



Wie unterscheidet man gute und weniger gute Gesundheitsinformationen?

Martin Schumacher, LVG & AFS Niedersachsen e. V.

Gewusst wie! – Gesundheitskompetenz im Alter stärken

Regionalkonferenz Bremen »Gesund und Aktiv Älter werden«

13.11.2019

Angaben zum Referenten

- Ehrenamtlich: Vorstand des Aktionsforums Gesundheitsinformationssystem e. V. (afgis) (gemeinnützig) (VR 8185 AG Bonn)
- Hauptamtlich: Referent bei der Landesvereinigung für Gesundheit und Akademie für Sozialmedizin Niedersachsen e. V. (LVG & AFS) (gemeinnützig) (VR 2561 AG Hannover)
- Es bestehen keine Interessenskonflikte.



Hintergrund

- afgis ist ein bundesweiter Zusammenschluss von Verbänden, Unternehmen und Einzelpersonen zur Förderung der Qualität von (Online-) Gesundheitsinformationen.
- Gründung 1999 auf Initiative des Bundesministeriums für Gesundheit, Aufbau durch die Bundesvereinigung Prävention und Gesundheitsförderung e. V. (BVPG), seit 2003 gemeinnütziger eingetragener Verein.
- Mitglieder sind u. a. Körperschaften öffentlichen Rechts (Kammern, Krankenkasse), Forschungsinstitute, Selbsthilfeorganisationen sowie Unternehmen und Einzelpersonen mit Bezug zum Gesundheitswesen.
- afgis versteht sich als Wertegemeinschaft der Anbieter*innen und Nutzer*innen von Gesundheitsinformationen im Web.
- Das von afgis vergebene Qualitätslogo dient zur Kennzeichnung von qualitativ hochwertigen Gesundheitsinformationsangeboten im Internet.
- afgis prüft die Tauglichkeit vorhandener Standards für neue und künftige Kulturtechniken und Anwendungen des Netzes und entwickelt sie weiter.

Wer findet wo Gesundheitsinformationen?



Internetnutzung als Informationsquelle für Gesundheitsinformationen:

- 18-39 Jahre: 89%
- 40-59 Jahre: 76%
- 60-70 Jahre: 54%

(Quelle: TK-Studie Homo Digitalis (2018). <https://www.tk.de/presse/themen/digitale-gesundheit/digitaler-fortschritt/digitalisierung-medienkompetenz-studie-2046690>)

- Mehr als 90 Prozent verwenden (nur) Google für ihre Suche
- Bedenkliche Vorgänge wie Personalisierung von Suchergebnissen, Datenspeicherung oder Suchmaschinenoptimierung werden nicht bewusst wahrgenommen oder als störend bzw. kritisch empfunden
- Mittels des Informationsdesigns (z. B. den automatisierten Vorschlägen) kann das Nutzer*innenverhalten systematisch beeinflusst werden

(Quelle: Forschungsschwerpunkt Medienkonvergenz der Johannes Gutenberg Universität Mainz, 2015, <https://www.medienkonvergenz.uni-mainz.de/forschung/googleisierung/>)

Bekanntheit und Vertrauenswürdigkeit von Online-Angeboten



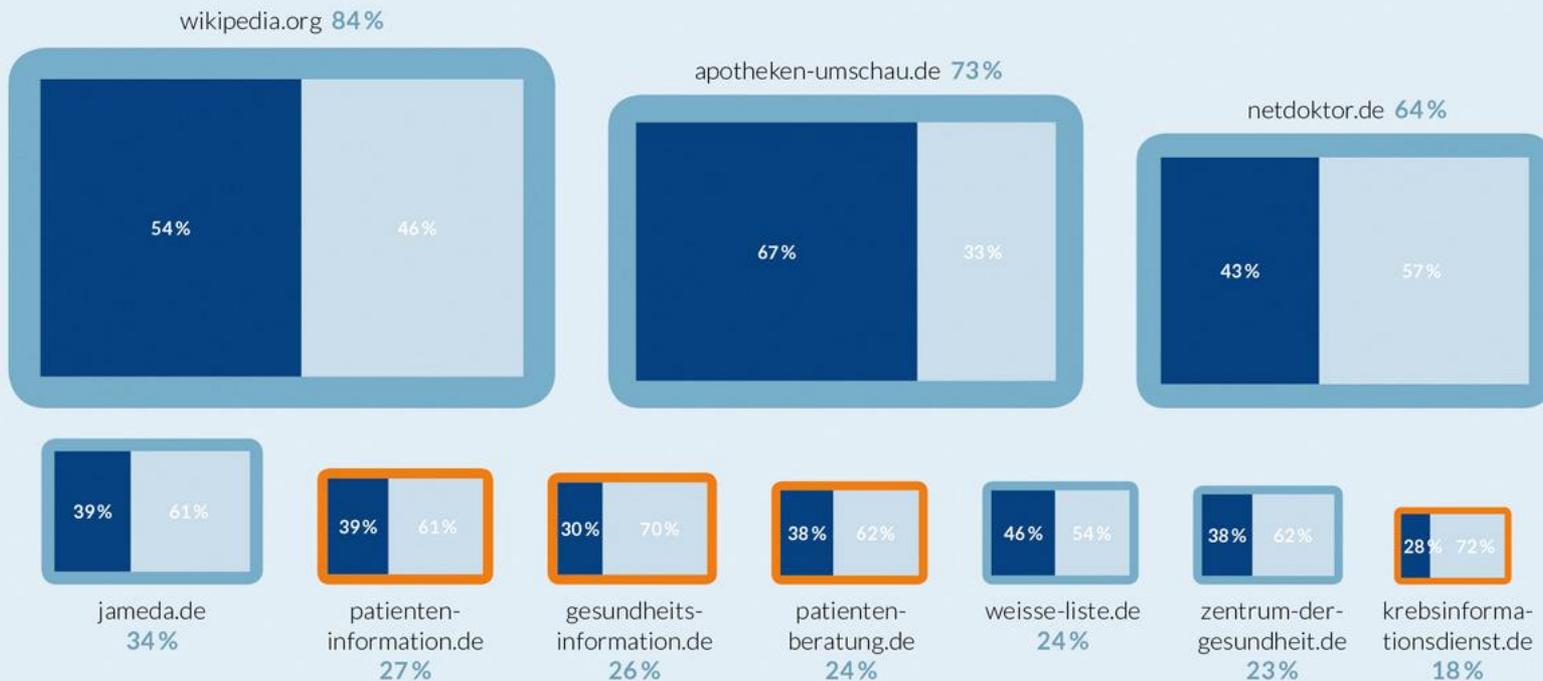
Angebot	bekannt?	vertrauenswürdig?
wikipedia.org		
apotheken-umschau.de		
netdoktor.de		
jameda.de		
patienten-information.de		
gesundheitsinformation.de		
patientenberatung.de		
weisse-liste.de		
zentrum-der-gesundheit.de		
krebsinformationsdienst.de		



Bekanntheit und Vertrauenswürdigkeit von Online-Angeboten



Bekanntheit und Vertrauenswürdigkeit von Online-Angeboten



Größe der Rahmen: Bekanntheitsgrad ■ vertrauenswürdig ■ nicht vertrauenswürdig □ Angebote öffentlicher Institutionen
 Lesebeispiel: Der Bekanntheitsgrad von Wikipedia liegt bei 84%. Von denjenigen, die Wikipedia kennen, erachten 54% das Online-Lexikon für vertrauenswürdig.
 Quelle: Kantar Emnid, Befragung Oktober 2017, n > 959

| BertelsmannStiftung

HPV-Impfung fordert immer mehr Opfer



Millionen Kinder und Jugendliche wurden weltweit gegen HPV (Gebärmutterhalskrebs) geimpft. Den seitdem an chronischen Krankheiten. Nebenwirkungen zählen Hautreaktionen, ...

Grippeimpfung: Geimpfte Kinder sind kränker als ungeimpfte



In einer chinesischen Impf-Studie mit Kindern konnte die Grippeimpfung keine verlässlich schützende Wirkung vorweisen. Ja, die geimpften Kinder erkrankten sogar ähnlich häufig an Grippe wie die ...

Autoimmunerkrankung durch Impfung



Geimpft wird viel - ob Erwachsene, Kinder oder Haustiere. Gleichzeitig nimmt die Zahl der Autoimmunerkrankungen immer weiter zu. Könnte es hier einen Zusammenhang geben? Impfungen zielen immerhin ...

Grippeimpfung: Die Nebenwirkungen



Die Grippeimpfung kann nicht nur Nebenwirkungen mit sich bringen. Auch ihre Wirkung darf in Frage gestellt werden. Schon allein ein Blick auf die Zutatenliste des Impfstoff-Cocktails mag mögliches ...



ANZEIGE



Werb
Quinoa-Mais-Flakes
3,99 EUR
Frühstück) Müsli



Zwergenwiese
Streich's drauf Papay...
2,59 EUR
Frühstück) Aufstriche) Pik...



Govinda
Erdmandel-Frühstüc...
6,95 EUR
Frühstück) Müsli



effective nature
Spirulina Algen Pulver
14,90 EUR
Mikroalgen) Spirulina



PPURA
Pesto Basilico
3,19 EUR
Kochen) Saucen und Pesto...



Algenladen
Algen-Probierpaket
10,99 EUR
Spezielle Lebensmittel) Spe...

Wer und was versteckt sich hinter Ernährungsportalen?

Ergebnisse des Website-Checks



Nr.	Betreiber der Seite	Screenshot der Startseite	Anbieter verspricht (Website/ Selbstauskunft)	Bewertung der Verbraucherzentrale	
				Beschreibung	Bewertungs-Symbole
1	<p>Impressum Neosmart Consulting AG Mühlebachstr. 72 CH-8008 Zürich</p> <p>Finanzierung Auf Anfrage der Verbraucherzentrale (VZ) keine Antwort.</p> <p>Info auf der Website: „Für die Verkäufe der Produkte erhält die Neosmart Consulting AG eine Provision. Diese wird dazu genutzt, um die Internetseite ständig aktuell und damit auf dem neuesten Stand zu halten.“</p>	<p>http://www.zentrum-der-gesundheit.de</p>   <p>http://www.zentrum-der-gesundheit.de/gesunde-ernaehrung.html</p>	<p>Website: „Für die Gesundheit des Menschen - In unserem unabhängigen Internetportal finden Sie unzensurierte Informationen aus den Bereichen Gesundheit, Ernährung und Naturheilkunde. In den angeschlossenen Shops finden Sie hochwertige natürliche Produkte, die Ihnen helfen sollen, Ihre Gesundheit zu stabilisieren.“</p> <p>Antwort auf Anfrage der VZ: Keine</p>	<p>Gesamturteil</p> <p>Bewertungskriterien</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verkaufsinteresse: groß • Transparenz der Informationen zum Anbieter: schlecht • Objektivität der Ernährungsberatung: mangelhaft <p>Details Gezielt platzierte Produktverweise im Text und „Produkt-Tipps“ am Seitenrand, obwohl der Name der Internetseite „Zentrum der Gesundheit“ die Erwartung eines unabhängigen Gesundheitsportals weckt. Kontroverse Themen, z.B. „Vitamin D schützt vor Krebs“, „Aspartam erhöht die Krebsrate“, werden einseitig dargestellt. Quellen werden angegeben, doch Qualität und/oder Inhalte der Studien entsprechen nicht den daraus gezogenen Schlussfolgerungen (z.B. Aspartam und Krebs). Einseitig aufbereitete redaktionelle Inhalte dienen als Aufhänger für den Produktverkauf (z.B. Vitamin D-Präparate, Stevia).</p>	   

Wer findet wo Gesundheitsinformationen?



Wo sich Patienten im Internet informieren

Welche der folgenden Internet-Angebote haben Sie rund um das Thema Gesundheit und Krankheit schon einmal genutzt?



„52 Prozent der Patienten, die das Internet bei Gesundheitsfragen nutzen, sind mit dem Ergebnis zufrieden.“

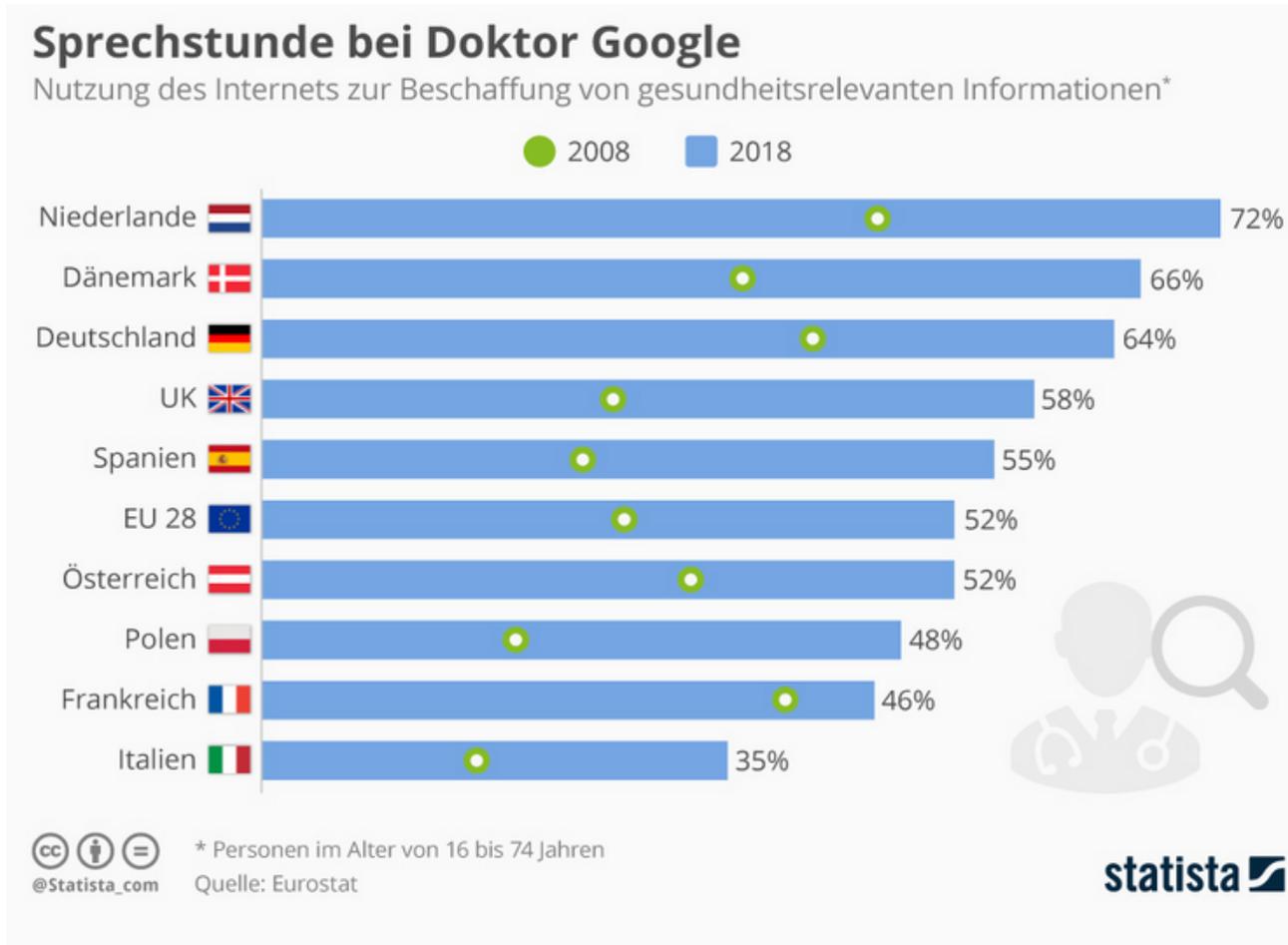


Abbildung 1 | Quelle: Kantar Emnid, Befragung Oktober 2017, n = 946

| BertelsmannStiftung

https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/VV_SpotGes_Gesundheitsinfos_final.pdf

“Doktor Google”



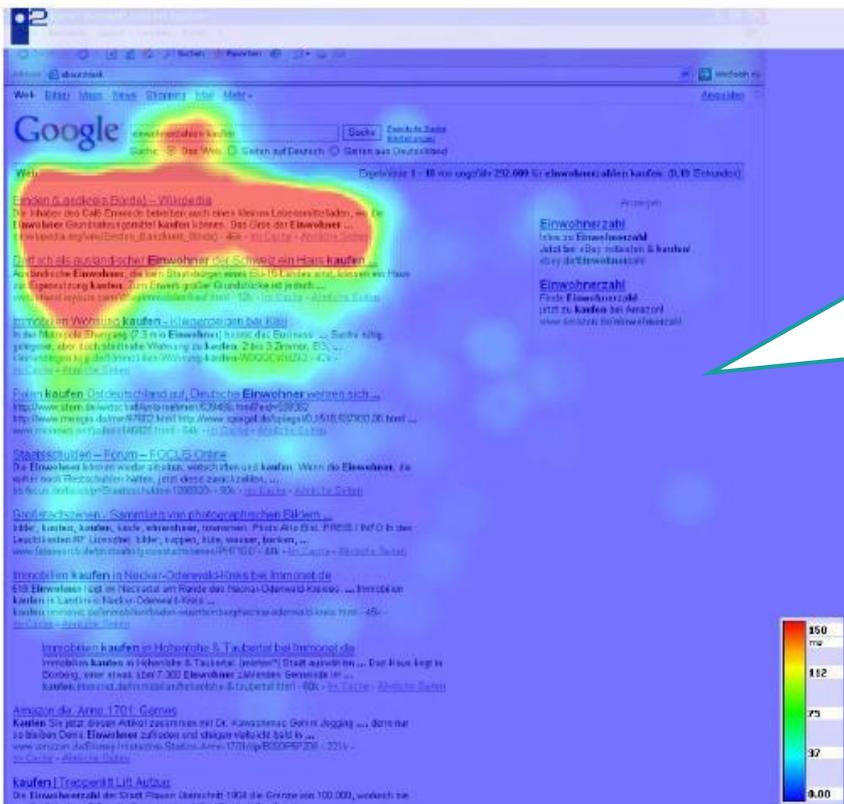
(Quelle: Statista GmbH (2019), <https://de.statista.com/infografik/8497/nutzung-des-internets-fuer-gesundheits-informationen/>)

Wie entstehen Google-Suchergebnisse?

- Schlagworte (Häufigkeit des Suchbegriffs)
- Verlinkungen (quantitativ + qualitativ)
- Trefferlisten basieren laut Google auf über 200 Faktoren, die Funktionsweise ist Betriebsgeheimnis, um Manipulationen vorzubeugen
- Einbezug von Nutzer*innendaten (z. B. Sprache, Standort, frühere Suchvorgänge) soll Ergebnispräzision verbessern

Wie werden Google-Suchergebnisse wahrgenommen??

Informationsorientierte Suche



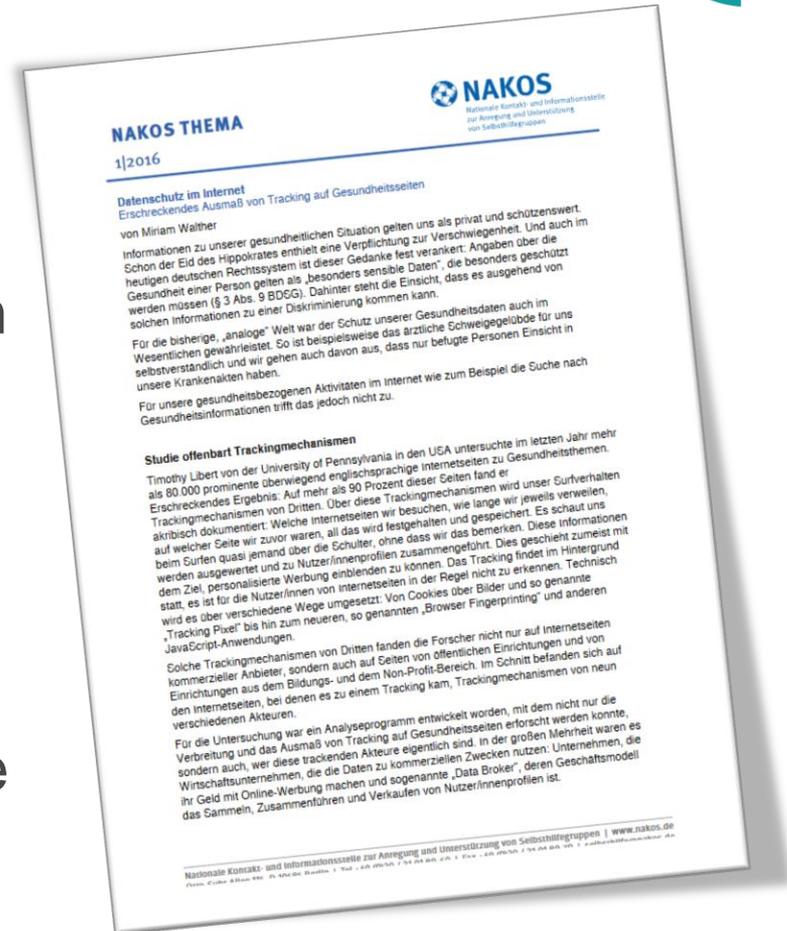
„Wer eine Leiche verstecken will, macht das am Besten bei Google auf der zweiten Seite.“

(Verfasser*in unbekannt)

Personalisierung von Google-Suchergebnissen



- ➔ Auswertung gespeicherter Suchbegriffe (Speicherung durch Cookies)
- ➔ Einbezug verfügbarer Daten (Standort, Voreinstellungen)
- ➔ Kontextbezogene Verknüpfungen
- ➔ Auswertung des Nutzungsverhaltens anderer Google-Dienste (z. B. Gmail, Google Play, YouTube, ...)



<https://www.nakos.de/data/Fachpublikationen/2016/NAKOS-Thema-1-2016.pdf>

Google findet nicht alles!

Google listet unter Umständen keine Websites

- zu denen kein Link führt
- die zu versteckt sind (zu tief in der Hierarchie von Unterseiten)
- die zu aktuell sind (→ Erfassung durch Crawler ist immer etwas zeitverzögert)
- die nicht auslesbar sind (z. B. Datenbanken)
- die nicht frei zugänglich sind (z. B. wegen Passwortschutz)

... und Google zeigt auch nicht alles!

Google listet unter Umständen auch keine Websites

- aufgrund gesetzlicher Bestimmungen (Zensur)
- aufgrund von Gerichtsurteilen („Recht auf Vergessenwerden“)
- infolge irrtümlicher Ausfilterung

Alternativen zur (gesundheitsbezogenen) Google-Suche?

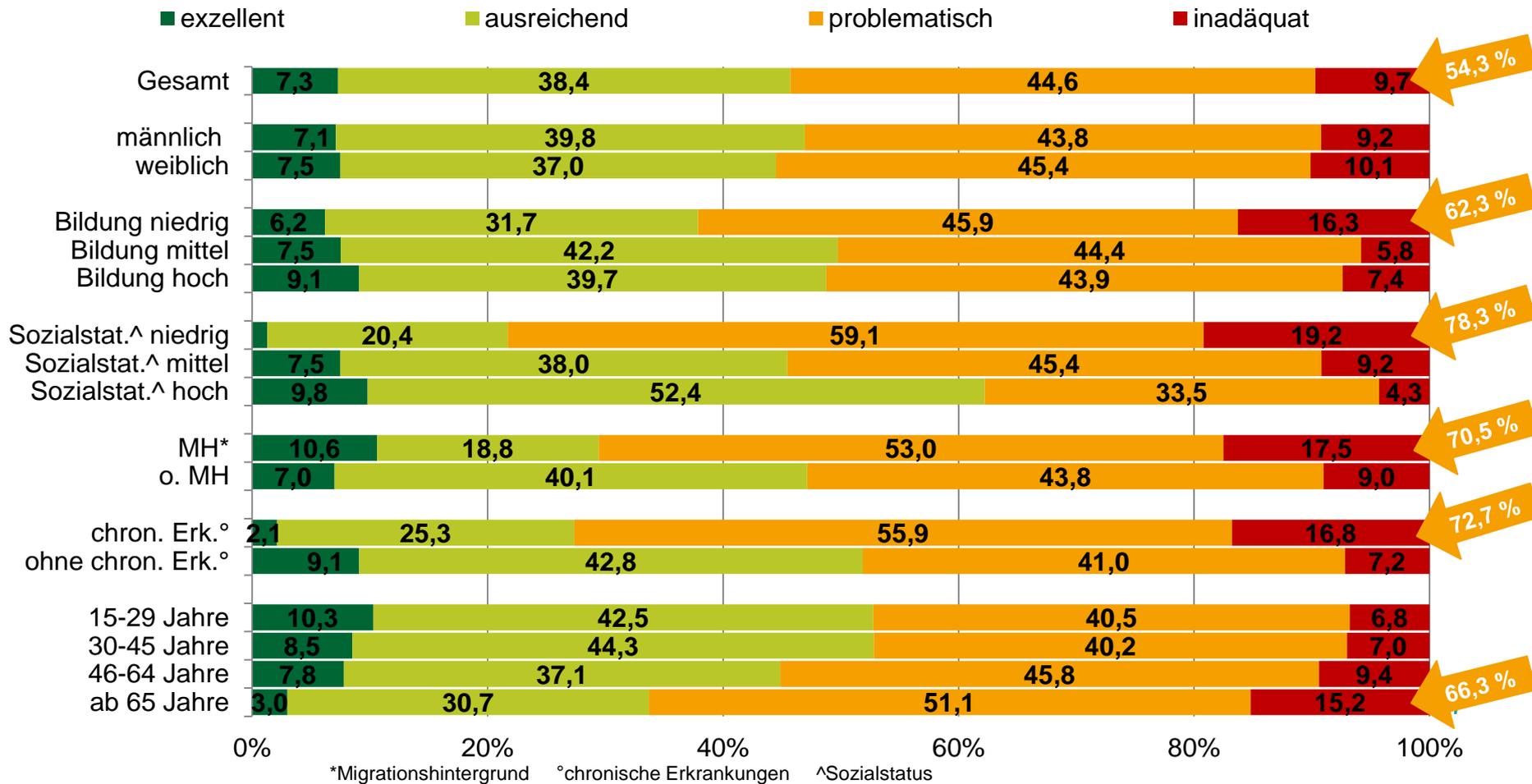


Die Nutzung qualitätsgesicherter Angebote (beispielsweise IQWiG, BZgA, ÄZQ) kann oft, **aber nicht definitiv** eine Alternative zur Google-Suche darstellen.

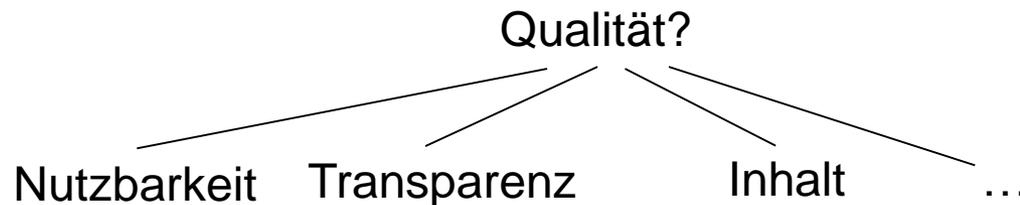
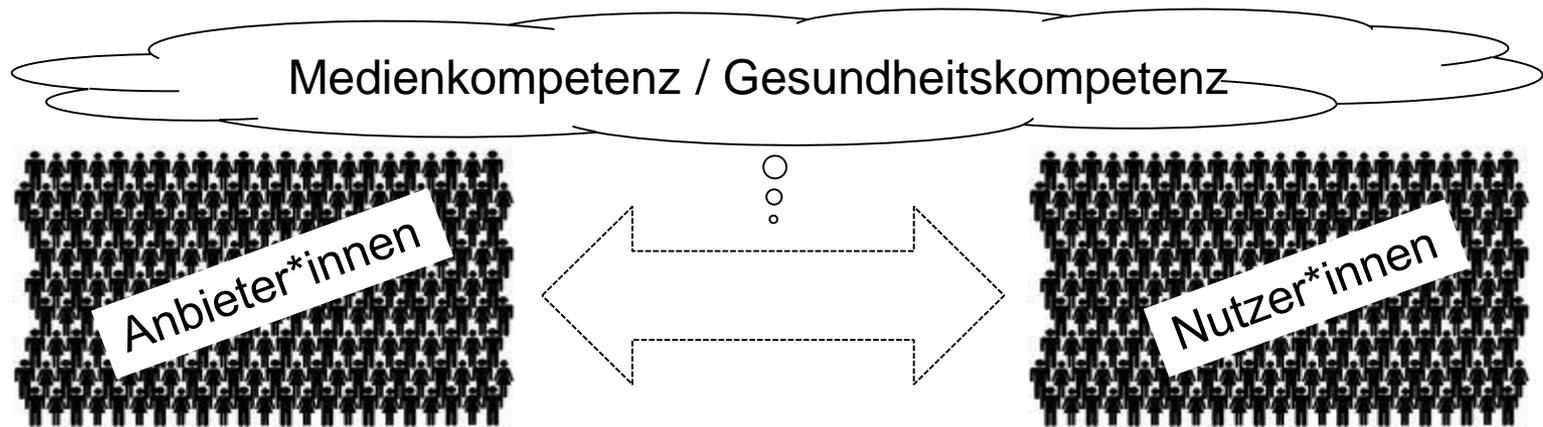
Limitationen:

- Orientierung an Diagnosen, wenig Einbezug psychosozialer Aspekte von Gesundheit und Krankheit
- begrenzte Ressourcen (z. B. hinsichtlich Informationen zu seltenen Erkrankungen, hinsichtlich Betreuung interaktive Angebote wie Foren oder Chats)
- auch nicht immer frei von Grauzonen (z. B. Überschneidungen von sachlichen Informationen und Marketing (Krankenkassen!), individuelle Gesundheitsleistungen (IGeL))

Herausforderung Gesundheitskompetenz



Qualitätskriterien von Gesundheitsinformationen



**Klick auf das Logo führt zu
anbieterunabhängiger
Datenbank**

Impressum

I. Herausgeber

NAKOS
Nationale Kontakt- und Informationsstelle
zur Anregung und Unterstützung von Selbsthilfegruppen
Otto-Suhr-Allee 115
10585 Berlin

Telefon: +49 (0)30 | 31 01 89 60
Fax: +49 (0)30 | 31 01 89 70
E-Mail: selbsthilfe@nakos.de

Verantwortlich für den Inhalt dieses Internetangebotes nach § 55 Abs. 2 RStV
Jutta Hundertmark-Mayser (NAKOS), Otto-Suhr-Allee 115, 10585 Berlin-Charlottenburg
E-Mail: jutta.hundertmark@nakos.de

Träger der NAKOS ist die
Deutsche Arbeitsgemeinschaft Selbsthilfegruppen (DAG SHG) e.V.
Friedrichstraße 28
35392 Gießen
E-Mail: verwaltung@dag-shg.de
Internet: www.dag-shg.de
Steuernummer 20 250 64693 Finanzamt Gießen

Registereintrag
Vereinsregister Gießen. Registernummer: 1344

Vertreter*innen
Die DAG SHG e.V. wird gesetzlich vertreten durch den Vorstand:
André Beermann (Brüggen), Dr. Karl Deiritz (Essen), Angelika Vahnenbruck (Berlin)

Autor*innen
Alle Inhalte dieser Internetseite stammen von Mitarbeiter*innen der NAKOS. Zur NAKOS
Internetredaktion gehören: Dr. Jutta Hundertmark-Mayser, Ruth Pons, Niclas Beier. Genauere
Informationen zu den Mitgliedern der Redaktion finden Sie hier: [Team](#). Externe Links und
Downloads von Beiträgen externer Autor*innen sind gekennzeichnet.

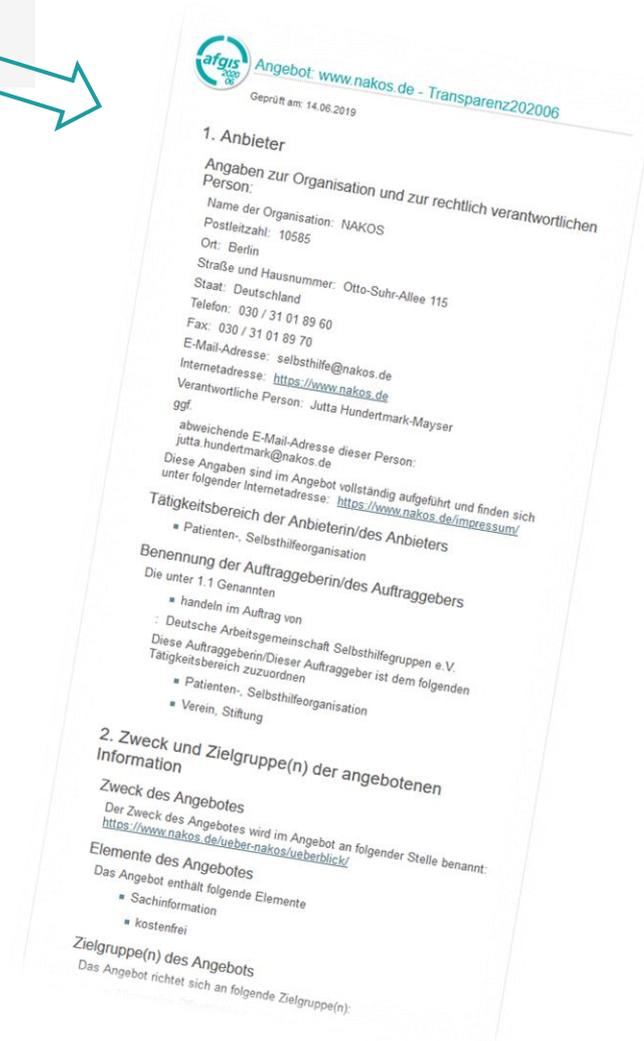
Konzeption, Webdesign und Programmierung
d17 Corporate Media Design
Internet: www.d17.de

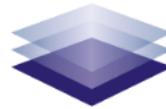
Fotos
NAKOS, iStock, PHOTOCASE
[Vollständiger Fotonachweis](#)

II. Haftungshinweis



Unser Angebot erfüllt die afgis-
Transparenzkriterien.
Das afgis-Logo steht für hochwertige
Gesundheitsinformationen im Internet.





Initiative
Transparente
Zivilgesellschaft

Zertifikat über Offenlegung der Vereinsstrukturen

Überblick



Allgemeine Informationen und häufig gestellte Fragen über NAKOS und ihre Arbeit als bundesweite Anlaufstelle für Service- und Vernetzungsdienste

Mission Statement

Angebote



Kontaktvermittlung, Öffentlichkeitsarbeit, Interessenvertretung - die umfangreichen und kostenlosen Serviceleistungen der NAKOS auf

Projekte



Die NAKOS führt jedes Jahr in Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Förderern und Kooperationspartnern verschiedene Projekte durch.

Kooperationspartner



Hinweise zu Akteuren aus Gesundheitswesen, Gesellschaft und Politik sowie Einrichtungen

Verfasser*innen mit Angaben zu Qualifikationen

Team



13 Mitarbeiter*innen stehen Ihnen als Ansprechpersonen zu allen Fragen rund um die geschäftliche Selbsthilfe zur Verfügung.

Finanzierung



Die NAKOS nimmt keine Sponsoringmittel von Wirtschaftsunternehmen entgegen. Hier erfahren Sie, wie sich die NAKOS finanziert.

Finanzierung des (werbefreien) Angebots

Transparenz



Selbstverpflichtungserklärung entsprechend der Initiative Transparente Zivilgesellschaft

Spenden Sie!



Wir brauchen Ihre Unterstützung! Bitte unterstützen Sie unsere Arbeit durch eine Spende. Spenden Sie!

Direkt zur Suche in allen NAKOS-Datenbanken



Verfasser*innen, Datum der letzten Aktualisierung

Texte: NAKOS Internet-Redaktion
Letzte Änderung: 15.10.2019



Qualität von Gesundheitsinformationen

(in Anlehnung an das DISCERN-Instrument)



- Ist klar, wer die Information geschrieben hat?
- Sind die Ziele der Information / Website klar?
- Auf welche Quellen stützt sich die Information / Website?
- Enthält die Information / Website Hilfsangebote?
- Wie aktuell ist die Information / Website?

(Quelle: Bundesärztekammer & Kassenärztliche Bundesvereinigung, <http://www.patienten-information.de/wegweiser-fuer-nutzer/infoqualitaet>)

Qualität von Gesundheitsinformationen

(in Anlehnung an das DISCERN-Instrument)



- Ist die Information / Website ausgewogen und unabhängig?
- Werden Unsicherheiten beschrieben?
- Werden alle in Frage kommenden Untersuchungen und Behandlungen beschrieben?
- Wie steht es mit der Sicherheit im Internet?

(Quelle: Bundesärztekammer & Kassenärztliche Bundesvereinigung, <http://www.patienten-information.de/wegweiser-fuer-nutzer/infoqualitaet>)

Weniger geeignete Qualitätskriterien

(in Anlehnung an das DISCERN-Instrument)

- Die Angabe imposant hoch erscheinender Zugriffszahlen (kann durch eine geschickte Verschlagwortung manipuliert werden)
- Angaben, wie viele andere Seiten auf diese Seite einen Link gelegt haben (Manipulierbar durch „Linktauschbörsen“)
- Benotungen der Seite durch andere Nutzer*innen (persönliche Eindrücke sind immer subjektiv)
- Web-Awards (Meist weiß man nicht, nach welchen Kriterien diese Preise vergeben werden)

(Quelle: Bundesärztekammer & Kassenärztliche Bundesvereinigung, <http://www.patienten-information.de/wegweiser-fuer-nutzer/infoqualitaet>)

Widerspiegelung in Internet-Qualitätssiegeln (Beispiel afgis)



Transparenz über

- Anbieter*in
- Zweck und angesprochene Zielgruppe(n) der Information
- die Autor*innen und die Datenquellen der Informationen
- die Aktualität der Daten
- Möglichkeit für Rückmeldungen seitens der Nutzer*innen
- Verfahren der Qualitätssicherung
- Trennung von Werbung und redaktionellem Beitrag
- Finanzierung und Sponsoring
- Kooperationen und Vernetzung
- Datenverwendung und Datenschutz

Widerspiegelung in Internet-Qualitätssiegeln (Beispiel HON)

Prinzipien

- Sachverständigkeit
- Komplementarität
- Datenschutz
- Zuordnung
- Belegbarkeit
- Transparenz
- Offenlegung der Finanzierung
- Werbepolitik

(Quelle: Stiftung Health On the Net (HON),
http://www.hon.ch/HONcode/Patients/Conduct_de.html)

Geschlossene vs. offene Strategien= Paternalismus vs. Empowerment?



Expert*innen-Angebote

Vorteile:

- Rigorose Qualitätssicherung möglich
- Hohes Evidenzlevel kann gewährleistet werden

Nachteile:

- Priorisierung unumgänglich (z. B. nach epidemiologischer Relevanz)
- Nicht alle Informationsbedarfe können suffizient bedient werden

➔ **“Googleisierung” von Gesundheitsinformationen in jedem Fall herausfordernd!**

➔ **Kombinationen sind denkbar ...und wünschenswert!**

„gesiegelte“ Angebote

Vorteile:

- Informationsbedarfe können passgenauer bedient werden
- Offenheit für neue Informationsangebote

Nachteile:

- Setzt Mindestmaß an Medien- & Gesundheitskompetenz voraus
- Hohes Evidenzlevel kann kaum gewährleistet werden

Zusammenfassung: Gute Gesundheitsinformationen finden (individuell)



Wie finde ich gute Gesundheitsinformationen im Internet?



Qualitätsmerkmale guter Gesundheitsinformationen und Warnzeichen für schlechte Internetseiten

PATIENTEN-INFORMATION.DE
verlässlich, verständlich, transparent



QUALITÄT VON GESUNDHEITSINFORMATIONEN IM INTERNET

Qualität von Gesundheitsinformationen für medizinische Laien ist nicht nur Sache von Fachleuten! Jeder, der medizinische Informationen im Internet sucht, kann auch die Qualität dieser Informationen überprüfen. Wir zeigen Ihnen, worauf Sie dabei achten müssen.

Die folgende Checkliste orientiert sich am DISCERN-Instrument für gute Patienteninformationen (www.discern.de).

So erkennt man Informationsqualität

Fragen zur Qualität	So finden Sie es heraus
Ist klar, wer die Information geschrieben hat?	<ul style="list-style-type: none"> Suchen Sie am Ende des Informationstextes oder im Impressum des Webangebotes nach einem Autor. Die Qualifikation des Autors / der Autoren sollte dabei erkennbar sein. In die Erstellung guter Gesundheitsinformationen sollten Autoren verschiedener Fachgebiete und möglichst auch Patienten einbezogen sein. Achten Sie darauf, bei Internetinformationen den Webmaster (derjenige, der die Seiten erstellt hat) oder den Besitzer der Webseite nicht mit dem Autor zu verwechseln. Es kann jedoch vorkommen, dass Autoren gleichzeitig auch ihre eigenen Webmaster sind.
Sind die Ziele der Information / Website klar?	<ul style="list-style-type: none"> In einer guten Information/auf einer guten Webseite wird erklärt, an wen sich diese richtet und mit welcher Absicht. In Broschüren können Sie sich am Inhaltsverzeichnis orientieren. Im Internet finden Sie diese Angaben hierzu oft unter Menüpunkten wie "Wer wir sind", "Was wir wollen", "Über unsere Organisation", "Impressum" etc. Suchen Sie nach Angaben zu Inhalten der Informationen, wie zum Beispiel einer Kurzbeschreibung. Sie haben ja recherchiert, um eine Antwort auf Ihre Fragen zu finden.
Auf welche Quellen stützt sich die Information / Website?	Diese Frage hat eine besondere Bedeutung, wenn es sich um Informationen handelt, in denen Diagnose und/oder Therapieverfahren erklärt werden. Hier sollten Sie unbedingt nach der Angabe von Quellen (Klinische Studien, Leitlinien, Literaturstellen) suchen, auf die sich der Inhalt der Publikation



afgis
Aktionsforum
Gesundheitsinformationssystem e.V.
info@afgis.de | www.afgis.de

Checkliste für medizinische Websites

Die Checkliste fasst wesentliche Webstandards zusammen und soll für Anbieter von Gesundheitsinformationen im Internet ein Leitfaden für die Erstellung des eigenen Webangebotes sein.

AKTUALITÄT

- Die Aktualität wird durch die Angabe des Datums der Erstellung und der letzten Änderung jeder einzelnen Seite dokumentiert.

DATENSCHUTZ

- In einer Datenschutzerklärung wird der Umgang mit personenbezogenen Daten erläutert, wie in der DSGVO vorgeschrieben.
- Es wird darauf hingewiesen, falls die Übermittlung von E-Mails ungeschützt erfolgt.
- Werden Statistiktools wie Google Analytics verwendet, wird deren Einsatz und Funktionalität an leicht auffindbarer Stelle des Internetangebots bzw. in der Datenschutzerklärung dargestellt.

DESIGN UND NAVIGATION

- Der Seitenaufruf ist auch ohne Zusatzsoftware wie z.B. Flash, Java oder Shockwave möglich.
- Das Internetangebot kann mit aktuellen Browserversionen ohne Probleme aufgerufen werden.
- Die Inhalte sind lesbar und die Navigation funktionsfähig.
- Menüoptionen enthalten - optimalerweise - nicht mehr als sieben Wahlmöglichkeiten.
- Die Ansicht des Webangebotes ist sowohl an Desktop-Bildschirme als auch an andere, insbesondere mobile Screen-Größen angepasst.
- Die Farbgestaltung des Webaufriffs beeinträchtigt die Lesbarkeit von Texten und die Nutzbarkeit von Bildinformationen nicht.
- Schrift weist einen möglichst hohen Kontrast zum Hintergrund auf.
- Alle Links sind deutlich erkennbar.
- Die Navigation ist auf der ganzen Webseite konsistent, wichtige Navigationselemente sind schnell erkennbar.
- Erscheinungsbild und Funktionalität der Steuerelemente sind überall auf der Seite identisch.
- Ein Link zur Startseite ist auf jeder Seite vorhanden.
- Alle Links funktionieren.

Aktionsforum Gesundheitsinformationssystem – afigs e.V. | www.afgis.de | info@afgis.de

Seite 1 von 2

gi gesundheitsinformation.de
verstehen | abwägen | entscheiden

www.gesundheitsinformation.de

www.patienten-information.de

www.afgis.de

Zusammenfassung: Gute Gesundheitsinformationen finden (organisationale Gesundheitskompetenz)



Voraussetzungen aus Sicht von „Gesundheits-Surfer*innen“:

- Wandel von Expert*innen- zu Patient*innen-Orientierung
- Sensibilität für Vielfalt (v. a. hinsichtlich gegebener Gesundheitskompetenz und Online-Nutzungspräferenzen)
- Differenzierte Darstellungsformen (möglichst barrierefrei, nicht nur textbasiert, Erklärfilme, Tutorials, ...)
- Verankerung in den (digitalen) Lebenswelten der Zielgruppen
- Bekanntmachung und Förderung guter Angebote (kommerzielle Anbieter sollten nicht von vornherein tabuisiert werden!)
- Strategieentwicklung zur Eindämmung fragwürdiger Gesundheitsinformationen unter Mitwirkung aller relevanten Akteure des Gesundheitswesens

Ausblick: Kommt das deutsche Gesundheits-Google?



<https://www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/2018/kw11-koalitionsvertrag-546976>
© DBT/Melde

„Wir schaffen eine flächendeckend gute Gesundheitsversorgung: Mehr Investitionen in Krankenhäuser. Mehr Medizinstudienplätze und Landarztquote. Abschaffung Schulgeld für alle Gesundheitsberufe. Förderung Telemedizin. Einführung elektronische Patientenakte bis 2021. **Nationales Gesundheitsportal für schnelle und verlässliche Information zu medizinischen Fragen.**“ (Z. 506-510)





Weitere Informationen:

Aktionsforum Gesundheitsinformationssystem (afgis) e. V.

Vorstand und Geschäftsstelle

Fenskeweg 2

D-30165 Hannover

Tel.: +49 511 87459780

Fax: +49 511 87459780-0

info@afgis.de

www.afgis.de



@afgis_de