

Zahnärztliche Implantologie

Vergleichende Online-Befragungen 2000/2006

Die Implantologie lässt sich im Resultat aus dem Zusammentreffen von Angebot (Implantologen) und Nachfrage (Patienten) eindeutig als Markt definieren (Schierenbeck 2000, Diller 2001). Entsprechend hat die Analyse ökonomischer Entscheidungsprobleme, sowohl in der Unternehmenspraxis als auch in der Betriebswirtschaftslehre, die Notwendigkeit zur Beschaffung, Aufbereitung und Interpretation entscheidungsrelevanter Informationen begründet (Hamann und Erichson 1994), deren Systematisierung nach Hüttner (1999) dem üblichen Begriff der Marktforschung entspricht.

Dr. Winand Olivier, ZA Shafiq Terai/Bottrop, Dipl.-Kfm. Uwe Jungius/Essen

■ Bei der Erhebung primärer Daten ist die Befragung mittels Fragebogen, neben der Beobachtung und dem Experiment, das wichtigste und meist angewendete Untersuchungsverfahren (Koschnick 1995, Mummen-dey 1999), wobei internetbasierte bzw. onlinegeführte Umfragen eine, v. a. wegen der geringen Kosten und komplexen Schnelligkeit der Durchführung, vorteilhafte Alternative zu den bisher vorherrschenden Telefon- und Face-to-face-Befragungen darstellen (Hauptmanns 1999, Schub von Bossiazky 1999, Batinic und Bosnjak 2000, Atteslander 2003).

Vorbemerkung

Die Untersuchung dieser Arbeit beschäftigt sich grundsätzlich mit Personen und deren objektiven Merkmalen, wie ihre demografische Struktur sowie ihre Kenntnisse und Meinungen zum Thema „Zahnärztliche Implantologie“. In dieser Konsequenz firmieren die angewendeten Methoden der primären Informationsgewinnung unter demskopischer Marktforschung (Merk 1952).

Zielsetzung der Untersuchung

Auf der Basis erhobener Daten aus dem Jahr 2000 (Olivier 2000, Olivier 2001 a–c) soll eine Wiederholungsbefragung mit gleichartiger, aber nicht identischer Stichprobe durchgeführt werden, um die themenbezogenen Ergebnisse zu vergleichen und im Zeitverlauf zu verfolgen.

Untersuchungsdesign

- Befragung von zufällig ausgewählten Patienten und potenziellen Patienten.
- Aufbau der Studie exakt identisch mit der Online-Befragung von 2000.
- Ca. 8.000 E-Mail-Adressen wurden per Zufallsauswahl aus der Datei „E-Mail-Verzeichnis von DeTeMedien“ ausgewählt und mit der Bitte angemault, über die Website „www.zahnklinikdavinci.de“ und den dort programmierten Fragebögen an der Befragung teilzunehmen.

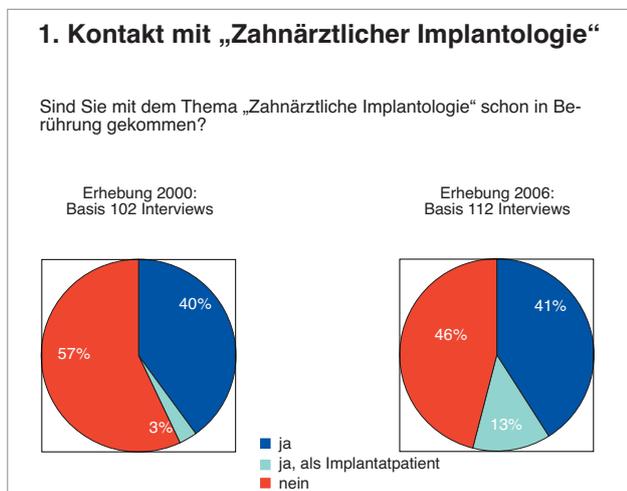


Abb.1

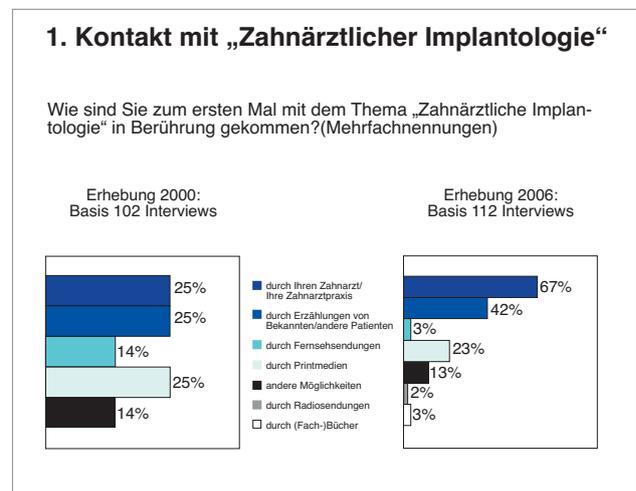


Abb.2