

PRESSEMITTEILUNG

Digitale Gesundheitsangebote finden Anklang – doch Nutzungspotenziale sind noch nicht ausgeschöpft

Neuer Trend Check Handel betrachtet aktuelle Entwicklungen rund um digitale Gesundheitsangebote und den Onlinekauf von Gesundheitsprodukten. Digitale Gesundheitslösungen selektiv genutzt. Fehlendes Vertrauen und Datenschutzbedenken als Hürden. KI-Chatbots auf dem Vormarsch vor allem bei Jüngeren.

Köln, 22. September 2025 – Unsicherheit und eine zuletzt wieder leicht gestiegene Inflation beeinflussen auch am Ende des dritten Quartals 2025 die Konsumstimmung der Konsument:innen. Anhaltend und damit stabil bleibt aber auch der Trend zum Onlinekauf bei den unterschiedlichsten Konsumgütern. Die neuste Ausgabe des Trend Check Handel Vol. 14 des ECC KÖLN wirft deshalb einen Blick auf die aktuellen Entwicklungen rund um digitale Gesundheitsangebote und den Onlinekauf von Gesundheitsprodukten. Ergebnis: Versandapotheken gewinnen an Bedeutung und digitale Gesundheitslösungen wie Apps und Wearables etablieren sich im Alltag. Diese werden von knapp der Hälfte jener Befragten, die digitale Gesundheitsangebote schon in Gebrauch haben, für Prävention und Fitness (47 %) oder auch für die Bereiche Ernährung und Lebensstil (45 %) genutzt. Der Nutzungsgrad in anderen Bereichen ist deutlich niedriger, etwa bei allgemeinen Arztkontakten (28 %), Medikamentenmanagement (22 %) oder bei psychischer Gesundheit (17 %).

Gesundheitsbewusstsein wächst, aber Angebotsflut ist teilweise überfordernd

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass digitale Gesundheitsangebote bei Nutzenden das Gesundheitsbewusstsein stärken (42 %, Jüngere zwischen 18 und 29 Jahren: 57 %). Ein Teil probiert in diesem Zusammenhang auch gerne Neues aus (27 %, Jüngere: 45 %). Gleichzeitig sagen 43 Prozent, dass sie bei der Vielzahl der digitalen Gesundheitsangebote den Überblick verlieren. Diejenigen, die diese Angebote bisher noch nicht nutzen, erkennen keine Vorteile für ihren Bedarf (57 %), fehlt es an Vertrauen in die Angebote (25 %) oder sie haben Datenschutzbedenken (21 %).



Wunsch nach belegter Wirksamkeit und höherer Personalisierung

Für jeweils über drei Viertel der Befragten, die digitale Gesundheitsangebote schon nutzen, steigt das Vertrauen, wenn diese in Tests wie von Stiftung Warentest gut abschneiden (84 %) oder die Wirksamkeit durch Studien belegt ist (83 %). Darüber hinaus wünschen sich jeweils über drei Viertel der Nutzenden vor allem eine personalisierte Unterstützung durch digitale Gesundheitsangebote (79 %), den schnellen Zugang zu Informationen (79 %) und praktische Alltagshilfen wie die Unterstützung bei der Organisation von Arztterminen (77 %).

KI-Chatbots bei Jüngeren auf dem Vormarsch

Ein Blick auf die genannten Top 7 Informationsquellen zu medizinischen Themen zeigt: Ärzt:innen genießen bei allen Befragten das höchste Vertrauen (Gesamt: 70 %; Jüngere: 50 %). Deutliche Unterschiede gibt es hingegen bei der Nutzung von KI-Chatbots wie ChatGPT. Während diese bei den jüngeren Konsument:innen auf Platz drei der Top 7 Informationsquellen landen (41 %), rangieren sie bei der Gesamtheit der Befragten auf dem siebten Platz (19 %). Knapp jeweils ein Drittel der Befragten nutzt oder würde KI-Chatbots für eine erste Orientierung bei Symptomen (34 %; Jüngere 47 %) verwenden und um sich Informationen zu Medikamenten einzuholen (32 %; Jüngere 38 %).

Wörter der Meldung: 462

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.356



Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über den Trend Check Handel

Mit dem „Trend Check Handel“ analysiert das ECC KÖLN regelmäßig bevölkerungsrepräsentativ das Stimmungsbild zum Konsumverhalten in Deutschland. Für die vorliegende vierzehnte Befragungswelle wurden im August 2025 501 Konsument:innen in einer repräsentativen Onlinebefragung zu ihrem Einkaufsverhalten vor dem Hintergrund aktueller Krisen, Konsumtrends und zur Konsumstimmung befragt. Im Fokus der aktuellen Befragung standen digitale Gesundheitsangebote und der Onlinekauf von Gesundheitsprodukten im Fokus.

Hier geht es zur kostenlosen Management Summary im [Shop des IFH KÖLN](#) erworben werden.

Über das ECC KÖLN

Seit 1999 ist das ECC KÖLN als Tochtermarke des renommierten IFH KÖLN (Institut für Handelsforschung) eine treibende Kraft im E-Commerce. Unser Ziel ist es, Händlern, Herstellern und Lösungsanbietern eine einzigartige und exklusive Wissens-, Beratungs- und Networking-Plattform zu bieten, um sie fit für die Zukunft des Handels zu machen. Mit unserem Netzwerk ECC CLUB haben wir eine inspirierende und stark vernetzte Community aus allen Handelsbranchen geschaffen. Unsere Strategieprofis rund um ECC NEXT begleiten Unternehmen strategisch in die digitale Zukunft.

Mehr unter: www.ecckoeln.de