

STRATEGIEPAPIER #3

ZU DEN EMPFEHLUNGEN DES NATIONALEN AKTIONSPLANS



Bild: www.shutterstock.com ID 709087018

**„Den Umgang mit Gesundheits-
informationen in den Medien
erleichtern“**

Herausgeber:

Nationaler Aktionsplan Gesundheitskompetenz
 - Geschäftsstelle -
 Hertie School of Governance
 Friedrichstraße 180
 10117 Berlin
 Telefon: +49 (0)30 259 219 432
 Internet: www.nap-gesundheitskompetenz.de

Die Geschäftsstelle des Nationalen Aktionsplans Gesundheitskompetenz wird von der Universität Bielefeld und der Hertie School of Governance gemeinschaftlich betrieben.

**Autoren:**

Klaus Hurrelmann, Sebastian Schmidt-Kachler, Eckart von Hirschhausen, Cornelia Betsch, Doris Schaeffer

Bitte wie folgt zitieren:

Hurrelmann, K., Schmidt-Kachler, S, von Hirschhausen, E., Betsch, C., Schaeffer, D.:
 Strategiepapier #3 zu den Empfehlungen des Nationalen Aktionsplans. Den Umgang mit Gesundheitsinformationen in den Medien erleichtern
 Berlin: Nationaler Aktionsplan Gesundheitskompetenz 2019.

Die Erstellung dieses Strategiepapieres wurde aus Mitteln der Robert Bosch Stiftung und des AOK-Bundesverbandes gefördert.

**Workshop-Teilnehmerinnen und Teilnehmer**

Das vorliegende Strategiepapier basiert auf den Ergebnissen eines themenbezogenen Workshops unter der Moderation von Eckart von Hirschhausen, an dem folgende Expertinnen und Experten teilgenommen haben:

Dr. Dennis Ballwieser (Wort & Bild Verlag), Prof. Dr. Eva Baumann (Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover), Prof. Dr. Cornelia Betsch (Universität Erfurt), Dr. Anja Bittner (Dr. Next GmbH), Catrin Boldebeck (Dr. v. Hirschhausens Stern Gesund Leben), Carsten Frederik Buchert (Felix Burda Stiftung), Dr. Ann-Kristin Drenkpohl (Bundesministerium für Gesundheit), Cedric Engels (Youtube-Kanal Doktor Watson), Dr. Florian Fischer (Universität Bielefeld), Svea Gille (Universität Bielefeld), Dr. Raoul Groß (Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung), Julia Hagen (Bitkom Bundesverband), Irmela Hannover (Westdeutscher Rundfunk), Hans-Bernhard Henkel-Hoving (Magazin G+G), Dr. Eckart von Hirschhausen (Arzt, Wissenschaftsjournalist, Gründer der Stiftung Humor hilft heilen), Prof. Dr. Klaus Hurrelmann (Hertie School of Governance), Daniele Jörg (Westdeutscher Rundfunk), Dr. Saskia Jünger (Cologne Center of Ethics, Economics, and Social Science of Health), Dr. Kai Kolpatzik (AOK-Bundesverband), Dr. Klaus Koch (Institut für Qualität und Wirtschaftlichkeit im Gesundheitswesen), Nicola Kuhrt (MedWatch), Dietmar Lyssy (Bilderfest GmbH), Amanda Mock (freie Journalistin), Lisa Ruhfus (Youtube-Kanal Die Klugschisserin), Jens Richter (NetDoktor), Prof. Dr. Doris Schaeffer (Universität Bielefeld), Carsten Schäpers (Wikipedia Deutschland), Dr. Sebastian Schmidt-Kachler (Patientenprojekte GmbH), Martin Schneider (Südwestrundfunk), Diana Schulz (Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung), Uwe Schwenk (Bertelsmann Stiftung), Volker Stollorz (Science Media Center Germany), Dr. Heidrun M. Thaiss (Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung), Stefan Tschirmer (Rundfunk Berlin Brandenburg), Dr. Dominique Vogt (Hertie School of Governance), Marcel Weigand (Weisse Liste gGmbH), John Weitzmann (Wikimedia Deutschland), Alexandra Wirth (Careum Stiftung), Prof. Oliver Wrede (Fachhochschule Aachen), Prof. Holger Wormer (Technische Universität Dortmund), Torsten Zarges (creative talent connection), Dr. Vera Zylka-Menhorn (Deutsches Ärzteblatt)

DIE VIERTE EMPFEHLUNG DES NATIONALEN AKTIONSPLANS

Im Jahr 2016 sorgte eine Studie der Universität Bielefeld für Aufmerksamkeit, nach der sich mehr als die Hälfte der Deutschen im Umgang mit gesundheitsrelevanten Informationen vor Probleme gestellt sieht¹. Als eine Reaktion darauf entwickelte ein Expertenteam den „Nationalen Aktionsplan Gesundheitskompetenz“ (NAP), der im Februar 2018 in Berlin vorgestellt wurde².

Nach dem Vorbild anderer Länder werden darin die wichtigsten Herausforderungen für eine Verbesserung der Gesundheitskompetenz der Bevölkerung aufgelistet und gezielte Empfehlungen ausgesprochen. Einige Empfehlungen betreffen unmittelbar die Medienlandschaft, denn Medien gehören zu den wichtigsten Quellen für gesundheitsrelevante Informationen. Das Angebot und die Vielfalt an Informationen steigen in einem rasanten Tempo an. Neben den bisherigen Kanälen Print, Radio und Fernsehen haben vor allem digitale Informationsangebote an Bedeutung gewonnen.

Das vorliegende Strategiepapier basiert auf den Ergebnissen eines Expertenworkshops, der sich am 12.11.2018 in Köln mit der vierten Empfehlung des Nationalen Aktionsplans befasste, die sich dem Umgang mit gesundheitsrelevanten Informationen in und aus den Medien widmet. Die Empfehlung lautet:

„Den Umgang mit Gesundheitsinformationen in den Medien erleichtern“

Warum ist das wichtig?

Gesundheitsinformationen werden in immer größerem Maße über Massenmedien verbreitet. Die Nutzer³ sehen sich dort aber mit sehr vielen, oft widersprüchlichen und interessengeleiteten Informationen konfrontiert, deren Herkunft und Qualität sie

vielfach nur schwer oder gar nicht einschätzen können. Nicht nur die Beurteilung, auch das Finden geeigneter und verständlicher Information in den Medien bereitet vielen Menschen Schwierigkeiten. Das gilt auch für gesundheitsbezogene und medizinische Apps. Bislang gibt es kaum Möglichkeiten, sich einen Überblick über diese Angebote zu verschaffen oder deren Qualität einzuschätzen.

Was ist zu tun?

- Die Medienkompetenz und die kritische Urteilsfähigkeit der Bevölkerung im Umgang mit digitalen Gesundheitsinformationen fördern, zum Beispiel durch systematische Aufklärungskampagnen zur Nutzung von sozialen Netzwerken und Gesundheits-Apps
- Die Verantwortlichen der Massenmedien für die Förderung von Gesundheitskompetenz und die gesundheitlichen Implikationen von Programmen sensibilisieren und qualitätsbasierte Kooperationen mit Akteuren des Gesundheitssystems sicherstellen
- Den Zugang zu audiovisuellen Gesundheitsinformationen vereinfachen und deren Verfügbarkeit verbessern, zum Beispiel durch die Beseitigung bestehender Löschpflichten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten bei Gesundheitsinformationen und die dauerhafte Bereitstellung dieser Informationen in ihren jeweiligen Mediatheken
- Transparenz über das Angebot und die Qualität digitaler Gesundheitsanwendungen schaffen und Angehörige aller Gesundheitsprofessionen dazu befähigen, qualitätsgesicherte analoge und digitale Gesundheitsinformation zu empfehlen“

¹ Schaeffer, D., Vogt, D., Berens, E. M., Hurrelmann, K.: Gesundheitskompetenz der Bevölkerung in Deutschland – Ergebnisbericht. Bielefeld: Universität Bielefeld 2016.

² Schaeffer, D., Hurrelmann, K., Bauer, U. und Kolpatzik, K. (Hrsg.): Nationaler Aktionsplan Gesundheitskompetenz. Die Gesundheitskompetenz in Deutschland stärken. Berlin: KomPart 2018.

³ Wenn im Folgenden der einfachen Lesbarkeit halber nur die männliche Bezeichnung verwendet wird, steht diese stets stellvertretend für Personen beider Geschlechter.

Für die Umsetzung dieser Empfehlung wurden von den Experten des Workshops die folgenden vier strategischen Vorschläge erarbeitet:

1. Die Medien- und die Gesundheitskompetenz der Bevölkerung fördern

Medienkompetenz ist in modernen Wissens- und Informationsgesellschaften unverzichtbar, um sich über den gesamten Lebenslauf hinweg kritisch mit medial vermittelten Informationen auseinandersetzen zu können. Sie schließt den kritischen Umgang mit Informationen ebenso ein wie die Fähigkeit, deren wissenschaftliche Güte zu bewerten. Auch der kompetente Umgang mit Suchmaschinen, der gezielte Einsatz mobiler Gesundheitsanwendungen und die Fähigkeit, Datenschutzrisiken im Netz zu erkennen, zählen zu den Kompetenzen, die für die Verarbeitung gesundheitsrelevanter Inhalte in den Medien wichtig sind und immer mehr an Bedeutung gewinnen.

Ein kompetenter Umgang mit den unterschiedlichen Medien Print, Radio, Fernsehen und Internet sowie ein adäquates Informationsmanagement bilden in der modernen Wissensgesellschaft ein Schlüsselement von Gesundheitskompetenz. Deshalb sollte die Medienkompetenz im Umgang mit gesundheitsrelevanten Informationen in allen Phasen des Lebenslaufs systematisch gestärkt werden. Bürger sollten so in die Lage versetzt werden, gesundheitsrelevante Informationen aus unterschiedlichen Quellen erschließen, verstehen, bewerten und in ihre alltäglichen Aktivitäten einbeziehen zu können.

In der schulischen Bildung und auch der Erwachsenenbildung existiert schon heute eine Vielzahl an Initiativen zur Förderung der Medienkompetenz. Diese bereits bestehenden Angebote sollten den kritischen Umgang mit Gesundheitsinformationen und die Bewertung der Informationsgüte künftig stärker thematisieren: Innerhalb der nächsten zwei Jahre sollte spezielle Medienkompetenz zum Umgang mit gesundheitsrelevanten Informationen in bestehende Curricula, Bildungsprogramme und -projekte aufgenommen und dort angemessen berücksichtigt werden.

Neben den Bildungseinrichtungen sollten auch die Medien selbst einen maßgeblichen Beitrag zur Verbesserung der gesundheitsbezogenen Medienkompetenz leisten. Sie können das Informationsmanagement selbst zum Thema machen, Transparenz

über Informationsangebote schaffen und eine kritische Haltung im Umgang mit Gesundheitsinformationen fördern. Das sollte beispielsweise über Themenwochen und Kampagnen so schnell wie möglich eingeleitet werden.

Schließlich sollten auch die Gesundheitsberufe in Zukunft eine wichtige Rolle als Informationsbroker und Orientierungspersonen spielen. Ärzte, Therapeuten, Pflegende und andere Gesundheitsberufe können Informationsquellen, Medien und digitale Gesundheitsanwendungen empfehlen und selbst einsetzen, um mit ihren Patienten zu kommunizieren. Dies erfordert einen kompetenten Umgang mit unterschiedlichen Informations- und Kommunikationsmedien, eine gute Kenntnis der Angebotslandschaft und die Fähigkeit, Medien und digitale Anwendungen in die Interaktion mit Patienten einzubinden. Die Stärkung der medialen Kommunikationskompetenz der Gesundheitsberufe sollte durch gezielte Weiterbildung ihrer jeweiligen Berufsv Verbände gefördert werden.

2. Die Gesundheitskompetenz von Journalisten stärken

Ein „gesundheitskompetenter Journalismus“ erfordert besondere Qualifikationen und Kompetenzen auf Seiten der Medienmacher und Redakteure, die in der bisherigen Ausbildung nur selten vermittelt werden. Zum einen wird fundierte journalistische Kompetenz benötigt, zum anderen ausgeprägte gesundheitswissenschaftliche Expertise und überdies die Fähigkeit, gesundheitsrelevante Informationen journalistisch so zu vermitteln, dass sie zur Förderung der Gesundheitskompetenz der Mediennutzer beiträgt.

Eine entsprechend ausgerichtete Qualifizierung bildet die Basis für einen hochwertigen Gesundheitsjournalismus. Inhaltlich geht es dabei um die Vermittlung wissenschaftlicher Evidenz, die Bewertung und Kommunikation von Risiken, systematische Recherchemethoden, die Identifikation von Fake News und den Umgang mit Interessenkonflikten. Ebenso wichtig ist die Sensibilisierung für unterschiedliche Zielgruppen und ihre direkte Ansprache. Diese Themenbereiche sollten zum festen Be-

standteil der Curricula in Aus-, Fort- und Weiterbildungseinrichtungen für alle journalistischen Berufe werden. Auch der Ausbau spezialisierter, auf Gesundheitsjournalismus ausgerichteter Studiengänge dürfte einen wirksamen Beitrag zur Qualitätsentwicklung leisten.

Zusätzlich sollten eine Vernetzung und Intensivierung des Austauschs für einen gesundheitskompetenten Journalismus eingeleitet werden. Medienvertreter, Gesundheitsforscher, Wissenschaftsjournalisten, Kommunikationsfachleute und Repräsentanten von Patientenorganisationen haben oft nur wenig Berührungspunkte, so dass gesundheitswissenschaftliche Expertise und Vermittlungskompetenz nicht immer zusammenfinden. Neu gebildete Netzwerke sollen einen Raum zum Ideenaustausch schaffen. Bereits bestehende Organisationen und Verbände im Bereich des Wissenschaftsjournalismus sollten hiermit verbunden werden.

Eine Vernetzung zwischen Journalismus und Wissenschaft hat das Potenzial, die Qualitätssicherung und -entwicklung gesundheitsrelevanter Beiträge voranzutreiben. Gemeinsame Initiativen wie zum Beispiel die „Gute Praxis Gesundheitsinformation“ unter dem Dach des Deutschen Netzwerks für evidenzbasierte Medizin und andere Initiativen zur Qualitätsverbesserung sollten zügig weiter ausgebaut werden.

Medien können ihre Nutzer beim kritischen Umgang mit Gesundheitsinformationen unterstützen. Um dies zu ermöglichen, müssen Rechercheprozesse einer Information transparent und nachvollziehbar aufbereitet werden, damit die Nutzer die Güte einer Information einschätzen und, wenn nötig, nach vertiefenden Informationen suchen können. Die Transparenz über die verwendeten Quellen kann hier ebenso hilfreich sein wie die Kommunikation von Unsicherheiten, Wissenslücken und möglichen Interessenkonflikten der Autoren und der berichterstattenden Medien.

3. Die Vermittlung von Gesundheitskompetenz in den Medien als öffentliche Aufgabe definieren

Das Medienangebot ist – nicht nur, aber besonders stark im privatwirtschaftlichen Sektor – von Einschaltquoten, Reichweiten und „Likes“ getrieben und orientiert sich deshalb vor allem an den subjektiven Präferenzen und Bedürfnissen der Rezipienten. Mit anderen Worten: Mediennutzer erhalten in erster Linie solche Inhalte, die häufig oder von ihnen selbst schon einmal nachgefragt wurden. In diesem nachfragegetriebenen Markt der Medienangebote spielen Bildungsziele wie die Stärkung der Gesundheitskompetenz allenfalls eine untergeordnete Rolle. Deshalb ist es strategisch wichtig und notwendig, die Förderung der Gesundheitskompetenz in den Medien als öffentliche Aufgabe zu definieren.

Eine Strategie der öffentlichen Hand kann darin liegen, verständliche, evidenzbasierte und geprüfte Informationen mit Gesundheitsbezug zu erstellen, um diese dann im Kontext öffentlicher Informationsangebote online zugänglich zu machen. In diesem Zusammenhang sind die Pläne der Bundesregierung zur Schaffung eines steuerfinanzierten „Nationalen Gesundheitsportals“ zu begrüßen und sollten schnell in die Tat umgesetzt werden. Dieses Portal sollte bis spätestens Ende 2019 eingerichtet werden, leicht auffindbar sein und seine Angebote besonders auf bildungsferne Bevölkerungsgruppen zuschneiden.

Neben der Schaffung und Weiterentwicklung vornehmlich textgebundener Informationsangebote spielt der Einsatz multimedialer Elemente gerade bei Zielgruppen mit geringer Gesundheitskompetenz eine wichtige Rolle. Sie haben häufig Schwierigkeiten mit textbasierten Informationen und profitieren bei der Informationsverarbeitung besonders von audiovisuellen Medienformaten. Diese sind jedoch mit vergleichsweise hohen Produktionskosten verbunden. Entsprechend kommt den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten als einem der größten Produzenten öffentlich finanzierter Inhalte hier eine wichtige Rolle zu.

Die öffentlich-rechtlichen Medien produzieren und senden tagtäglich zahlreiche Beiträge zu Gesundheitsthemen. Nur ein Teil dieser Beiträge wird anschließend im Netz bereitgestellt. Löschpflichten

zwingen zudem die Medienanstalten dazu, diese Inhalte nach Ablauf einer Frist wieder aus dem Netz zu entfernen. So werden tagtäglich hochwertig produzierte audiovisuelle Gesundheitsinformationen aus den Mediatheken gelöscht und den Beitragszahlern wird der Zugriff auf die von ihnen finanzierten Inhalte verwehrt. Die Frist sollte aus diesem Grund innerhalb des nächsten Jahres abgeschafft werden.

Die eingeschränkte Verfügbarkeit öffentlich-rechtlicher Beiträge zu Gesundheitsthemen steht in einem eklatanten Widerspruch zum Bildungsauftrag der öffentlich-rechtlichen Medienanstalten. Deshalb sollten Fernseh- und Radiobeiträge mit Gesundheitsbezug – nach einer gründlichen Qualitätsprüfung – über eine gemeinsame, öffentlich-rechtliche Public-Open-Space-Plattform nutzerfreundlich und vor allem dauerhaft zugänglich gemacht werden. Um möglichst viele Menschen zu erreichen, sollten die Beiträge zudem über einen breiten Einsatz von offenen Lizenzen wie Creative Commons für die Weiterverbreitung freigegeben werden.

Das Medienangebot in demokratischen Gesellschaften lebt nicht zuletzt von seiner Vielfalt und Heterogenität im Hinblick auf Inhalte und Vermittlungsansätze. Die Bereitstellung öffentlich finanzierter Informationsangebote sollte diese Vielfalt keinesfalls einschränken, sondern vielmehr ergänzen.

Gleichzeitig gilt es, alle Journalisten und Medienmacher bei der Förderung der Gesundheitskompetenz zu unterstützen: Der Ruf nach einem hochwertigen, faktenbasierten und gleichzeitig verständlich aufbereiteten Medizin- und Gesundheitsjournalismus impliziert immer auch einen hohen zeitlichen Aufwand, der gerade kleinere Redaktionen im Alltagsgeschäft ebenso überfordert wie Freie Journalisten, die angesichts gängiger Honorarsätze oft kaum mehr umfangreiche Recherchen leisten können. Deshalb ist eine Förderung von journalistischen Projekten – ausgewählt nach dem Vorbild der Film- oder Forschungsförderung – aus öffentlichen Mitteln zu prüfen.

Die systematische Recherche zu gesundheitsrelevanten Fragestellungen ist mit großem Zeitaufwand verbunden. Das neue Gesundheitsportal sollte Fakten, geprüfte Nachrichten und aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse mit Gesundheitsbezug für Journalisten aufbereiten und kostenfrei zur Verfügung stellen. Darüber hinaus sollte es den Medien die erforderlichen Rechte zur weiteren Verwertung einräumen. Die Medien sollten – unter Wahrung

ihrer redaktionellen Unabhängigkeit und in eigener Verantwortung – entsprechende Informationen ihrerseits prüfen und ergänzen.

4. Digitale Angebote zur Förderung der Gesundheitskompetenz stärken

Durch den fast unbegrenzten Zugang zu Informationen unterschiedlicher Güte im Internet werden heute hohe Anforderungen an das Informationsmanagement der Nutzer gestellt. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass die Fähigkeit zur Nutzung elektronischer Medien bei einigen Bevölkerungsgruppen nur schwach ausgeprägt ist und nicht alle Menschen von den Möglichkeiten digitaler Angebote in gleichem profitieren (digital gap).

Gleichzeitig bietet das Internet große Spielräume und zahllose Möglichkeiten für eine multimediale, interaktive Informationsvermittlung: Inhalte lassen sich in unterschiedlichen Schwierigkeitsniveaus aufbereiten und auch spielerisch vermitteln. Es kann eine personalisierte Ansprache erfolgen, die über die Möglichkeiten von Print, Radio und Fernsehen weit hinausgeht. Soziale Netzwerke ermöglichen zudem soziale Unterstützung und Austausch mit anderen Betroffenen. Sie bilden einen guten Zugang zu bestimmten Zielgruppen, die bislang noch schwer zu erreichen waren.

Neben der punktuellen Informationsvermittlung sind digitale Angebote in der Lage, Prozesse abzubauen und so die Krankheitsbewältigung und Selbstmanagement – etwa bei Menschen mit chronischen Erkrankungen – effektiv zu unterstützen oder zu erleichtern. Schließlich haben sich mobile Gesundheitsanwendungen zu „digitalen Begleitern“ entwickelt, die mit Hilfe von Sensoren u.a. den individuellen und situativen Gesundheitszustand der Nutzer berücksichtigen können.

Schon heute existiert eine Vielzahl von Angeboten, die die Gesundheitskompetenz fördern oder die Bewältigung der Anforderungen des Gesundheitssystems erleichtern. Hierzu zählen alle Angebote, die leicht verständliche und didaktisch aufbereitete Gesundheitsinformationen zur Verfügung stellen, aber auch E-Learning-Anwendungen oder Online-Tutorials zu gesundheitsrelevanten Fragestellungen.

Vergleichsportale zu Leistungserbringern des Gesundheitswesens oder Angebote zur Zweitmeinung

und Online-Beratung können die Navigation im Gesundheitssystem erleichtern. Zudem unterstützen viele mobile Anwendungen das Selbstmanagement und die Alltagsbewältigung gerade bei chronischen Erkrankungen: Hierzu gehören Tagebücher zu chronischen Erkrankungen, Assistenten für das Medikamenten-Management und Anwendungen zur Videosprechstunde oder Online-Terminvereinbarung.

Alle diese Anwendungen entwickeln sich aktuell weitgehend unabhängig von den klassischen Akteuren, Strukturen und Abläufen des Gesundheitssystems. Digitale Anwendungen zur Förderung der Gesundheitskompetenz sollten daher sehr viel stärker in die Leistungen des Versorgungssystems integriert und in die Interaktion mit Patienten eingebunden werden.

Auch die elektronische Gesundheitsakte sollte gezielt genutzt werden, um passgenaue Informationen und digitale Dienstleistungen im richtigen Moment anzubieten. Ziel sollte es sein, für Bürger und Patienten bedarfsgerecht nutzerfreundliche Informationsangebote bereit zu halten, die maximale Informationsqualität bieten, Entscheidungen erleichtern und damit auch Personen mit niedriger Gesundheitskompetenz erreichen.

Wie und ob Personen mit geringer Gesundheitskompetenz bei der Entwicklung von digitalen Gesundheitsanwendungen adressiert oder berücksichtigt werden, sollte deshalb auch als Auswahlkriterium in entsprechenden öffentlichen Förderprogrammen und Ausschreibungen Berücksichtigung finden.

Besondere Aufmerksamkeit verdient die Online-Selbsthilfe, die durch den Erfahrungsaustausch mit anderen Betroffenen einen wesentlichen Beitrag zur Stärkung der Gesundheitskompetenz leisten kann. Häufig mangelt es jedoch gerade hier an finanziellen Ressourcen und technischen Möglichkeiten, um die dafür erforderlichen Plattformen zu entwickeln und zu betreiben. Vor diesem Hintergrund sollten die öffentliche Förderung der Online-Selbsthilfe und entsprechende Unterstützungsangebote zur Bereitstellung von Online-Plattformen dringend ausgebaut werden.