

## Umfrage: Immer mehr Menschen plädieren für Gesundheitstarife in der Krankenversicherung / Angst vor Transparenz von Gesundheitsdaten sinkt

**Gesundheitstarife sind gesellschaftlich zwar noch heftig umstritten, doch immer mehr Menschen finden es richtig, wenn eine gesunde Lebensweise finanziell anerkannt wird. So meinen 76 Prozent der Bundesbürger, dass die Krankenkasse sie mit einem reduzierten Tarif oder Bonus belohnen sollte, wenn sie gesund leben und sich fit halten.**

Und insgesamt immerhin 37 Prozent der Befragten sind bereit, ihrer Kasse per Armband oder Fitness-App Zugang zu relevanten Gesundheitsdaten zu geben – bei den unter 34jährigen ist es sogar die Hälfte, im Segment 55+ immerhin noch ein Viertel. Das sind zentrale Ergebnisse einer Online-Umfrage der weltweit tätigen Markenberatung Prophet zum Thema „Individuelle Gesundheitstarife: Sollten Krankenkassen eine gesunde Lebensweise finanziell belohnen?“, zu der im Juli dieses Jahres 1.000 Erwachsene in Deutschland repräsentativ befragt wurden.

Entscheidend für die Bereitschaft zur Herausgabe von Daten ist allerdings, dass die Krankenkassen verantwortungsvoll mit den persönlichen Gesundheitsdaten umgehen. Denn deutliche 63 Prozent der Bundesbürger haben große Bedenken, dass sie durch die Weitergabe Nachteile erleiden könnten oder die Daten in falsche Hände gerieten. Dreiviertel der Befragten plädieren daher dafür, dass nicht eine App, sondern ihr Hausarzt gegenüber der Krankenkasse eine gesunde Lebensweise bestätigen sollte. Auf der anderen Seite wollen 62 Prozent der Bundesbürger mit ihren Beiträgen nicht länger die ungesunde Lebensweise von Rauchern oder Fettleibigen unterstützen und meinen, wer sich nicht um seine Gesundheit kümmere, der solle auch mehr zahlen.

„Unsere Umfrage belegt den gesellschaftlichen Trend zum gesunden Leben und zu einer ausgewogenen Ernährung. Weil die Menschen mit einem bewussten Lebensstil weniger Gesundheitskosten verursachen, erhoffen sie sich von der Krankenkasse eine finanzielle Belohnung“, bewertet Prophet-Partner Felix Stöckle die Ergebnisse der Umfrage. Was genau eine gesunde Lebensweise sei und wie diese gemessen werde, sei allerdings noch unklar, meint Stöckle: „Für die Definition anerkannter Richtwerte und was genau eine gesunde Lebensweise ausmacht, wird ein gesellschaftlicher Konsens notwendig sein. Ein schwieriges Thema.“

Der Trend zu individuellen Gesundheitstarifen geht allerdings mit einer gewissen Form der ‚Entsolidarisierung‘ innerhalb der Gesellschaft einher, beobachtet der Berater: „Etliche Versicherte sehen offenbar nicht ein, dass sie mit ihren Beiträgen das ungesunde Verhalten von anderen unterstützen und fordern vielmehr die Honorierung ihrer eigenen Bemühungen.“ Damit stellen sich auch ethisch-moralische Fragen. Die Gesellschaft müsse entscheiden, ob ungesund Lebende per Malus abgestraft werden sollten. „Eine Malus-Regelung macht nur dann Sinn, wenn man sich insgesamt eine Verbesserung für das Gesundheitssystem verspricht und sich diese nur auf Verhaltensweisen beschränkt, die durch den Einzelnen auch tatsächlich beeinflussbar sind. Ein wahrscheinlich kaum zu lösendes Abgrenzungsproblem mit reichlich gesellschaftlichem Zündstoff“, meint Stöckle.

Unter folgendem Link finden Sie ein exklusives Interview mit Felix Stöckle sowie die Umfrageergebnisse aus Deutschland zum Thema „Individuelle Gesundheitstarife: Sollten Krankenkassen eine gesunde Lebensweise finanziell belohnen?“

**Pressekontakt:**

Zoë Oakes

Telefon: +49 30 84710781-0

E-Mail: [zoakes@prophet.com](mailto:zoakes@prophet.com)

**Unternehmen**

Prophet Germany GmbH

Oranienburger Straße 66

10117 Berlin

Internet: [www.prophet.com](http://www.prophet.com)

**Über Prophet Germany GmbH**

Prophet ist eine weltweit tätige Unternehmensberatung mit Büros u.a. in Berlin, London, Zürich, Hongkong, San Francisco und New York. Mit mehr als 350 Beratern unterstützt Prophet Unternehmen wie BMW, Cisco, Deutsche Bank, Ebay, Eon, Electrolux, GE, Johnson & Johnson, McDonald's, Visa, oder Zurich Financial bei der Entwicklung von Wachstumsstrategien, der Innovation ihrer Geschäftsmodelle, der Weiterentwicklung ihrer Markenstrategien sowie der Transformation ihres Marketings. Dazu vereint Prophet Kompetenzen in den Bereichen Insights, Analytics, Innovation, Digitalisierung, Marke, Marketing und Design zu interdisziplinären Lösungen.