	184
7.4.3 <i>Indikationsranking</i> .....	192
7.5 GRUPPENEXPERIMENTE .....	196
7.5.1 <i>Design des Experiments</i> .....	196
7.5.2 <i>Forschungsethische Erläuterungen</i> .....	199
7.5.3 <i>Resultate der Experimente</i> .....	201
7.6 REFLEXION DES VORGEHENS .....	204
<b>8 DISKUSSION .....</b>	<b>207</b>
8.1 ERÖRTERUNG DER ERGEBNISSE UND RÜCKKOPPLUNG AN DEN KONTEXT DER ARBEIT .....	207
8.1.1 <i>Patient Experience</i> .....	208
8.1.2 <i>Physician Experience</i> .....	211
8.2 GESUNDHEITSPOLITISCHE IMPLIKATIONEN.....	216
<b>9 FAZIT UND AUSBLICK .....</b>	<b>222</b>
<b>LITERATURVERZEICHNIS.....</b>	<b>227</b>