



# Nutzerorientierung als Schlüssel der digitalen Prävention

**Prof. Dr. Tobias Mettler**



Institute of Information Management  
University of St.Gallen  
Unterer Graben 21, CH-9000 St.Gallen  
[tobias.mettler@unisg.ch](mailto:tobias.mettler@unisg.ch)  
<http://ehealth.iwi.unisg.ch>

# Agenda & Themen

**Der Markt für  
digitale Prävention**



**Ökosystem-Sicht:  
Herausforderungen  
& Zielkonflikte**

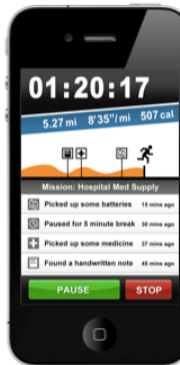
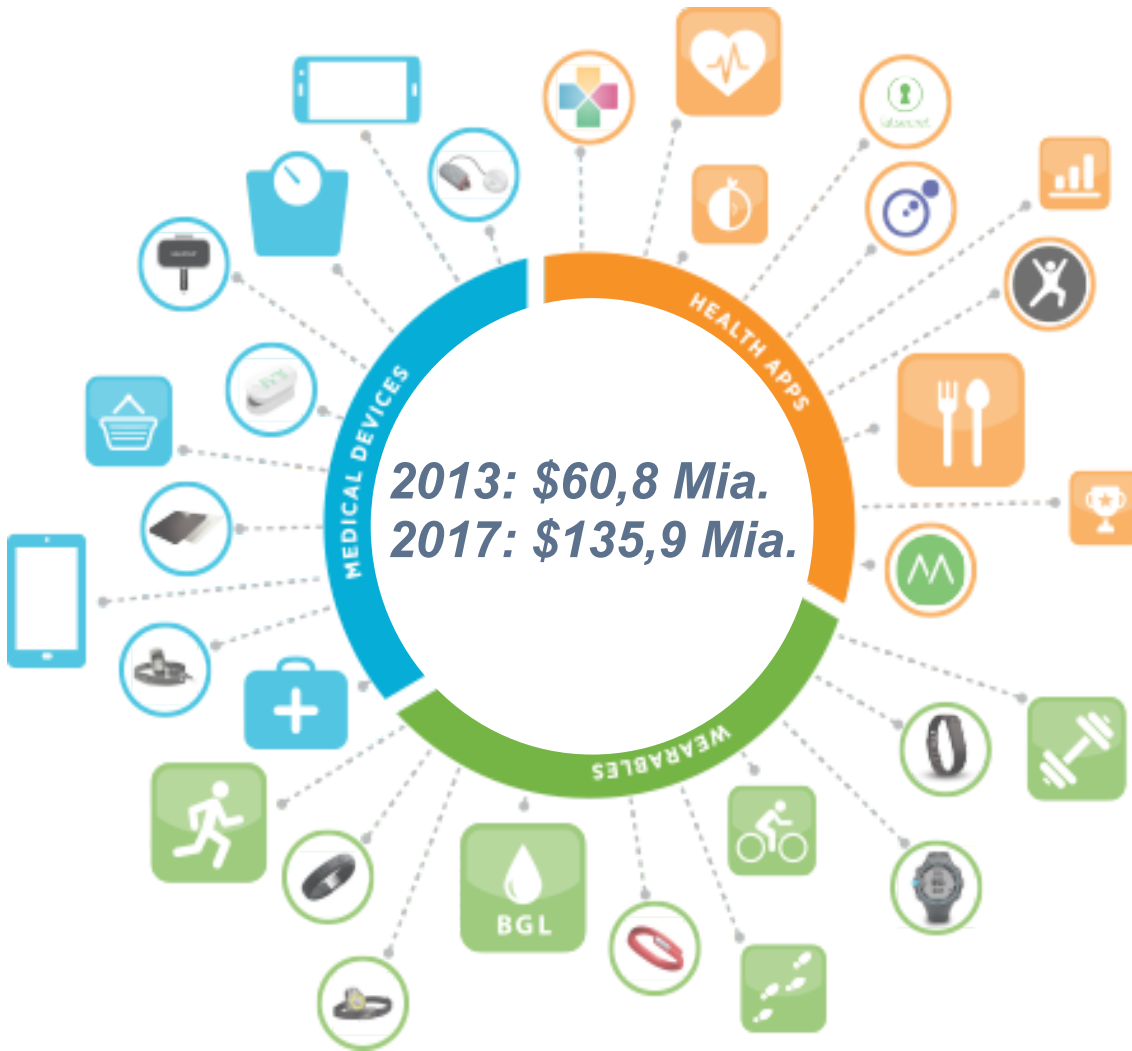


**Massnahmen  
aus Nutzersicht**

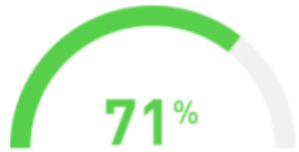


**Zmittag**

# Was einst ein Spielfeld für „Tüftler“ war, ist heute ein riesiger Markt geworden



# Konsumentenbefragung in den USA: Nutzung digitaler Angebote wird zunehmend beliebter



71%

## ONLINE HEALTH INFORMATION

*Historical use of online or mobile resources to search for specific health topics*

WebMD

IODINE



50%

## ONLINE HEALTH REVIEWS

*Historical use of online or mobile resources to find reviews of doctors or healthcare services*

healthgrades

ZocDoc



17%

## MOBILE HEALTH TRACKING

*Current use of a mobile health application to track one or more health-related factors*

Lose It!

myfitnesspal



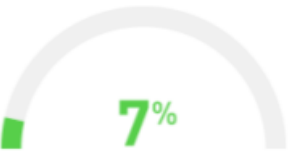
12%

## WEARABLES

*Ownership of wearable devices that help track key health-related factors*

fitbit

JAWBONE



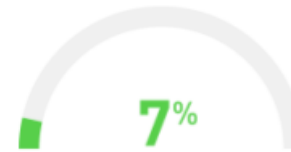
7%

## GENETIC SERVICES

*Consumer-driven historical use of genetic-based services including family planning and personal DNA*

23andMe

Counsyl



7%

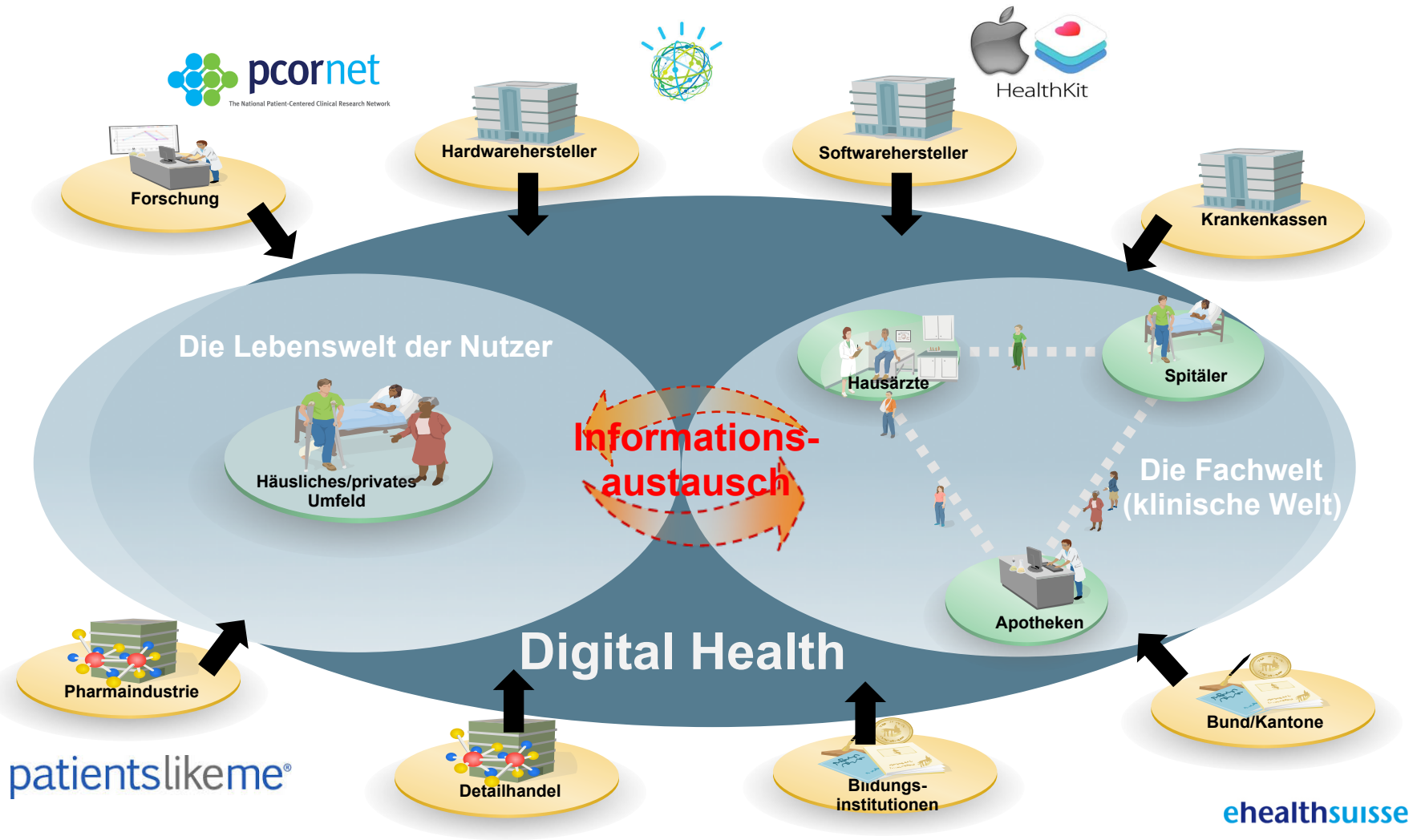
## TELEMEDICINE

*Historical use of video-based technologies to receive medical care or advice from a healthcare professional*

American Well

Dr DOCTOR ON DEMAND

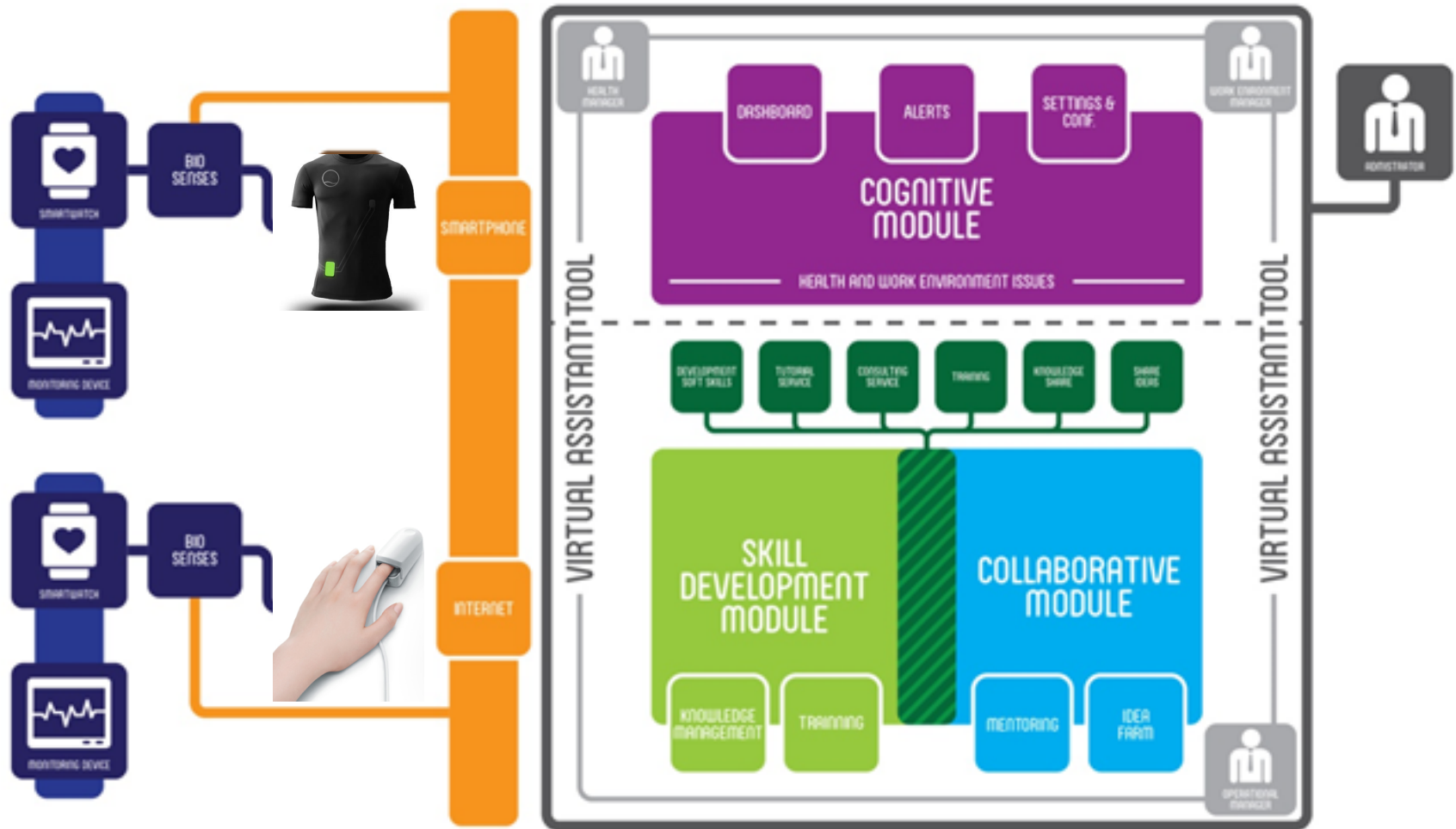
# Ökosystem-Sicht auf digitale Prävention: Zu viele Köche...?



# Wie funktioniert der Informationsaustausch mit digitalen Gesundheitsangeboten – Ein zukünftiges Szenario!?



# Konkretes Anwendungsbeispiel: Messung von „Stress“ am Arbeitsplatz



# Zielsetzungen und Anforderungen divergieren unter Umständen stark...



# ...und verursachen manchmal unüberbrückbare Probleme!

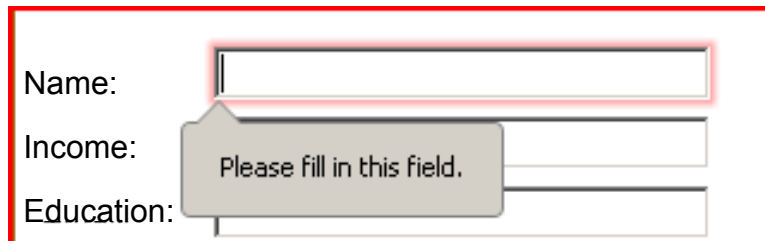


**Zu starke Differenzen sind der Tod jeder digitalen Anwendung!!!**

# Publikumsumfrage

# Massnahmen zur Vertrauensbildung

- ✧ **Transparenz:** Klare Beschreibung, welche Daten wo gespeichert und von wem (langfristig) in welcher Form genutzt werden
- ✧ **Bescheidenheit:** Konzentration auf wenige, möglichst „maschinen-generierte“ Datensätze anstatt Sammelwut
- ✧ **Freiwilligkeitsprinzip:** Möglichkeit bestimmte Daten nicht mitteilen resp. bestimmte Funktionen nicht nutzen zu müssen, auch wenn dies zu Ungunsten der späteren Datenverwertung ist
- ✧ **Adaption:** Genau verstehen, wer die Zielgruppe ist und was für Vorwissen diese besitzt (Intension der Nutzung, Technikaversion, Umgang mit Apps, ...)



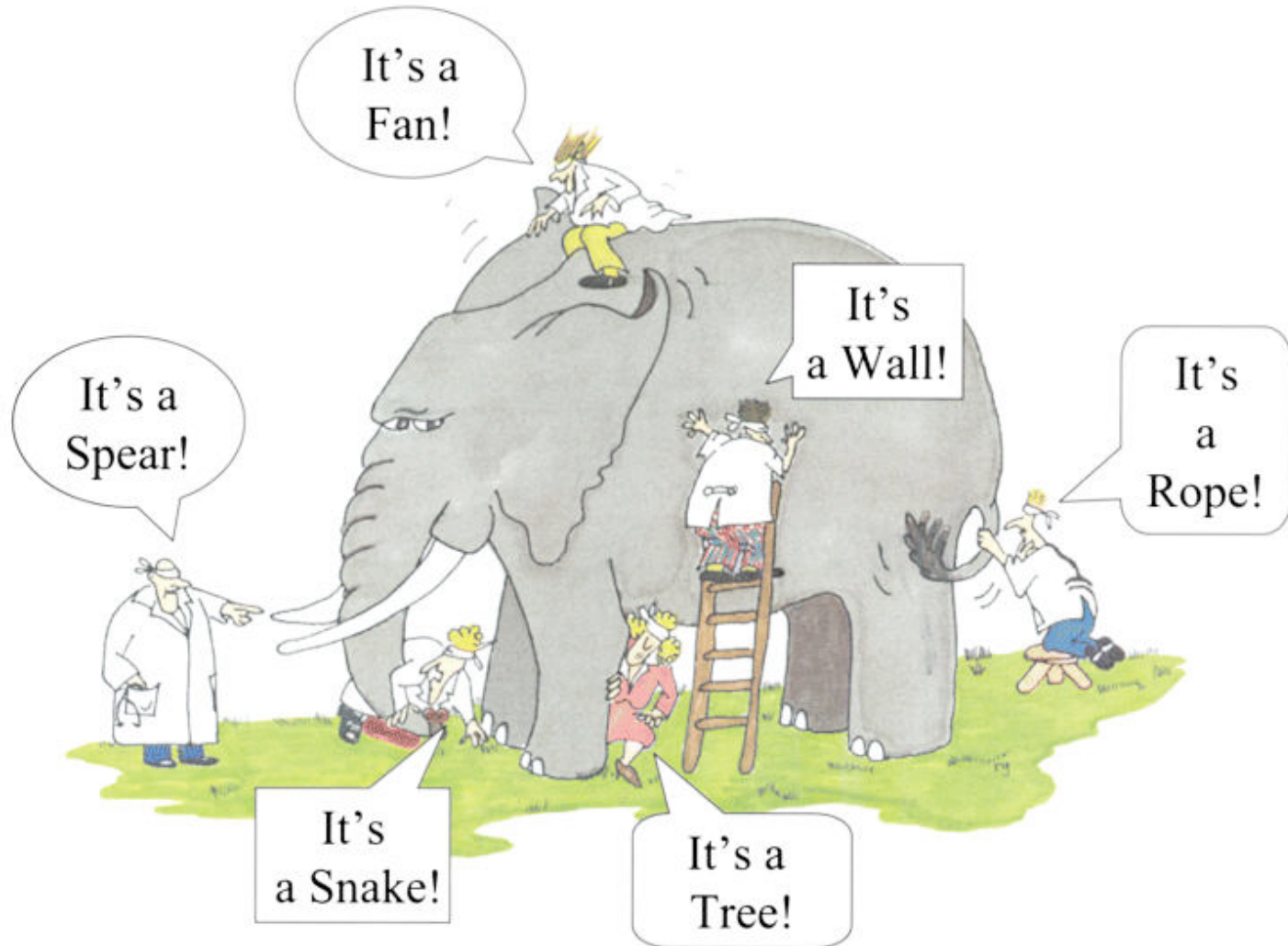
Name:

Income:

Education:

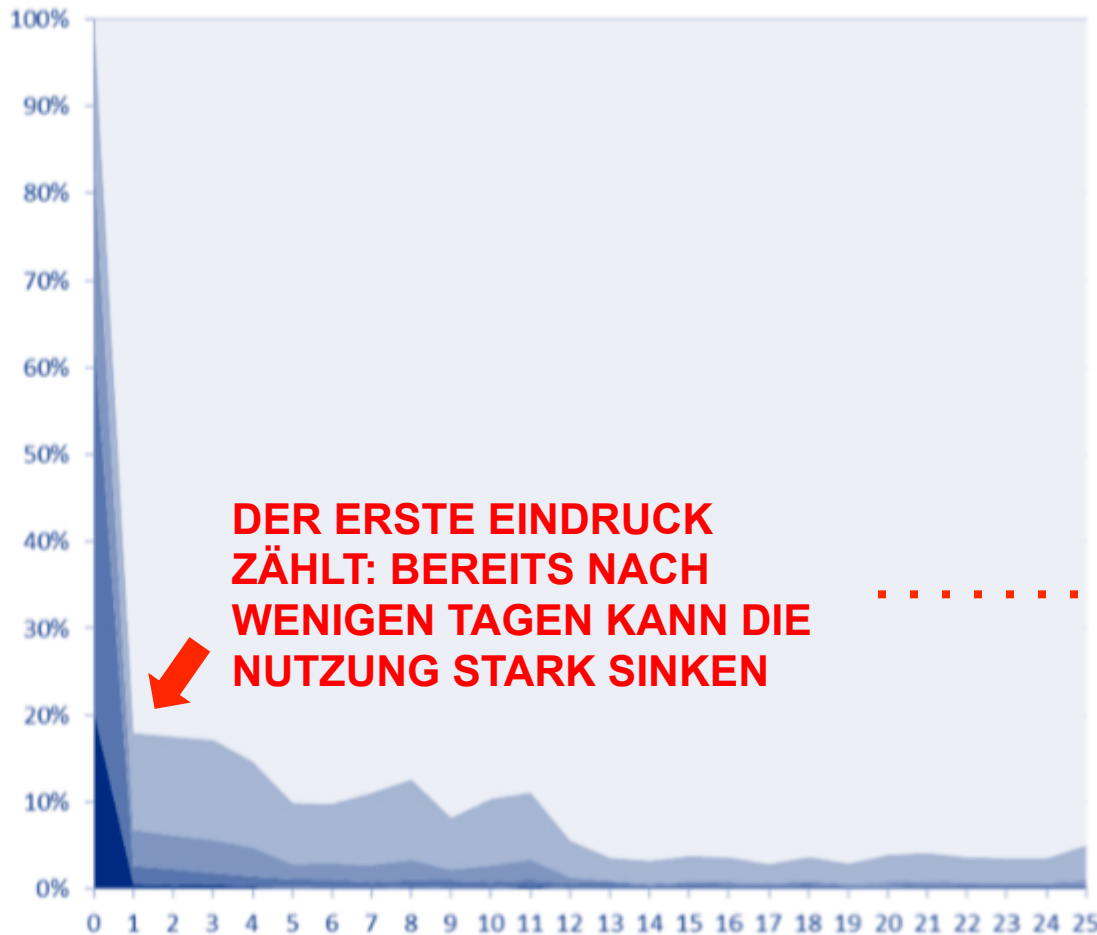
Please fill in this field.

# Persönliche Wahrnehmung und Nutzeneinschätzung sind wesentliche Einflussfaktoren vor der Nutzungsphase



# Publikumsumfrage

# Eine vertrauenswürdige Anwendung ist eine zwingende jedoch keine hinreichende Bedingung für Erfolg...



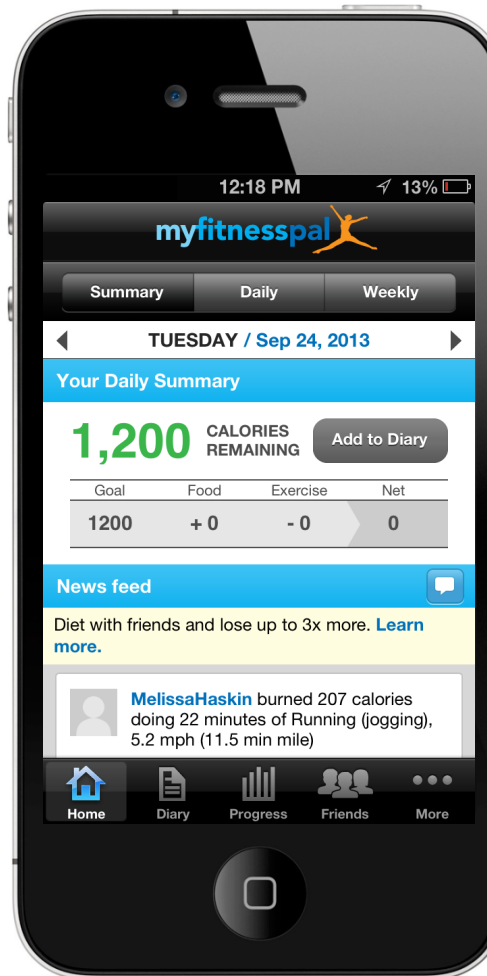
**MOTIVATIONSTIEF  
VERHINDERN IST  
MONSTERAUFGABE!**

Nutzungsverlauf einer digitalen Anwendung mit unterschiedlichen Nutzungskomponenten\*

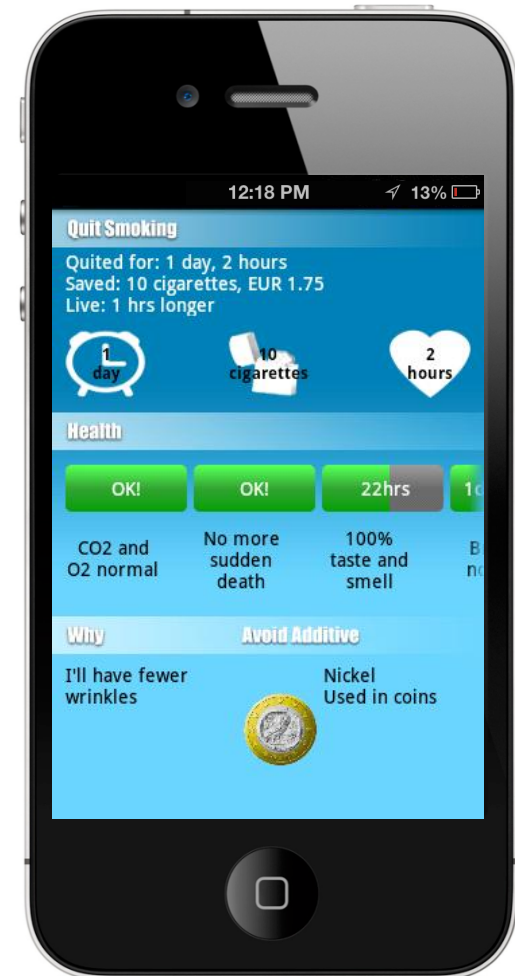
# Heutige Ansätze zur Motivationsbildung in digitalen Präventionsangeboten



Erinnerungen /  
Alarmer



Transparenz /  
Gruppendruck



Rationalität /  
Portemonnaie

# Massnahmen zur Steigerung der Motivation

- ✧ **Diversifikation von Massnahmen:** Sicherstellung der langfristigen Motivation der Nutzer durch Integration unterschiedlicher Ansätze (Ziele setzen, operante Konditionierung, usw.)
- ✧ **Nutzerpartizipation:** Den Nutzer mitbestimmen lassen, was für Massnahmen sie/er benötigt oder will
- ✧ **Kontextualisierung\*:** Fokussierung auf Bedürfnisse bestimmter Nutzertypen. Weniger ist oft mehr...



# Zusammenfassung

Anwendung Big **Data Design** Design-Prinzipien Digitale Diversifikation  
Informationsaustausch Konfiguration Kontextualisierung Lebenswelten Little  
M a s s n a h m e n **Motivation** Motivationsforderung  
**Nutzer** Nutzerpartizipation Prävention  
**Vertrauen** Vertrauensbildung Zielkonflikte