

EXECUTIVE SUMMARY

Der Werte-Index 2014 zeigt, wie häufig und in welchen Kontexten zwölf grundlegende Werte im deutschsprachigen Web besprochen werden. Im Untersuchungszeitraum waren 76,5% der Deutschen über 14 Jahre aktive Internetnutzer. Damit sind die Ergebnisse des Werte-Index aussagekräftig für den Wertewandel in Deutschland. Basierend auf den Erhebungen des Werte-Index 2009 sowie des Werte-Index 2012 können wichtige Veränderungen erkannt und Schlüsse gezogen werden. Unternehmen werden konkrete Handlungsempfehlungen in die Hand gegeben, wie sie auf diese Veränderungen reagieren können.

2014	WERT	2012
1	↗ Gesundheit	3
2	↘ Freiheit	1
3	↗ Erfolg	6
4	↘ Familie	2
5	↘ Gemeinschaft	4
6	↗ Natur	9
7	↗ Gerechtigkeit	8
8	↘ Anerkennung	7
9	- Nachhaltigkeit	-
10	↘ Sicherheit	5

Top 3: Gesundheit, Freiheit und Erfolg

Die wichtigsten Werte im Werte-Index-Ranking sind Gesundheit, Freiheit und Erfolg. Der Aufstieg der Gesundheit vollzieht sich konsequent seit der ersten Untersuchung 2009. Gesundheit wird immer erstrebenswerter, gerade weil sie die Grundlage für gelebte Freiheit, Autonomie und Eigenverantwortung darstellt. Sie hat die Freiheit von Platz 1 verdrängt: Die praktische Sorge um die eigene Gesundheit ist im Alltag relevanter als die Freiheit. Die Freiheit bleibt jedoch zentral: Autonomie und Selbstbestimmung sind die wichtigsten Aspekte.

Aufsteigerwerte Erfolg und Natur

Den stärksten Aufstieg erfuhren die Werte Erfolg und Natur. Der Erfolg feiert nach einem starken Abstieg 2012 gewissermaßen ein Comeback. Die Notwendigkeit finanziellen Erfolgs zum Stuserhalt wird selbstverständlich. Ideelle Motive ergänzen die Erfolgsziele. Auch der Wert Natur erholt sich nach

einem deutlichen Abstieg 2012. Die Natur wird zur Sphäre des Ursprünglichen und Wahren stilisiert, in der der leistungsorientierte Mensch seine Energien regenerieren kann. Das ist auch ein wichtiges Motiv für ihren Schutz.

Freier Fall für Sicherheit

Den deutlichsten Abstieg erfuhr der Wert Sicherheit. Sicherheit und Kontrolle werden weniger relevant, weil sie immer weniger zu erwarten sind. Der Einzelne muss sehen, wie er ohne Sicherheit bestehen kann. Die Diskussion wird dementsprechend häufiger um die Tatsache steigender Unsicherheit geführt. Das bei Weitem dominierende Thema ist und bleibt aber das Vertrauen. Sicherheit wird immer stärker in vertrauensvollen Beziehungen zu Familie und Freunden gesucht und gefunden.

Neu-Einsteiger Nachhaltigkeit

Prominenter Neu-Einsteiger ist der Wert Nachhaltigkeit, der es mit einem beachtlichen Sprung in das Ranking geschafft hat. Der Begriff der Nachhaltigkeit ist Teil des Alltagsvokabulars geworden und wird auf die unterschiedlichsten Themenbereiche angewandt. Die Nachhaltigkeit steht in jedem Fall für den Wunsch nach Gestaltbarkeit, Kontrolle und Dauerhaftigkeit. Das Motiv der Selbsterhaltung rückt in den Fokus.

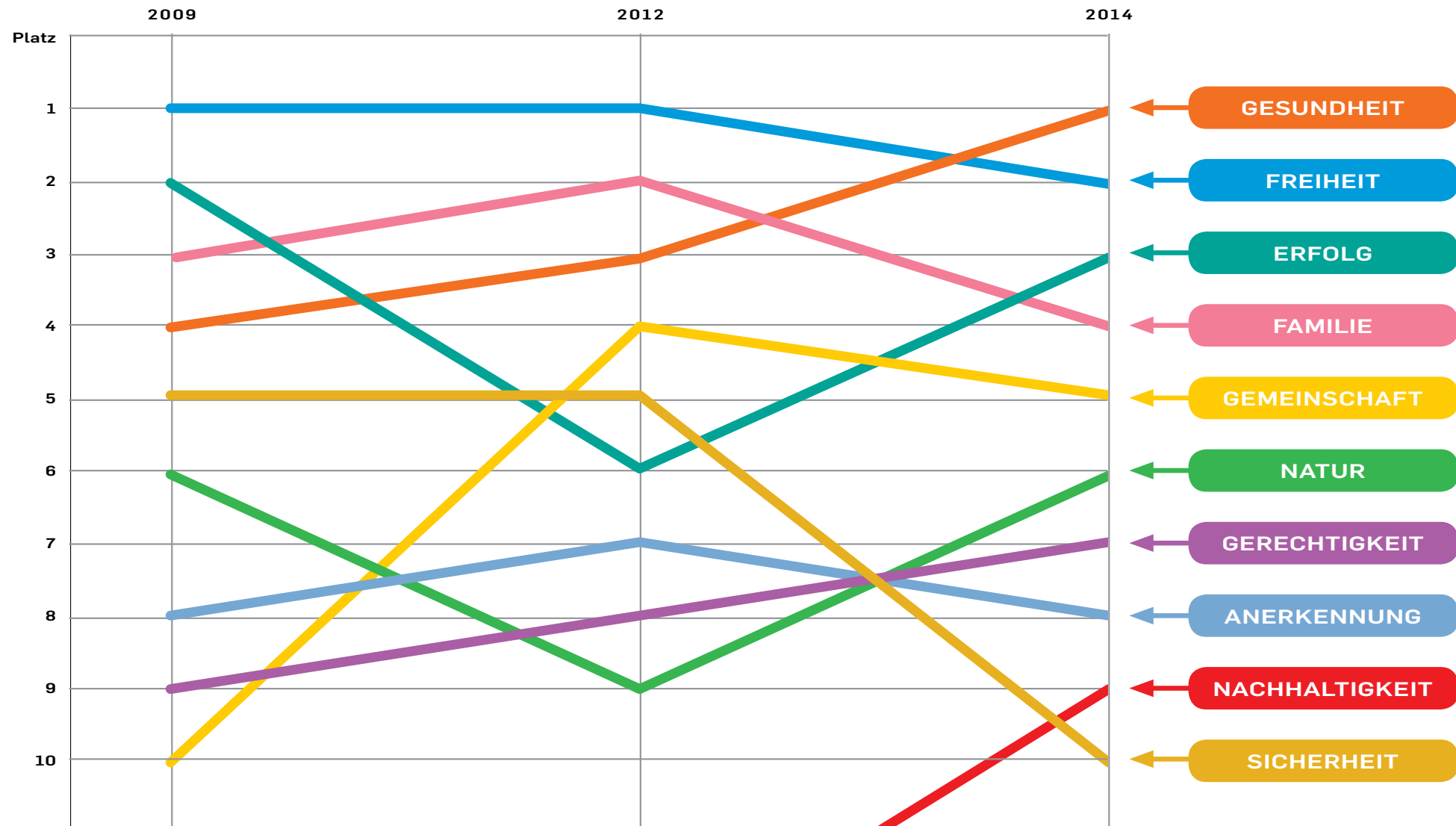
Eigenverantwortung relevanter als Rahmenbedingungen

Im Werte-Index 2012 wurde die Wertediskussion durch die steigende Komplexität unserer Welt und das Misstrauen in Eliten in Politik und Wirtschaft geprägt. Skandale und Affären waren prominent vertreten. Im Werte-Index 2014 scheinen diese Rahmenbedingungen zur Selbstverständlichkeit geworden zu sein. Im Fokus steht heute noch stärker als 2012 die Eigenverantwortung als Konsequenz auf diese äußerlichen Unsicherheiten. Praktische Konsequenzen im Alltag sowie Handlungs- und Lösungsorientierung stehen im Mittelpunkt. Das zeigt sich u. a. in den Diskussionen des neuen Spitzenwerts Gesundheit.

Unternehmen als Enabler für Individuum und Gesellschaft

Für Unternehmen gilt, sich noch stärker auf ihren eigentlichen Mehrwert und Nutzen für den Einzelnen und die Gesellschaft zu konzentrieren. Die gemeinsame Vorstellung eines guten Lebens und einer besseren Welt ist essenziell, reicht aber nicht aus. Implementierungen und Lösungen sind jetzt gefragt. Nutzenangebote ergänzen Sinnangebote. Pragmatismus ergänzt Idealismus. Werkzeuge ergänzen Visionen. Unternehmen und Marken sind gefordert, selbst die Dinge in die Hand zu nehmen, aber auch, den Einzelnen die Dinge in die Hand nehmen zu lassen und ihn dabei aktiv zu unterstützen. Empowerment wird zum kritischen Markenversprechen.

GESUNDHEIT AN DER SPITZE. SICHERHEIT STEIGT AB.



EXECUTIVE SUMMARY

WERTE-INDEX 2014 VERÄNDERUNGEN IM ÜBERBLICK

Während die Analyse der Häufigkeit und des Zusammenhangs der Diskussion der Werte an sich bereits interessante Rückschlüsse zulässt, lohnt auch ein Blick auf wertübergreifende Zusammenhänge der Veränderungen. Der Werte-Index untersucht zwei Dimensionen möglicher Veränderungen: zum einen die Position im Ranking, wie sich die Wertigkeit der Werte selbst im Vergleich zu den anderen Werten verändert. Zum anderen, wie sich der Diskussionszusammenhang rund um die Werte und damit ihre Bedeutung verändert. Der wertübergreifende Überblick bestätigt und illustriert die wichtigsten Entwicklungen, die der Werte-Index 2014 identifiziert.

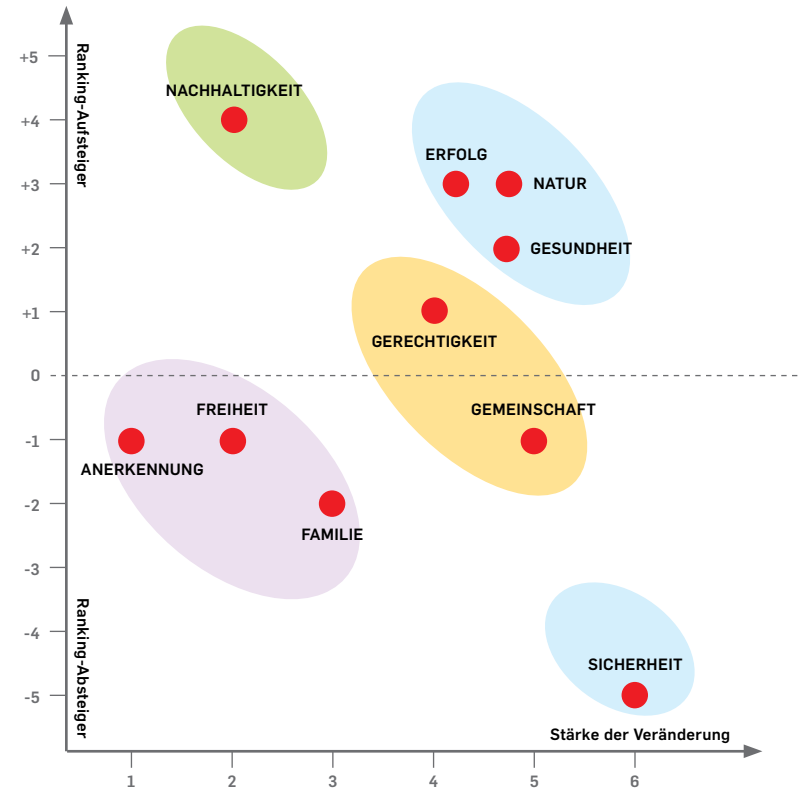
Sicherheit wird im Kleinen gesucht und gefunden

Der Wert Sicherheit markiert ein Extrem. Die Sicherheit hat im Vergleich zum Werte-Index 2012 fünf Plätze verloren. Sie wurde im Vergleich zu den anderen Werten viel seltener diskutiert als noch vor zwei Jahren. Gleichzeitig änderten sich die Diskussionszusammenhänge am stärksten unter allen Werten. Die individuell gefühlte Unsicherheit nimmt zu. Das zeigen 24% der Postings zum Wertekomplex Sicherheit, fünf Prozentpunkte mehr als 2012. Gleichzeitig wird Sicherheit zunehmend und vor allem in Form von Vertrauen zu anderen Personen – Familie, Freunde – gesucht. 62% der Kommentare im Kontext der Sicherheit handeln davon – 18 Prozentpunkte mehr als 2012. Den Trend, dass für die eigene gefühlte Sicherheit durch persönliche Beziehungen gesorgt wird, bestätigt auch die Analyse der Diskussionen rund um die Familie. Der Wert der Familie an sich ist der wichtigste Diskussionsinhalt (36% der Postings zum Wert Familie; +11% gegenüber 2012) – und hier allen voran ihre Funktion als Rückhalt und Unterstützung.

Misstrauen in Staat und Politik

Hingegen werden Staat und Politik (-11%), aber auch Unternehmen und Wirtschaft (-4%) immer weniger mit Vertrauen und Sicherheit verbunden. Ähnliche Tendenzen zeigen sich beim Wert Gerechtigkeit. Gerechtigkeit wird von der politischen Führung zwar gefordert, aber immer weniger erwartet (ein Minus von 8% auf 9%). Die abnehmenden Erwartungen spiegeln sich in der

Diskussion rund um den Wert Gesundheit wider. Dort wird deutlich seltener über das Gesundheitssystem gesprochen (-15%). Auch der Schutz der Natur wird signifikant seltener in der Verantwortung der Politik diskutiert (-5%).



Die Grafik zeigt beide Dimensionen der Veränderung, die der Werte-Index untersucht. Die Veränderung hinsichtlich der Position im Ranking ist entlang der x-Achse eingetragen. Die Stärke der Veränderung innerhalb der Diskussionszusammenhänge ist auf der y-Achse eingezeichnet. Auf einen Blick zeigen sich:

- ➡ Werte, bei denen sich sowohl Ranking-Position als auch Diskussionsinhalte stark ändern. Das trifft im Besonderen auf den Wert Sicherheit zu. Etwas schwächer sowie in positiver Richtung sind davon die Werte Gesundheit, Natur und Erfolg betroffen.
- ➡ Werte, deren Position im Ranking sich kaum verändert, jedoch ihr Diskussionszusammenhang – wie beispielsweise bei Gemeinschaft und Gerechtigkeit. Sie sind relativ weit oben und nahe der Mittellinie positioniert.
- ➡ Werte, deren Bedeutungszusammenhang sich wenig bis durchschnittlich verändert, deren Ranking-Position aber steigt. Das trifft auf die Nachhaltigkeit zu.
- ➡ Werte, die sich weder in Rang noch Inhalt nennenswert ändern, wie Freiheit und Anerkennung; abgeschwächt trifft das auch auf die Familie zu.

Mehr Eigenverantwortung

Die gefühlte und gelebte Eigenverantwortung steigt. Das verdeutlicht der Blick auf die Veränderungen im Wert Erfolg: Der individuelle, persönliche Erfolg (+17%) und Benchmarks, die dabei helfen, ihn zu messen (+5%), stehen zunehmend im Fokus der Diskussion. Gelebte Eigenverantwortung lässt sich auch aus den Diskussionen zum Wert Gesundheit herauslesen: Das zeigt sich in der nach wie vor überwältigenden Anzahl an Beiträgen – 49% aller Kommentare zum Wert Gesundheit –, in denen sich User online aktiv bezüglich Symptomatik, Diagnose und Therapie von Krankheiten mit anderen austauschen – vor, nach, während oder statt einer ärztlichen Konsultation. Außerdem lässt sich der deutliche Anstieg an Postings, die sich mit dem Thema Gesunde Ernährung auseinandersetzen (+ 15%), dahingehend interpretieren.

Umweltschutz als Frage der Selbsterhaltung

Interessant ist auch der übergreifende Vergleich der Werte Nachhaltigkeit und Natur. Natur wird vorrangig als Sinnbild für das Ursprüngliche, Wahre und Gute wahrgenommen. Hingegen ist der Diskussionsanteil konkreter Maßnahmen des Umweltschutzes rückläufig (-12% auf 17%). Gleichzeitig machte der Wert Nachhaltigkeit einen spektakulären Sprung: Schaffte es der Wert 2012 nicht in das Ranking, steigt er nun auf Platz 9 ein. Unter den wichtigsten Diskussionsthemen findet sich hier der Umweltschutz (von 27% auf 43%, + 16%). Diese gegensätzlichen Ergebnisse lassen den Schluss zu, dass wir unter Umwelt und Natur nicht dasselbe verstehen. Der Umweltschutz wird in erster Linie mit Nachhaltigkeit und der Selbsterhaltung als Mensch, Gesellschaft, Wirtschaft u. ä. verbunden. Das sinnliche Erlebnis von Schönheit und Ursprünglichkeit wird mit dem Begriff Natur assoziiert.

Fast alles beim Alten

Die Werte Freiheit und Anerkennung hingegen haben vor allem gemeinsam, dass mit ihnen wenige Veränderungen verbunden sind. Ihre Position im Werte-Index-Ranking hat sich nur marginal verändert. Die Diskussionszusammenhänge verändern sich ebenfalls nur wenig. Sie sind und bleiben wichtig – und sie behalten über weite Strecken ihre Bedeutung.

NORBERT BOLZ DAS NETZWERK DER WERTE

Jeder, der einmal bei Amazon eingekauft hat, kennt das: Nachdem man sich für ein bestimmtes Produkt entschieden hat, erscheint auf dem Bildschirm die Information „Kunden, die X gekauft haben, haben auch Y und Z gekauft“. Plötzlich gehöre ich zu einer Gruppe, zu einem Geschmacks-Cluster; ich bekomme anonyme Empfehlungen von meinesgleichen. Man könnte das als Marketing der Präferenzen, der Vorlieben, bezeichnen.

Und wenig später bekommt man per Mail die Aufforderung „Bewerten Sie Ihren Verkäufer“. Auch das ist genial. Amazon macht sich die anthropologische Einsicht zunutze, dass der Mensch ein wertendes, bewertendes Wesen ist. Natürlich haben wir Bedürfnisse. Aber wichtiger als die Bedürfnisse sind unsere Wünsche. Und wichtiger noch als unsere Wünsche sind die Werte, mit denen wir definieren, was „das gute Leben“ ist. Was ist wirklich wichtig? Auf diese Frage kann kein Wissen antworten. Hier zählt nur die freiwillige Wertbindung, die man neudeutsch Commitment nennt.

„Kluge Unternehmen haben Non-Profit als Portal des Profits erkannt.“

Nun gibt es zwar gesellschaftliche Spitzenwerte wie Gesundheit, soziale Gerechtigkeit und ökologische Nachhaltigkeit, aber es gibt schon längst keine für alle verbindliche Werteordnung mehr. Wertorientierung ist heute Sache des Individuums, und das moderne Individuum ist in sich selbst wertpluralistisch. Dabei spielt der Konsum eine entscheidende Rolle. Mit Bedürfnisbefriedigung hat das natürlich nichts mehr zu tun. Konsum ist heute die Erforschung eines Wertefeldes. Man kann es auch so sagen: Lebensstile sind Formen, die in das Medium des Konsums eingepreßt werden; die Elemente dieses Mediums sind Waren, Informationen und Dienstleistungen.

Traditionell haben sich die Werte in Religion, Familie und Beruf gebildet. In der modernen Welt entstehen sie aber vor allem in der Freizeit (Sport), im Umgang mit Produkten des Konsums und in der Sorge um das „Selbst“. So unterziehen die Bürger heute die Märkte einem öko-sozialen Test. „Shopping for a better world“ ist die berühmteste Formel für diese neue Konsumethik.

Die klügsten Unternehmen haben darauf schon mit der Einführung von „Ethikmarken“ reagiert. Doch damit nicht genug. Wir beobachten zunehmend Ansätze zu einem „guten Kapitalismus“, der das klassische Marketing durch ein „societing“ und „caring“ ersetzt. Aus dieser Perspektive gibt es keinen Gegensatz mehr zwischen Profitorientierung und sozialer Verantwortung. Kluge Unternehmen haben Non-Profit als Portal des Profits erkannt.

Wer all diese faszinierenden Entwicklungen verstehen will, muss sich an der Logik der Netzwerke orientieren. Wir brauchen nämlich keine Gutmenschen – die Mathematik der Vernetzung genügt. Vernetzung heißt Kooperation, und Kooperation erzeugt Moral. In Netzwerken ist es intelligent, nett zu sein. Um es paradox zu formulieren: Maximiere den Profit der anderen! Deshalb sprechen viele Internet-Enthusiasten von einer neuen Ökonomie der Gabe. Gemeint ist die Produktivität des Teilens, Verknüpfens und Schenkens. Dabei steht der Markt für Gewinne/Verluste; der Staat steht für Regulierung; die Netzwerke stehen für Werte.

Die Autoritäten, Experten und Professionals reiben sich die Augen: Es gibt keine Kunden mehr; jeder ist Prosumer („co-create with the customer“). Es gibt kein Publikum mehr; jeder ist Autor (Bürgerreporter). Es gibt keine Wähler mehr; jeder ist Netzbürger (Netizen). Wo früher Organisationen, Institutionen und Repräsentationen das gesellschaftliche Leben ordneten, leben wir heute in der fröhlichen Anarchie der Netzwerke, die das treffende Stichwort „non-skripted“ meint: Jeder kann mitmachen.

„Es gibt keine Wertetafel mehr, sondern einen dynamischen Werteraum.“

Diese Anarchie ist kein Chaos. Die notwendige Ordnung entsteht durch Links und Filter. Jeder Link ist eine Bewertung und eine Empfehlung. So entsteht eine globale Mundpropaganda durch die Communities of Choice and Interest und eine spontane Ordnung der Gleichgesinntheit. Man übertreibt deshalb nicht, wenn man unsere Epoche als Zeitalter des Ansehens und der Empfehlungen bezeichnet. Der alles entscheidende Mehrwert ist Linking Value. Und niemand hat das Geheimnis dieser schönen neuen Welt klarer ausgesprochen als Bernard Cova: „The link is more important than the thing.“

So wird das Web 2.0 allmählich als Raum der Werte erkennbar. Wir haben es hier übrigens mit vier Dimensionen zu tun, denn neben dem virtuellen Raum der Verknüpfungen zählt auch die Zugriffszeit. Es gibt keine Wertetafel mehr, sondern einen dynamischen Werteraum. Die Werte werden nicht mehr „angeschrieben“, sondern bilden sich als Netzwerkeffekte. So wandelt sich der Cyberspace in einen Space of Values, einen virtuellen Raum der Werte. Um es auf eine Abschlussformel zu bringen: Werte sind Superconnectors im Netzwerk.

WERTE-INDEX
2014



GESUNDHEIT

Projekt auf Platz 1:

Gesundheit wird zum lebenslangen, vernetzten Projekt, das der Einzelne selbst managt. **Unser Lifestyle wird zum Healthstyle.** Während die Debatte über das marode Gesundheitssystem abflaut, spielt das Netzwerk mit seinen Communities und seinem Datenreichtum eine immer wichtigere Rolle als Diagnostiker oder Therapeut. Es vermittelt ein höheres Bewusstsein über den Zustand unserer Gesundheit. Das Gesundheitssystem und seine Unternehmen sollten sich in der Netzökonomie neu positionieren – als Helfer und Zuarbeiter bei der Suche des Einzelnen nach mehr Lebensqualität.

2014 auf
Platz:
2012
auf dem
3. Rang.

1 ↗

TRENDPERSPEKTIVE VERNETZT UND AUF AUGENHÖHE

Lifestyle wird zum Healthstyle

In der Netzökonomie steht der Einzelne im Mittelpunkt der Verantwortung. Je stärker er auf sich selbst gestellt ist, umso wichtiger wird seine Leistungsfähigkeit. Der Körper wird zum zentralen Kapital. Dabei geht es nicht um das richtige Aussehen als ästhetisches Merkmal, sondern als Ausweis und Grundlage für die eigene Leistungsfähigkeit. Dafür verlässt man sich nicht auf das öffentliche Gesundheitssystem. Vielmehr wird die Gesundheit zum individuellen Projekt. Immer mehr Aspekte unseres Lebens orientieren sich am Erhalt und an der Optimierung unserer Gesundheit. Unser Lifestyle wird zum Healthstyle.

Mehr Selbstbestimmung, mehr Lebensqualität

Der Einzelne engagiert sich nicht, weil er muss, sondern weil es eine höhere Lebensqualität verspricht. Der aufgeklärte, kritische Mensch weiß besser denn je, was gut für ihn ist. Beim Austausch mit anderen Usern stehen nicht medizinische Werte im Mittelpunkt, sondern persönliche Erlebnisse und Erfahrungen. So wie der Konsument zunehmend Teil der Wertschöpfungskette wird, so wird auch der Einzelne immer stärker in das Netzwerk, das sich um unsere Gesundheit entspinnt, eingebunden: Über das Smartphone steht unser Quantified

Self im ständigen Kontakt mit Peers und professionellen Partnern. Das höhere Bewusstsein über unseren Körper und unsere Leistungsfähigkeit bewirkt latent kleine Veränderungen in unserem Verhalten. Ihre Summe macht letztendlich den Unterschied für unsere Gesundheit aus.

Auf dem Weg in die Netzökonomie

Gesundheit bekommt man nicht geschenkt. Sie wird zum umfassenden, lebenslangen und vernetzten Projekt. Medizin wird hyperindividuell auf unsere genetische Disposition, unseren gelebten Alltag und unser soziales Umfeld angepasst. Auch für das öffentliche Gesundheitssystem gilt es, das Erfolgspotenzial dieses Ansatzes zu erkennen und den Aufbruch ins Zeitalter der Netzökonomie zu wagen. Damit verbunden sind nicht vorrangig neue technische Lösungen, sondern vor allem soziale und kulturelle Innovationen: Es geht darum, die Fähigkeit zum kollaborativen Healthstyle zu entwickeln.

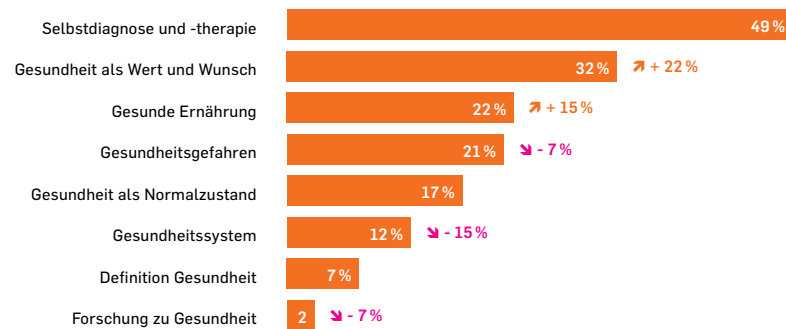
Vernetzung und Vertrauen

Einmal mehr sind Unternehmen gefordert, den Menschen und seine Lebensqualität in den Mittelpunkt ihres Business zu stellen. Anknüpfungspunkte dafür, wie der Einzelne in einem vorsorgenden und optimierenden Lebensstil unterstützt werden kann, müssen gefunden werden. Verlässliche Partner für einen gesunden, autonomen Lebensstil auf Augenhöhe sind gefragt. Wie das geht, demonstrieren beispielsweise FitBit oder Microsoft. Sie zeigen auch, dass neue Player am Gesundheitsmarkt auftreten, die den zentralen Stellenwert von intelligenter Vernetzung und Vertrauen erkannt haben. Beiden Bedürfnissen kann das öffentliche Gesundheitssystem heute nicht gerecht werden. Dieses Defizit wird zur nächsten Business-Opportunity.

THEMENSCHWERPUNKTE

DIE THEMENSCHWERPUNKTE DER BEITRÄGE UM „GESUNDHEIT“ ÄNDERN SICH MASSIV. DISKUSSIONEN UM ALLGEMEINE GESELLSCHAFTSPOLITISCHE KONTEXTE NEHMEN AB, SOLCHE UM PRIVATE THEMEN NEHMEN ZU.

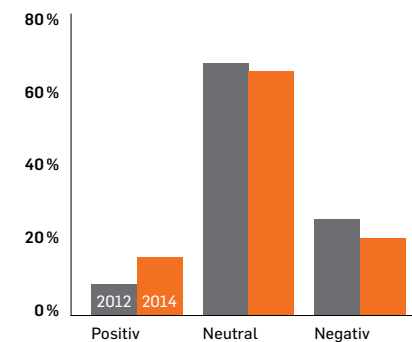
In Prozent aller codierten Beiträge des Wertes; Pfeile kennzeichnen signifikante Veränderungen (Angabe in Prozentpunkten) gegenüber dem Werte-Index 2012.
Nettozahlungen: Sofern in einem Beitrag mehrere Nennungen desselben Schwerpunktes vorlagen, wurde dieser nur einfach gezählt



TONALITÄT DER BEITRÄGE

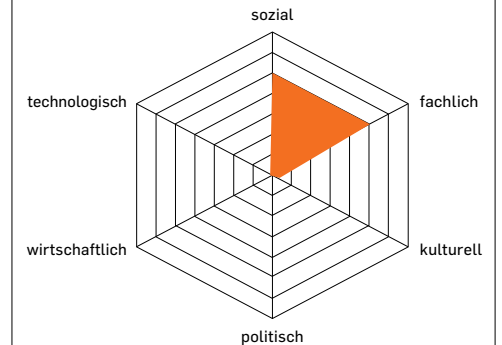
WENIG VERÄNDERUNG IN DER TONALITÄT DER BEITRÄGE. POSITIVE BEITRÄGE NEHMEN LEICHT ZU.

In Prozent aller codierten Beiträge des Wertes



THEMENPROFIL

DIE SCHWERPUNKTE IM SOZIALEN UND FACHLICHEN KONTEXT TRETEN NOCH DEUTLICHER HERVOR.



THEMEN GESUNDHEIT IN EIGENER HAND

1. Selbstdiagnose und Therapie

Der Anteil von Postings, in denen Krankheiten geschildert, diagnostiziert und Therapien vorgeschlagen werden, ist mit 49% etwa gleich hoch wie im Werte-Index 2012 (53%). User **fühlen sich krank**, erzählen von ihren Symptomen und erwarten Diagnosen und hilfreiche Ratschläge von anderen Usern. Insbesondere wenn sich User unsicher über das Ausmaß einer Symptomatik oder die mögliche Behandlung von Beschwerden sind, ist die Meinung der Community gefragt – häufig bevor professioneller medizinischer Rat eingeholt wird. Die Community übt sich vice versa im **Erkennen von Krankheiten** und im **Vorschlagen von Therapien**. Dabei wird vom unveränderten Übernehmen von Behandlungen Abstand genommen. Im Gegenteil, es dominiert die Ansicht, dass Therapien auf jeden **Einzelnen** abgestimmt werden müssen.

➔ „offensichtlich hattest du bulimie“

2. Gesundheit als Wert und Wunsch

In der aktuellen Analyse steigt der Anteil von Beiträgen, die Gesundheit als Wunsch oder Wert explizit erwähnen, um 22 Prozentpunkte im Vergleich zum Werte-Index 2012 – von 10% auf 32%. Bei keinem anderen Wert ist das so oft der Fall. Kranke und gesunde User – sie alle wünschen sich selbst oder anderen Gesundheit. Die Community spart nicht mit gegenseitigem Trost, aber auch nicht mit dem Hinweis, **Dankbarkeit** zu zeigen, wenn man gesund ist. In **Lebensweisheiten** wird die Wechselbeziehung von Gesundheit zu Geld und Zeit angesprochen: Gesundheit gilt als nicht käuflich. Vielmehr geht es um die Investition von Zeit und Energie in die Gesundheit von heute, um der Krankheit von morgen vorzubeugen. Außerdem äußern User klare Prioritäten: Wichtig ist zuallererst die Gesundheit, dann erst kommt die Arbeit. Die Gesundheit gilt als Voraussetzung und Bedingung für die Zufriedenheit und den Erfolg auch in anderen Lebensbereichen: Wer krank ist, ist weder leistungsfähig noch genussfähig.

➔ „man sollte froh sein, dass man gesund ist“

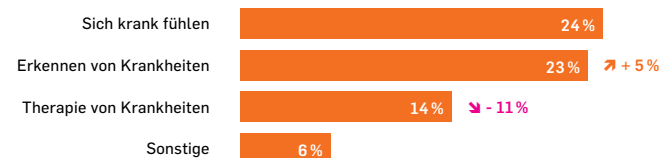
3. Gesunde Ernährung

Die gesunde Ernährung wird in der User-Diskussion immer wichtiger: Waren es im Werte-Index 2012 noch 7% der Einträge, beschäftigen sich in der aktuellen Analyse 22% mit dem Thema. Die Diskussion rund um die gesunde Ernährung ist sehr einseitig: Primärer Sinn und Zweck ist meistens die **Gewichtsreduktion**. Darin findet auch die Volkskrankheit Übergewicht ihren

DETAILERGEBNISSE „SELBSTDIAGNOSE UND -THERAPIE“

USER DIAGNOSTIZIEREN KRANKHEITEN IN EIGENREGIE. DIE SCHILDERUNG VON SYMPTOMEN UND DIE DIAGNOSE VON KRANKHEITEN SIND DIE WICHTIGSTEN INHALTE.

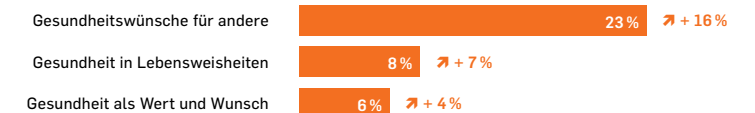
In Prozent aller codierten Beiträge des Wertes; Pfeile kennzeichnen signifikante Veränderungen (Angabe in Prozentpunkten) gegenüber dem Werte-Index 2012



DETAILERGEBNISSE „GESUNDHEIT ALS WERT UND WUNSCH“

GESUNDHEIT ALS WERT ERKENNEN WIR FÜR UNS SELBST HÄUFIG IN LEBENSWEISHEITEN ODER WIR WÜNSCHEN SIE ANDEREN.

In Prozent aller codierten Beiträge des Wertes; Pfeile kennzeichnen signifikante Veränderungen (Angabe in Prozentpunkten) gegenüber dem Werte-Index 2012



Ausdruck. Die **Verbindung mit Sport** gilt als selbstverständliche Voraussetzung für den Erfolg. Ernähren sich User gesund, möchten sie ein Ergebnis sehen – und zwar eine bessere Figur oder einen niedrigeren Body-Mass-Index. User weisen auf **Mythen** und **Irrtümer** in der Ernährungsweise hin. Sehr kritisch sehen User Maßnahmen, die nicht auf eine nachhaltige Umstellung der Ernährung abzielen: **Medikamente, Diäten, Kalorienzählen und Diätprodukte** erhalten eine klare Absage. Vor **Essstörungen** wird gewarnt. Zu einer gesunden, ausgewogenen Ernährung wird keine Alternative gesehen. Dazu gehört neben der **Auswahl** der richtigen Lebensmittel auch ihre **Qualität** und die **Zubereitung**. Der Austausch konkreter **Rezepte** ist selten. Kritisch hinterfragt wird die Gesundheitsverträglichkeit von **Vegetarismus** und **Veganismus**.

➔ „das essen darf nicht dein feind sein“

4. Weitere Schwerpunkte

Die **Gefährdung** der eigenen Gesundheit ist laut User oft selbst verursacht. Zwar weiß man Bescheid über ungesunde Angewohnheiten, deren konsequente Vermeidung lässt sich aber häufig nicht umsetzen. **Suchtmittel, ungesunde Ernährung** und **psychische Faktoren** werden gleichermaßen als Faktoren identifiziert. Darüber hinaus erkennt man Gefahrenpotenziale wie **Umweltein-**

flüsse, auf die kaum Einfluss möglich scheint, wie z. B. der hohe Anforderungsdruck im Erwerbsleben.

Die Gesundheit wird als **Normalzustand** betrachtet, nach dem jeder Mensch streben sollte. Die Frage nach der Norm (Was ist „noch“ normal bzw. gesund und was bereits krank?) steht im Mittelpunkt. **Definitionen von Gesundheit** basieren dabei zahlreich auf konkreten Werten wie Größe und Gewicht. Viele Einträge sprechen die Unsicherheit über das eigene Idealgewicht an. Als Anhaltspunkt verweisen User auf den Body-Mass-Index. Mit Ergebnissen aus der **Gesundheitsforschung** bzw. der Medizin wird nur selten argumentiert. Außerdem werden Gesundheitsthemen verstärkt mit **Schönheit** und **Pflege** in Verbindung gebracht.

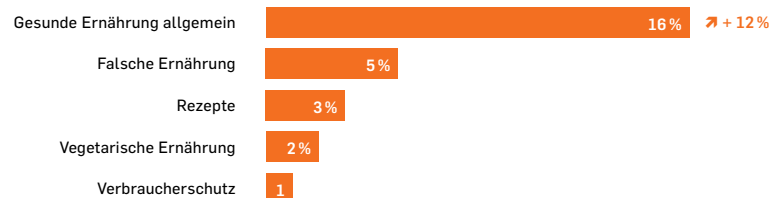
Das **Gesundheitssystem** wird nur selten für den eigenen Gesundheitszustand verantwortlich gemacht. User meinen, dass das System lediglich Rahmenbedingungen vorgibt. Eine gesunde Lebensweise läge aber in der Verantwortung des Einzelnen.

➔ „es kann nicht sein, dass jede abweichung von der norm sofort ‚syndrom‘ oder ‚krankheit‘ genannt wird“

DETAILERGEBNISSE „GESUNDE ERNÄHRUNG“

JEDES 6. POSTING ALLER BEITRÄGE ZUM THEMA GESUNDHEIT THEMATISIERT DEN STELLENWERT DER RICHTIGEN ERNÄHRUNG FÜR DIE GESUNDHEIT DES EINZELNEN.

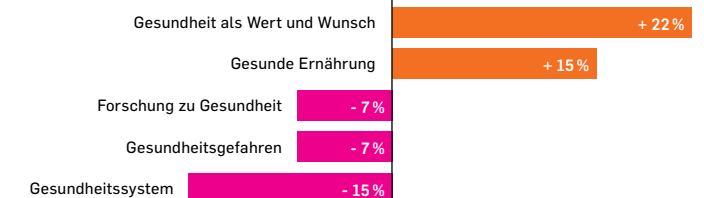
In Prozent aller codierten Beiträge des Wertes; Pfeile kennzeichnen signifikante Veränderungen (Angabe in Prozentpunkten) gegenüber dem Werte-Index 2012



VERÄNDERUNGEN IN DEN THEMENSCHWERPUNKTEN

DER STARKE ANSTIEG DER DISKUSSION VON GESUNDHEIT ALS WERT UND WUNSCH UNTERSTREICHT DIE GESTIEGENE WERTIGKEIT DES WERTS. DAS GESUNDHEITSSYSTEM WIRD VIEL SELTENER THEMATISIERT.

Angabe in Prozentpunkten im Vergleich zum Werte-Index 2012; nur signifikante Veränderungen wurden berücksichtigt



VERÄNDERUNG ZU 2012 WAS IST ANDERS?

Der Wert Gesundheit liegt auf dem 1. Platz des Werte-Index-Rankings. Im Werte-Index 2012 lag er auf dem 3. Rang.

Die stärkste Zunahme erfuhr die Kategorie „Gesundheit als Wert und Wunsch“ von 10 % auf 32 %. Thematisierte im Werte-Index 2012 nur jedes zehnte Posting die Gesundheit als persönlichen Wert oder Wunsch, ist es in der aktuellen Analyse jedes dritte. Am stärksten stieg die Verwendung in Genesungswünschen. Aber auch die Gesundheitswünsche für sich selbst und der ausdrückliche Verweis auf die Gesundheit als wichtigen Wert verzeichnen starke Anstiege.

Mit dem starken Anstieg der Postings, die sich um „Gesunde Ernährung“ drehen (von 7 % auf 22 %), gehört dieses Thema nun zu den drei am häufigsten diskutierten Themen. Der Anstieg ist vor allem auf allgemeine Themen zurückzuführen.

Das „Gesundheitssystem“ und seine massiven Probleme beschäftigen die User in der Diskussion deutlich seltener als im Werte-Index 2012. Knapp über jedes vierte Posting war es vor zwei Jahren, heute ist es mit 12 % nicht einmal jedes achte Posting, das darauf Bezug nimmt. Auffällig dabei: Während die Gesundheitsvorsorge gleich stark diskutiert wird, wird über das System im Allgemeinen, seine Institutionen und Reformen kaum mehr ein Wort verloren.

Konkrete „Gefahren für die Gesundheit“ werden weniger häufig diskutiert als im Werte-Index 2012. Der Anteil sank von 28 % auf 21 %. Psychische Faktoren werden dabei auffällig seltener thematisiert.

Auch Beiträge, die sich auf Ergebnisse der medizinischen „Forschung“ beziehen, nehmen stark ab – von 9 % auf 2 %.

Die Kategorie „Selbstdiagnose und -therapie“ wird in annähernd gleich hoher Intensität diskutiert wie in der Analyse 2012. Das Erkennen von Krankheiten nimmt mehr Platz ein (von 18 % auf 23 %), Therapievorschläge weniger (von 25 % auf 14 %). Ähnlich hoch bleibt auch der Anteil der Diskussion um die „Gesundheit als Normalzustand“. Dabei wird die Subkategorie „Schönheit und Pflege“ auffällig stärker diskutiert (von 1 % auf 7 %). Gleich hoch bleibt auch die Kategorie „Definition Gesundheit“.

BEST PRACTICE

Die App **The Eatery** unterstützt die gesunden Essgewohnheiten. Kalorienzählen ist passé, was wirklich hilft, ist eine genaue Analyse der Mahlzeiten. Dazu zählt zum Beispiel auch die Uhrzeit oder die strenge Bewertung durch andere User. Das Gesundheitsbarometer gewährt in der Folge einen Ein- und Überblick, nicht nur über das Essverhalten, sondern auch über einen selbst. – <https://eatery.massivehealth.com/>

WAS HEISST DAS FÜR UNTERNEHMEN UND MARKEN?

Selbstoptimierer unterstützen. Wichtige Motive in unserer Gesundheitsvorsorge sind der Erhalt und die Verbesserung der eigenen Leistungsfähigkeit. Unterstützen Sie dieses Bedürfnis mit den richtigen Angeboten – von der hilfreichen App bis zum persönlichen Coaching.

Lebensqualität in den Mittelpunkt. In unserer Gesundheitsvorsorge verschwimmen die Elemente Lebensstil, Vorsorge und Therapie. Letztendlich geht es immer um eine bessere Lebensqualität. Egal in welcher Situation – mehr Wohlbefinden, mehr Selbstbestimmung, mehr Erlebnisqualität sind gefragt.

Personal Data-Mining. Jeder Einzelne wird mittels Dutzender Apps und Gadgets zur Quelle von Big Data. Allein, nur die richtige Aggregation und Interpretation ermöglicht tatsächliche Konsequenzen und Verbesserungen für den Einzelnen. Erlauben Sie Ihren Kunden, ihre Daten intelligent zu verknüpfen und auszuwerten.

Vertrauenswürdigkeit beweisen. Fragen der Privatsphäre und des Datenschutzes sind selbstverständlich zentral, wenn es um die Gesundheit geht. Darüber hinaus bedeutet es, Vertrauenswürdigkeit zu beweisen, indem dem Einzelnen maximale Transparenz und Selbstbestimmung über die eigenen Daten und Auswertungen gewährleistet werden.

Sensible und smarte Konnektivität beweisen. Gleichzeitig gilt es, die Potenziale und Vorteile von smarter Vernetzung von Daten für den Einzelnen auszuschöpfen. Die Sensibilität der Thematik macht die Auswahl der richtigen Partner, Schnittstellen und Algorithmen entscheidend.

Ein Minimum von 30 Minuten Bewegung am Tag ist das Ziel der **Human App**. Die Zielgruppe sind durchschnittliche Menschen, die keinen Sport machen möchten, aber trotzdem auf ihr minimales Bewegungsausmaß kommen wollen. Die App verwendet Smartphone-Funktionen, die bereits vorhanden sind, wie das GPS-System und die Beschleunigungsmessung. Schritte werden automatisch gezählt. Ist das Tagessoll erreicht, spart die App nicht mit Lobeshymnen. – www.werteindex.de/link_to_humanapp

Der Aufsatz von **Propellerhealth** am oberen Ende des Asthma-Inhalators schickt bei jeder Verwendung Geo-Daten und Uhrzeit an das eigene Smartphone. Asthma-Patienten erhalten einen besseren Überblick über ihren Krankheitsverlauf. Der behandelnde Arzt kann gezielter auf die Bedürfnisse des Betroffenen eingehen. Auf der Makro-Ebene können besonders belastende Regionen und Faktoren für Asthma-Patienten identifiziert werden. – <http://propellerhealth.com/>