

UDDRAG AF:
HEALTH & DATA:
SUNDHED - DET NYE SORT
HAVAS DANMARK

HVILKEN ROLLE SPILLER SUNDHED?

Som led i den øgede globalisering har vi i Vesten også fået øjnene op for andre landes og kulturers tilgange til sundhed. Især Østens sundhedsfilosofi har vundet større udbredelse i Vesten. Hvor man fx i Kina i højere grad ser kroppen som en helhed og har fokus på at forblive sund, har man i Vesten mere fokus på behandling og helbredelse.

Men hvordan ser de danske forbrugere på sundhed - i dag og i fremtiden? Og er det nemt at finde hoved og hale i, hvad "sundhed" egentlig er i en tid, hvor især de sociale medier har åbnet op for (selvudråbte) sundhedsguruer, der hævder at have opskriften på, hvad der er sundt og ikke sundt? Hjælper sundhedssystemet og de etablerede aktører på sundhedsområdet os tilstrækkeligt, og hvad forventer vi af virksomheder i forhold til sundhed?

Havas har spurgt danskerne, og her afslører tallene, at forbrugerne er i vildrede i sundhedsjunglen og har behov for hjælp.

UDDRAG AF RAPPORT

39% / 32%
PROSUMERS / MAINSTREAM

Sundhed er blevet så kompliceret, at jeg ikke længere føler mig sikker på at træffe beslutninger hverken på egne eller min families vegne

HVAD VIL SUNDHED HANDLE OM I FREMTIDEN?

82% / 68%
PROSUMERS / MAINSTREAM

I fremtiden vil sundhed i højere grad fokusere på sygdomsforebyggelse frem for helbredelse

UDDRAG AF RAPPORT

Undersøgelsen viser, at forbrugerne bliver mere og mere bevidste omkring, hvor afgørende deres nuværende livsstil er for hvilke sygdomme, de vil udvikle senere i livet. Det vidner dermed om en øget ansvarsfølelse for eget helbred, som også kommer til udtryk ved, at forbrugerne i stigende grad forventer, at sundhed i fremtiden vil fokusere mere på sygdomsforebyggelse frem for helbredelse.

Men én ting er, hvad vi selv kan gøre ved at føre en sund livsstil for at forebygge diverse sygdomme. En anden er, hvordan teknologien kan hjælpe os. For den teknologiske udvikling raser derudad og åbner op for flere og flere muligheder hele tiden. Men hvor klar er vi til at gøre brug af alle de muligheder, som teknologien åbner op for?

Er vi fx klar til lægerobotter? Selvmonitorering? Vil vi lade os DNA-/genteste for at vide, om vi er disponeret for bestemte sygdomme? Hvad hvis svaret er dårligt – vil vi så stadig vide besked? Er vi klar til at gå skridtet videre og ændre i vores DNA? Og hvad med vores børns DNA? Og hvad er det, vi vil opnå?

HVOR KLAR ER VI TIL FREMTIDENS SUNDHED?

Sundhed bliver ikke mindre kompliceret for forbrugerne i takt med, at den teknologiske udvikling raser derudad. Forbrugerne bekymrer sig om misbrug af resultater af DNA-/gentest, men der er også en række andre bekymringer og barrierer, der skal nedbrydes for at få forbrugerne med på de muligheder, som den teknologiske udvikling åbner op for. For at kunne udløse potentialet i de teknologiske fremskridt, har vi derfor brug for at forstå disse bekymringer. Hvilke barrierer er det, der skal nedbrydes? Hvordan ser forbrugerne på de etablerede aktører på sundhedsområdet i dag? Og hvilken rolle kan private virksomheder spille?

65% / 49%

PROSUMERS / MAINSTREAM

Jeg frygter, at den teknologi, som gør det muligt at ændre/modificere vores DNA:
Vil resultere i misbrug af menneskers resultater af DNA-/gentest

FREMTIDENS SUNDHED: HJÆLP FORBRUGERNE TIL ET SUNDERE LIV



Hvad vil sundhed handle om i fremtiden? Vil det handle om data eller relationer? Om bekæmpelse eller forebyggelse? Livsstil og selvkontrol?

Find ud af, hvordan forbrugerne tænker om sundhed, og hvad de har behov for – i dag og i fremtiden. Din virksomhed kan helt sikkert spille en rolle på sundhedsområdet. Forbrugerne venter – og forventer det...

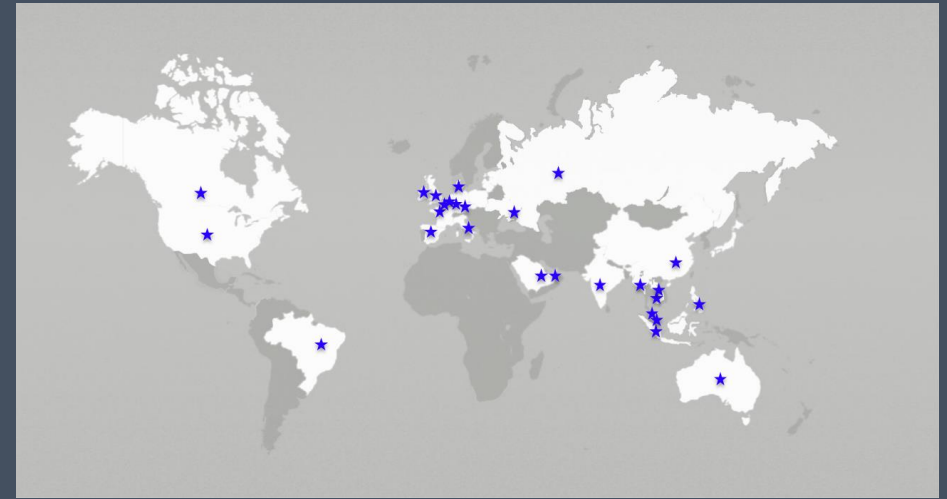
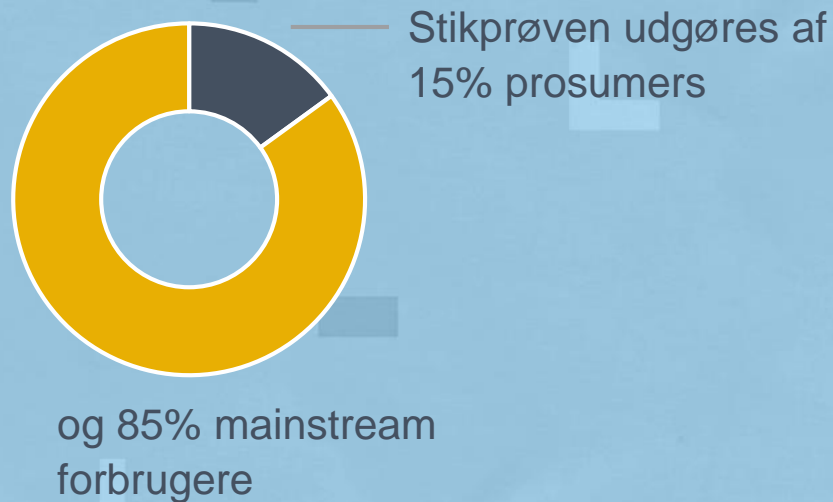
Kontakt Manja Stærk for at få en pris på den fulde rapport:

E-mail: manja.staerk@havas.com

OM UNDERSØGELSEN

I marts 2018 gennemførte Havas i samarbejde med Market Probe International en undersøgelse baseret på 9.447 mænd og kvinder over 18 år i 27 lande.

I Danmark blev undersøgelsen gennemført blandt 509 repræsentativt udvalgte respondenter fordelt på følgende måde:



Australien, Belgien, Brasilien, Cambodia, Canada, Danmark, Forenede Arabiske Emirater, Frankrig, Holland, Indien, Indonesien, Irland, Italien, Kina, Laos, Malaysia, Myanmar, Philippinerne, Rusland, Saudi Arabien, Singapore, Spanien, Storbritannien, Tjekkiet, Tyskland, Ukraine & USA.

Hvem er prosumers?

Prosumers er firstmovers og definerende for den adfærd og de holdninger til brands, som mainstream vil adoptere inden for 6-18 måneder.

Prosumers er kendetegnet ved at se sig selv som selvstændige personer, der gerne køber og afprøver de nyeste forbrugerting, de deler gerne ud af deres erfaringer til venner og bekendte og oplever at de ofte bliver spurgt til råds om forskellige emner. De oplever desuden, at deres indlæg på sociale medier deles eller videresendes af andre.

Mainstreamers er den generelle befolkning, der i løbet af 6-18 måneder sandsynligvis vil tilegne sig den adfærd og de holdninger til brands, der kendetegner Prosumers.

FOR FLERE INDSIGTER KONTAKT:

Manja Stærk
Head of Consumer Insights & Analytics
Manja.staerk@havas.com