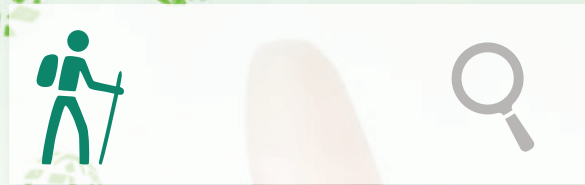


Pascoe Studie 2017 in Zusammenarbeit
mit dem rheingold institut

Ich klick‘ mich gesund: Die virtuelle Pilgerreise





Inhalt

1. Einleitung und Studienaufbau	3
2. Begrenzte Machbarkeitsideale	4
3. Google als erste und letzte Instanz	5
4. Die Suche im Netz als virtuelle Pilgerreise	6
a) Gesehen werden und sich aufgehoben fühlen	7
b) Sich stärken durch die Erweiterung seiner Expertise	8
c) Begegnung mit Wunderheilungen und Schicksalsschlägen	9
d) Austausch mit analoger Autorität und Realität	10
e) Sich selbst verstehen lernen	11
f) Am Ende der Pilgerreise: (Lebens-)Rezepte im Alltag umsetzen	12
5. Anforderungen an Webseiten im Gesundheitsbereich	13
6. Pascoe Akademie	14-15



1. Einleitung und Studienaufbau

„Ich hab' da was, das sieht merkwürdig aus. Ach, das google ich mal schnell.“ Heute ist es zur Regel geworden, sowohl zu kleinen als auch zu ernsthaften Beschwerden im Internet zu recherchieren. „Das google ich doch mal...“ ist die häufigste Antwort.

Was treibt Patienten „ins Netz“, und wie gehen sie bei ihrer Suche vor? Was erleichtert, was erschwert die Suche im Netz? Was bedeutet die Netz-Recherche für Mediziner? Und nicht zuletzt: Was genau suchen Patienten bei der Online-Recherche rund um ihre Gesundheit?

Für die vorliegende, zweistufig aufgebaute Studie wurden insgesamt 1.069 Probanden, im Alter zwischen 20 und 60 Jahren, vom Kölner rheingold institut tiefenpsychologisch befragt. Die Geschlechter waren in beiden Untersuchungen paritätisch besetzt.

Für die im ersten Schritt stattgefundenene qualitative Marktforschung, wurden 45 zweistündige Tiefeninterviews durchgeführt. Von den befragten Probanden gaben 80 Prozent eine Affinität zur Naturmedizin an. 20 Prozent der Probanden sprachen sich nicht explizit für Naturmedizin aus, lehnten diese jedoch auch nicht grundsätzlich ab.

Um die qualitativen Studienergebnisse numerisch repräsentativ zu untermauern, führte rheingold eine quantitative Untersuchung durch. In einem bundesweiten Online-Konsumentenpanel, bestehend aus 1.024 Personen derselben Altersstruktur wie im ersten Step, wurden Fragen rund um die Themen Gesundheit und Erkrankungen gestellt. Weiterhin wurden die Probanden befragt, ob sie sich bereits einmal im Internet zu Gesundheitsthemen informiert haben.

Die Aufteilung in den Alterssegmenten 20 bis 29 Jahre, 30 bis 39 Jahre, 40 bis 49 Jahre und 50 bis 59 Jahre setzte sich aus jeweils rund 25 Prozent zusammen.





2. Begrenzte Machbarkeitsideale

Der gesunde, aber auch der kranke Mensch hat sich in der digitalisierten Welt verändert. Psychologisch betrachtet besitzen die Menschen heute mit dem Smartphone ein zusätzliches Körperteil. Es avanciert



zu seinem unverzichtbaren Wegbegleiter und primären Informationsorgan. Im Hinblick auf die Leibnähe des Smartphones kann man fast von einer „digitalen Verwachsung“ sprechen. Sie erlaubt im Alltag die Illusion von Machbarkeit, Kontrolle und Allwissenheit. Auf Knopfdruck oder mit einem Fingerwisch lassen sich geschäftliche Transaktionen tätigen, Wissenslücken füllen oder potentielle Beziehungspartner entdecken. Das Smartphone ist ein modernes Zepter der Macht. Es soll uns ein Höchstmaß an persönlicher Steuerung und Sicherheit ermöglichen. Vor allem die Apps konfektionieren unsere Welt und erlauben ein kinderleichtes Handling. Im Zeitalter des digitalen „App-Solutismus“ soll so nichts mehr dem Zufall oder Schicksal überlassen sein. Da ist es verständlich, dass allein der Gedanke an den Ausfall seines Smartphones bei vielen Menschen wie eine Art Amputation erlebt wird.

Die gefühlte Allmacht und Allwissenheit des digitalen Zeitalters kontrastiert jedoch mit einem Alltag, der immer noch mühsam, zeitaufwendig, kleinschrittig, analog und damit begrenzend ist. Trotz Smartphone sehen sich die Menschen immer noch mit inneren Widersprüchen, unlösbaren Problemen, Krisen und Krankheiten konfrontiert. Vor allem die eigene Krankheit wird als Einbruch einer kränkenden Ohnmacht erlebt. Der Mensch erfährt sich auf einmal als verletzlich und ausgeliefert.

„Ich habe keinen Hausarzt, weil ich nicht zum Arzt muss. Ich bin seit Jahren kerngesund. Aber die Schulmediziner bekämpfen sowieso nur die Symptome, das brauche ich nicht.“

„Google ist der Wegweiser.“

„Was das Google-Auge nicht sieht oder findet, ist auch nicht relevant.“

„Ich gehe zu Google, damit ich die Wahl habe. Da wird alles offen dargelegt, was es gibt. Ich möchte keine Neuheit verpassen.“



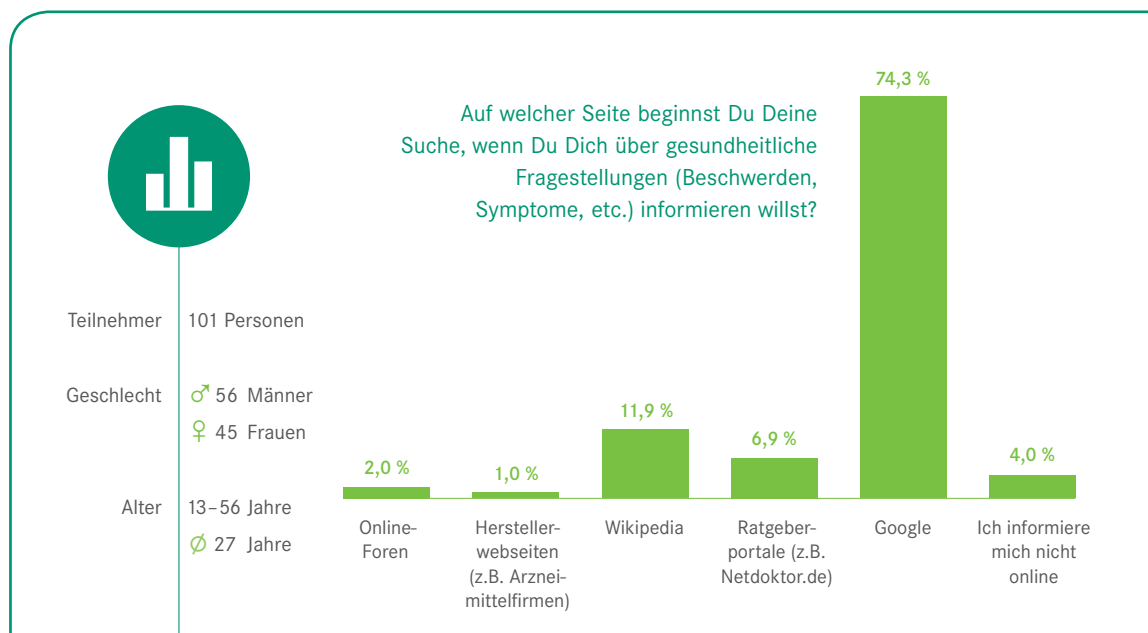
3. Google als erste und letzte Instanz

Dennoch wird auch im Krankheitsfall das Internet das zentrale Auffang-Netz für die Menschen. Bei der Recherche im Netz geht es ihnen um viel mehr als um Informationsgewinn. Das Netz wird zum Schauplatz einer umfassenden (Heils-)Suche, die noch vor einigen Jahren in der analogen Welt der Arztpraxen, Kurhäuser oder Krankenhäuser betrieben wurde. Dieser Paradigmenwechsel wird verstärkt durch eine schleichende Erosion des Vertrauens in die Ärzte. In der analogen Welt der Ärzte vermissen die Patienten oft die Zeit, das Verständnis und den Zuspruch, den sie in ihrer labilen Verfassung so dringend benötigen.

Google-Fenster wird wie ein kosmisches Auge erlebt, das alles sieht und alles erkennt. Das, was Google bei einer Recherche nicht anzeigt, existiert für die User nicht, es ist sinnbildlich nicht Bestandteil der analogen Welt.

Google hat für viele Menschen heute den Nimbus eines potentiellen Heilsbringers. Selbst für versierte Internet-Nutzer ist Google die „erste Instanz“ und aller Suche Anfang. Google-Vorschläge werden meist bereitwillig aufgegriffen und weiterverfolgt, um dann immer wieder zurück auf Google zu gelangen.

Während das Vertrauen in die Ärzte mehr und mehr schwindet, wird Google zu einer Art göttlichen Instanz des Internets. Google bedient in der Tat unterschwellige religiöse Motive und Sehnsüchte der Menschen. Getreu des Gebotes, dass man sich von Gott kein Bild machen soll, tritt Google als reduzierte weiße Seite auf. Das



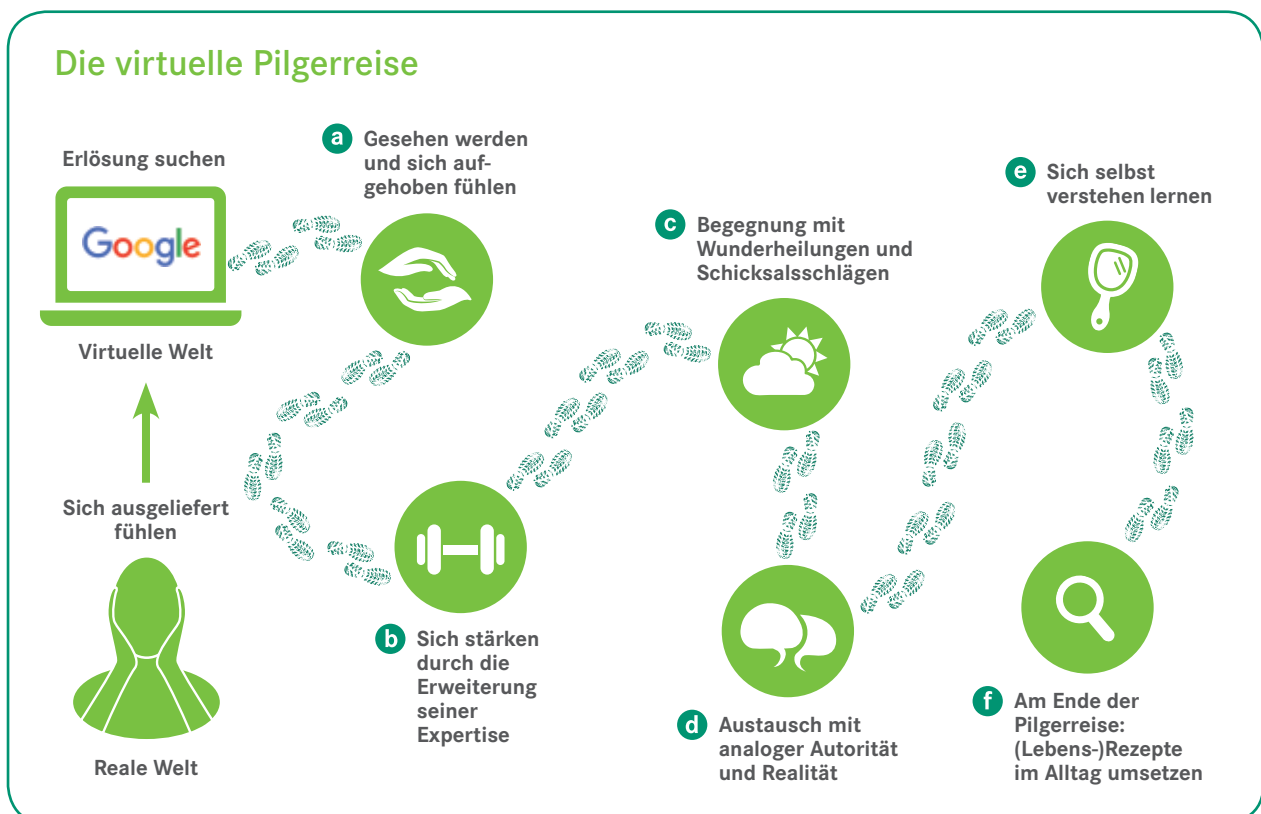


4. Die Suche im Netz als virtuelle Pilgerreise



Erstaunlicherweise soll es bei der Internet-Recherche in der sonst so beschleunigten, virtuellen Welt nicht so schnell zugehen. Prompte Heilung auf Knopfdruck wird von den Patienten weder erwartet noch gewünscht. Sie wissen, dass Heilung Zeit braucht, und sie sind auch bereit, diese Zeit zu investieren. Im Durchschnitt dauert die Recherche, gerade bei schweren Erkrankungen, 2,4 Stunden. Die Menschen begeben sich in den Weiten

des Internets auf eine ungewisse Reise, die – psychologisch betrachtet – den Charakter einer Pilgerreise hat. Auch im virtuellen Raum machen die Patienten sich auf einen langen beschwerlichen Weg. Angetrieben von dem Wunsch, dass es ihnen am Ende der Reise besser geht, sind sie bereit, sich mit Fremdem auseinanderzusetzen, viele Umwege zu gehen, bei der Recherche buchstäblich Höhen und Tiefen zu durchschreiten.



„Es gibt doch mittlerweile niemanden mehr, der sich in der schnelllebigen Kassenmedizin wirklich richtig Zeit für einen nehmen kann. Die Ärzte sind ja leider selber total gebunden und stehen unter enormem Zeitdruck. Wobei mehr Zuwendung schon schön wäre. Deshalb informiere ich mich jetzt immer im Netz.“



a) Gesehen werden und sich aufgehoben fühlen

Wie auf einer Pilgerreise suchen die Patienten auch bei der (Heils-)Suche im Internet die Nähe zu anderen Menschen und Schicksalen. Die Suchenden wollen sich nicht verstecken, sondern sie wollen gesehen und verstanden werden. Es ist verblüffend, dass sich die Menschen dem Internet häufig verbundener fühlen, als dem behandelnden Mediziner.

Google wird manchmal sogar der bessere Arzt, der sich Zeit nimmt, geduldig zuhört und die Beschwerden ernst nimmt. Vor allem Foren, Beratungsstellen und Diagnose-tests vermitteln häufig das Gefühl, endlich einmal verstanden zu werden. Patienten finden sich mit ihren Sorgen und Nöten und den eigenen Symptomen im Netz wieder. So entsteht unterwegs eine Art Schicksalsgemeinschaft. Der Patient fühlt sich nicht infrage gestellt oder belächelt, sondern fürsorglich behandelt. Denn der Wiederhall der eigenen Beschwerden, Symptome und Sorgen im Netz beglaubigt sie und gibt ihnen eine Art Existenzberechtigung. Vor allem durch eine leibnahe Beschreibung der Beschwerden gewinnt er den Eindruck, dass er in seiner besonderen Symptomatik gesehen wird. Er fühlt sich so besser aufgehoben als bei einem rein medizinisch-wissenschaftlichen Fachjargon.

Es sind gerade die, im Zusammenhang mit der Erkrankung stehenden, **praxisnahen Alltagstipps**, die das besondere Interesse wecken (57 Prozent). 50 Prozent der Probanden gaben an, dass sie praxisnahe Tipps zur Gesunderhaltung zu ihrem Alltagsknigge gemacht haben. Hervorzuheben sind neben **alternativen** Medikationsmöglichkeiten zur Schulmedizin (38 Prozent) auch persönliche Beschreibungen, vor allem zu positiven Wendungen von Krankheitsverläufen (30 Prozent), in denen sich die Probanden wiederfinden.



„Ich recherchiere im Vorfeld, was ich haben könnte, und mache meiner Ärztin dann drei alternative Vorschläge. Daraus kann sie sich was aussuchen.“

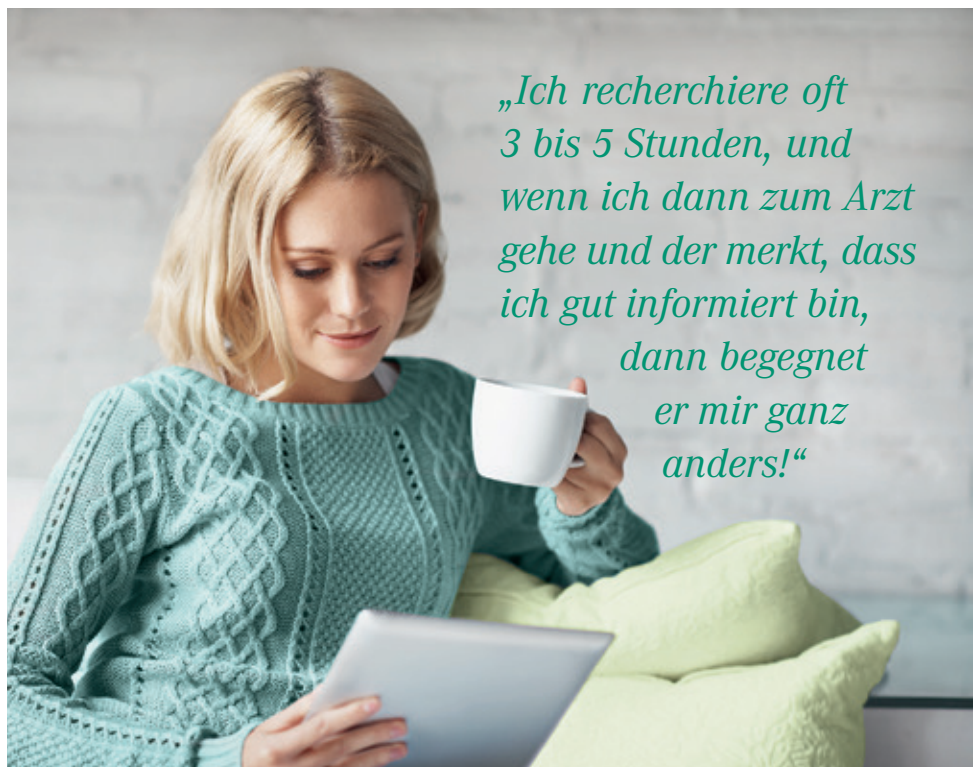
„Ein Arzt weiß viel, aber es kann auch immer mal eine neue Krankheit geben. Ich informiere mich schon vor dem Arztbesuch, um ihm Tipps zu geben, und kann dadurch Einfluss nehmen. Er checkt dann die Infos ab und kann sie letztendlich aufgrund seiner Ausbildung besser einschätzen.“

b) Sich stärken durch die Erweiterung seiner Expertise

Wie auf einer Pilgerreise wollen sich die Menschen auch im Netz austauschen, Land und Leute kennenlernen, den Wissens- und Erfahrungshorizont erweitern. Mit neu gewonnenen Erkenntnissen wollen sie wieder in den Alltag zurückkehren.

Anschauliche sowie verständliche Diagnosen verhelfen nicht nur zu einem besseren Verständnis für das eigene Befinden. Sie sorgen auch dafür, dass man sich gegenüber den Ärzten kompetent und nicht hilflos ausgeliefert fühlt.

Die Recherche im Netz ist daher für die meisten Patienten ungemein lehrreich. In erster Linie durch Verlaufsbeschreibungen der Erkrankungen sowie intensive Wirkbilder lernt der Patient mehr als durch rein medizinisches Fachwissen. Mit diesem im Internet erworbenen und erweiterten Wissen geht er gestärkt in das Arzt-Patient-Gespräch hinein. Das schafft eine Augenhöhe mit den Ärzten und ein Hoffen auf eine bessere Behandlung.



„Ich recherchiere oft 3 bis 5 Stunden, und wenn ich dann zum Arzt gehe und der merkt, dass ich gut informiert bin, dann begegnet er mir ganz anders!“

„Dann habe ich gegoogelt unter ‚Schwindel‘ – da habe ich mich total gewundert, was es alles für unterschiedliche Schwindel gibt, und wo Schwindel alles herkommen kann! Das hat mir richtig Angst gemacht. Ich bin erstmal aus dem Netz raus, sonst hätte ich mich verrückt gemacht.“




c) Begegnungen mit Wunderheilungen und Schicksalsschlägen

Wie auf einer Pilgerreise wollen die Menschen auch bei der Suche im Netz Höhen und Tiefen durchschreiten. Die Patienten begegnen bei ihrer Recherche zu vielfältigen Diagnose- und Behandlungsmöglichkeiten oft unfassbaren Wunderheilungen und Schicksalsschlägen. Das stürzt sie häufig in ein Wechselbad der Gefühle, das aber durchaus eine heilsame Wirkung entfalten kann. Schwere Krankenschicksale können mitunter helfen, das eigene Leid zu relativieren oder die Zuversicht zu stärken, dass es überstanden werden kann.

Vor allem die Geschichten über geglückte Behandlungen oder gar spontane Wunderheilungen nähren die Hoffnung, selbst bald die Krankheit zu überwinden und wieder genesen zu können. Diese Hoffnung und die damit verbundene Suche nach dem einzig wahren Wundermittel können die Patienten immer wieder antreiben. Sie birgt aber auch die Gefahr, sich in den Weiten des World Wide Web zu verlieren und diese zu einer lebenslangen Aufgabe zu machen.

Zudem kann er auf seiner unermüdlichen Suche auch immer wieder auf Worst-Case-Szenarien stoßen. Solch niederschmetternde Krankenschicksale können ihn mitunter kranker machen als zuvor.





„Ich würde nie nach einer Eigendiagnose was holen. Vor allem, wenn ich das noch nicht kenne, dann kläre ich das immer noch mal ab.“

d) Austausch mit analoger Autorität und Realität

Wie auf einer Pilgerreise ist auch bei der Nachforschung im Netz der Austausch und der Kontakt mit der tagtäglichen Wirklichkeit wichtig. Gerade weil das Netz – ähnlich wie eine Pilgerreise – eine Art Parallel-Universum mit grenzenlosen Möglichkeiten eröffnet, braucht die Recherche eine flankierende Realitätsverankerung. Trotz ihrer Internet-Gläubigkeit suchen die Menschen eine Autorität und Rückversicherung in der analogen Welt. Ratschläge, die man im Netz findet, lässt man daher vom Arzt oder Apotheker gegenchecken oder man tauscht sich mit Freunden, Bekannten oder Familienangehörigen darüber aus. Durch diese Rückkopplung mit vertrauten und nahen Personen bekommen die Empfehlungen und Ratschläge aus dem Netz eine größere Glaubwürdigkeit. Sie erfahren eine Prüfung und Beglaubigung in der Realität des Alltags.



„Über Google betreibe ich Problemlösungsrecherche. Ich möchte immer selber wissen, was mit meinem Körper los ist, denn es ist MEIN eigener Körper, da schlucke ich nicht einfach irgendwas!“

„Über die Recherche habe ich meinen Körper besser kennengelernt. Ich weiß jetzt, wie ich mich verhalten soll, wenn ich wieder einen Schub bekomme und kann die Anzeichen vorher besser deuten. Das hat bei mir auch immer damit zu tun, wie es mir überhaupt geht.“



e) Sich selbst verstehen lernen

Wie auf einer Pilgerreise ist man auch bei der Recherche im Netz letztlich auf einer Suche nach sich selbst. Die Beschäftigung mit Krankheitssymptomen, beispielsweise über Symptom-Checklisten oder über Bilder zu Krankheiten, bedeutet immer auch eine intensive Beschäftigung mit sich selbst. Den Menschen geht es bei der Recherche im Netz vor allem darum zu verstehen, welche Prozesse im eigenen Körper ablaufen. Indem sie in sich hineinhorchen und -spüren, sich anfassen und prüfen, wie konkret Beschwerden zu beschreiben sind, kommen sie sich wieder näher. Sie werden sich selbst ein Stück vertrauter und entwickeln ein sensibles Gespür für Veränderungen in ihrem Körper.



„Ich habe mir die zehn einfachen Rückenübungen dann ausgedruckt, und sie sind jetzt ein regelmäßiger Bestandteil meines Fitnessprogramms.“

„Mein ständiges Sodbrennen habe ich dann durch eine einfache Ernährungsumstellung wegbekommen.“

f) Am Ende der Pilgerreise: (Lebens-) Rezepte im Alltag umsetzen



Wie eine Pilgerreise soll die Suche im Netz letztendlich ebenfalls dazu führen, dass man den gewohnten Alltag mit anderen Augen sieht. Die Menschen wollen Veränderungsimpulse und hilfreiche Erfahrungen mitnehmen, die sie konkret in ihrem Alltag umsetzen können. Somit ist das Finden einer Diagnose oder eines Behandlungsplans im Netz ein erster wichtiger Schritt zu einem neuen Lebensrezept. Neben medizinisch fundierten Diagnosen und Empfehlungen suchen die Patienten immer auch einfache Tipps und neue Rituale, die den Alltag stabilisieren und erleichtern. Darum zählen zu den wichtigsten Erfolgskriterien eines Internetportals eine leicht verständliche Sprache, spezifische Symptom-Erklärungen sowie Tipps für den Alltag, um gesund zu werden oder zu bleiben. Veränderungen werden allerdings nur dann umgesetzt, wenn sie sich in den Alltag integrieren lassen. Webseiten, von denen ein zu großer Veränderungsdruck ausgeht, werden tendenziell eher verlassen und nur selten erneut aufgesucht.



5. Anforderungen an Webseiten im Gesundheitsbereich

Um den Menschen bei dieser virtuellen Pilgerreise zu begleiten und Hilfestellungen zu leisten, muss ein Anbieter weit mehr als Diagnosen aufweisen. Die Bewertung einzelner Seiten und Angebote im Netz sollte vor dem Hintergrund der dargestellten sechs Erfolgsaspekte der modernen Pilgerreise geschehen. Denn den Suchenden geht es um weit mehr als bloßen Informationsgewinn.

Sie möchten sich als ganzen Menschen wahrgenommen fühlen, mit all ihren Sorgen, Nöten und auch Sehnsüchten. Die virtuelle Pilgerreise ist erst dann an ihrem Ende angelangt, wenn sich der Mensch wiedergefunden und verstanden hat, wenn er das Gefühl hat, sich gestärkt oder mit neuem Mut seinem Alltag zuwenden zu können.

Sechs Empfehlungen für Anbieter

1. **Trost und Verständnis:**

Dem Patienten das Gefühl geben, gesehen zu werden und sich aufgehoben zu fühlen.

2. **Den Suchenden stärken:**

Verwendung verständlicher Fachbegriffe und selbsterklärender Schaubilder sowie klare Strukturen und Übersichten, um Orientierung zu schaffen.

3. **Behandlungsoptionen und Fallbeispiele**

aufzeigen: Der Webseiten-Anbieter erfüllt damit den Wunsch der Menschen, ‚unterwegs‘ Wunderheilungen und Schicksalsschlägen zu begegnen.

4. **Brücken bauen zum realen und analogen Alltag:**

Durch Hotlines und Angebote einen konkreten Austausch ermöglichen, z. B. durch reale Personen, die auf E-Mails und Fragen antworten.

5. **Fallgeschichten und körpernahe Symptom-**

Abfragen: Fotos von Symptomen helfen den Patienten bei einem Abgleich mit den eigenen Beschwerden, einem Sich-vertraut-werden und Sich-verstehen-lernen.

6. **Suche braucht ihren Umsatz:**

Tipps, Empfehlungen oder Ratschläge sollen praktikabel und verständlich sein. Konkrete Alltagshilfen runden die Hilfe der (Heils-)Suchenden im Netz ab.



6. Pascoe Akademie

Da die Suche im Netz oft auch mit angstmachenden Diagnosen konfrontiert und auf Abwege führt, sollte den Menschen Mut gemacht werden, sich und ihr Leben wieder selbst in die Hand zu nehmen. Hierbei unterstützen seriöse sowie ganzheitlich ausgerichtete Seiten.

Den vorangegangenen Erkenntnissen folgend hat Pascoe Naturmedizin eine eigene Akademie entwickelt. Wer einen Blick hinter die Kulissen der Naturmedizin werfen möchte oder erfahren will, was pflanzliche Arzneimittel für die Gesundheit tun können, ist bei der neuen Pascoe Akademie an der richtigen Adresse – jederzeit, an jedem Ort und so oft man will.

Ein Angebot für Verbraucher und für Fachkreis-Angehörige

Um den unterschiedlichen Ansprüchen von naturmedizinisch Interessierten sowie dem Fachpersonal wie Ärzten, Heilpraktikern, Apothekern und PTAs gerecht zu werden, bietet Pascoe die Akademie zum einen für Verbraucher und zum anderen – DocCheck-geschützt – für Fachkreis-angehörige an. In praxisnahen und leicht verständlichen Video-Einheiten erhält der Nutzer vielfältiges Hintergrundwissen rund um das Thema der Naturmedizin.

Experten verschiedener Fachrichtungen vermitteln den Usern in verständlich und kompetent-spannenden Sequenzen umfassende, naturmedizinische Zusammenhänge: die Erkundung der Ursprünge der traditionellen Pflanzenheilkunde, ihre Entwicklung zu modernen Arzneimitteln und das enorme Potenzial pflanzlicher Arzneimittel auf die Gesundheit. Mit einem begleitenden Test kann anschließend jeder Besucher sein neu erworbenes Wissen überprüfen und sich fortbilden.



Pascoe Akademie:





- Psyche
- Vitamine
- Lymphsystem



- Säure-Basen-Haushalt
- Gesunder Darm
- Neurohormonelle Regulation
- Ausleitung & Entgiftung



- Phytotherapie
- Homöopathie
- Konstitutionsmedizin



Moderne Naturmedizin seit 120 Jahren

Pascoe Naturmedizin gehört zu den 100 modernsten mittelständischen Unternehmen Deutschlands. Die Erfolgsgeschichte des auf Naturmedizin spezialisierten Familienunternehmens begann mit Friedrich H. Pascoe vor mehr als 120 Jahren.

Apotheker Friedrich H. Pascoe erforschte gemeinsam mit dem Naturheilkundler Emanuel Felke die Wirkung pflanzlicher und homöopathischer Arzneimittel. Gemeinsam entwickelten sie die Komplexmittelhomöopathie. Heute wird das Unternehmen von Jürgen F. Pascoe, dem Enkel des Gründers, und seiner Frau Annette Pascoe geleitet. Pascoe beschäftigt 200 Mitarbeiter und stellt rund 200 naturheilkundliche Arzneimittel her. Dazu gehören, pflanzliche Medikamente, (Hochdosis-)Vitaminpräparate, homöopathische Komplexmittel und Nahrungsergänzungsmittel, die in 30 Länder weltweit exportiert werden. 2005 wurde Pascoe Canada in Toronto gegründet, seit 2006 gibt es eine Niederlassung in Österreich.

Forschung und Entwicklung

Gegründet wurde die Forschungsabteilung bereits 1961. Bis heute wurde hier in enger Zusammenarbeit mit Kliniken sowie niedergelassenen Ärzten und Heilpraktikern eine Vielzahl klinischer Studien zur Wirksamkeit und Verträglichkeit der hergestellten Arzneimittel durchgeführt. Über zwei Millionen Patientendaten sind mittlerweile dokumentiert.

Pionier auch beim Thema Nachhaltigkeit

Da Pascoe zur Natur als Lieferantin hochwertiger Rohstoffe ein besonderes Verhältnis hat, ist dem Unternehmen ein verantwortungsvoller Umgang mit den natürlichen Ressourcen wichtig. Pascoe war das erste pharmazeutische Unternehmen weltweit, das 2005 eine papierlose Dokumentation einführte und damit in nur fünf Jahren seinen gesamten Papierverbrauch um 65 Prozent senkte.

Ausgezeichnet

Pascoe erhielt bereits dreimal das Gütesiegel „Top 100“, den Innovationspreis für mittelständische Unternehmen – zuletzt im Jahr 2016. Als erstes Pharmaunternehmen weltweit wurde Pascoe zudem FSC®-zertifiziert (Forest Stewardship Council®). Fünfmal wurde Pascoe als einer der besten deutschen Arbeitgeber Deutschlands mit dem Gütesiegel „Great Place To Work“ ausgezeichnet. 2015 und 2016 folgten Auszeichnungen zu einem der besten Europäischen Arbeitgeber und im März 2016 erreichte Pascoe sogar den dritten Platz in Deutschland.



Die besondere Auszeichnung mit dem Award für „betriebliches Gesundheitsmanagement“ erhielt Pascoe im selben Jahr.

Pressekontakt

Pascoe Naturmedizin

Stefanie Wagner-Suske
Unternehmenskommunikation
Schiffenberger Weg 55, 35394 Giessen
Telefon: 0641 7960-330, E-Mail: stefanie.wagner-suske@pascoe.de

Newsletter Naturmedizin.

Melden Sie sich an unter www.pascoe.de

Das rheingold institut zählt zu den renommiertesten Adressen der qualitativ-psychologischen Wirkungsforschung und ist eines der letzten unabhängigen Marktforschungsinstitute in Deutschland. Das Institut hat sich mit seinen rund 50 festen Mitarbeitern und 120 freien Auftragnehmern – überwiegend Diplom-Psychologen – auf tiefenpsychologische Kultur-, Markt- und Medienforschung spezialisiert. Ihre Analysen erarbeiten die Kölner auf der Basis der morphologischen Markt- und Medienforschung, die an der Universität Köln entwickelt wurde. Jahr für Jahr liegen bei rheingold über 5.000 Frauen und Männer „auf der Couch“. Dabei analysieren die Wissenschaftler auch die unbewussten seelischen Einflussfaktoren und Sinnzusammenhänge, die das Handeln eines jeden Menschen mitbestimmen.

Das Team von rheingold ist in der Lage Märkte, Marken, Produkte und gesellschaftliche Trends, wie Konsumenten-Verhalten oder Werte-Hierarchien, auf höchstem Niveau zu analysieren und zu interpretieren. Eigens entwickelte Tools und Mechaniken stehen hierfür zur Verfügung, wenngleich die eigentliche Leistung das Sehen und Verstehen unbewusster Verhaltensweisen und Haltungen ist. Sowie die Expertise, diese zu vermitteln und zur Vorlage für strategische Prozesse zu gestalten. Darüber hinaus begleitet rheingold Unternehmen bei ihren strategischen Vorhaben, moderiert Boards, unterstützt bei Kreativ-Prozessen oder entwickelt Positionierungs-Szenarien. Diese jahrelange Forschungs-Erfahrung mit Märkten, Marken und Prozessen hat rheingold zum führenden qualitativen Forschungs-Institut gemacht. Zu den Kunden des Instituts zählt neben öffentlichen Auftraggebern die Beletage der deutschen und europäischen Wirtschaft.

www.rheingold-marktforschung.de

www.facebook.de/rheingoldmarktforschung

Pressekontakt rheingold

rheingold institut
Sonja Kittel
Unternehmenskommunikation
Kaiser-Wilhelm-Ring 46, 50672 Köln
Telefon: 0221-912777-44
E-Mail: kittel@rheingold-online.de

Impressum

ViSdP: Sonja Kittel, rheingold institut
Stefanie Wagner-Suske, Pascoe Naturmedizin
Studie: Dipl.-Psych. Stephan Grünewald,
Dipl.-Psych. Birgit Langebartels (beide rheingold institut)
Text: Edgar Schnicke, Stephan Grünewald
Bilder: Getty Images
Gestaltung: Pascoe Naturmedizin
Druck: gründrucken Print and Packaging GmbH, Gießen