

Fünf Fragen an...

Dr. Ralf Suhr

(Vorstandsvorsitzender der Stiftung Gesundheitswissen)



1. Wie ist ihr persönlicher Bezug zur Gesundheitskommunikation?

Schon in meiner Tätigkeit als Arzt war mir bewusst, wie wichtig es ist, dass Arzt und Patient sich verstehen. Ein Dialog bei dem sich beide auf Augenhöhe begegnen, ist für beide Seiten ein Gewinn. Um Gesundheit wiederherzustellen oder auch sie zu erhalten, müssen beide aktiv mitarbeiten. Verfügt ein Patient über gutes Gesundheitswissen im Allgemeinen und versteht die ärztlichen Empfehlungen und Therapieschritte, erhöht das die Akzeptanz der Therapie und trägt somit entscheidend zum Erfolg bei. Für mich ist daher die adäquate und verständliche Vermittlung von Gesundheitswissen ein essentieller Faktor der Gesundheitskommunikation. Genau hier setzt auch die Arbeit der Stiftung Gesundheitswissen an: Ziel ist es, die Kompetenz der Menschen im Hinblick auf Gesundheit und Prävention zu stärken. Dies geschieht unter anderem durch die Erstellung laienverständlicher Gesundheitsinformationen, die immer aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse widerspiegeln.

2. Gesundheitskommunikation ist für mich...

... ein wichtiger Baustein um gesundheitsbezogene Informationen zu vermitteln und informierte Entscheidungen von PatientInnen und BürgerInnen zu fördern.

3. Welche aktuellen Projekte oder Initiativen beschäftigen die Stiftung Gesundheitswissen im Bereich evidenzbasierter Gesundheitsinformationen?

Ganz aktuell beschäftigen wir uns mit der Entwicklung und Pilotierung neuer Vermittlungsformate für heterogene Zielgruppen und deren Bedürfnisse. Dazu gehören unter anderem Faktenboxen, Erklärfilme und auch Infografiken.

4. Worin liegen Ihrer Ansicht nach die wichtigsten Kommunikationsherausforderungen der Stiftung Gesundheitswissen?

Die Entwicklung von Informationsangeboten ausgerichtet an den Kriterien der evidenzbasierten Medizin und der „Guten Praxis Gesundheitsinformation“ ist ein aufwändiger Prozess, der viel Fachwissen aber auch kommunikatives Gespür erfordert. Wir möchten gleichbleibend hohe Qualität sowohl bei den gesundheitsbezogenen Inhalten als auch dem Erfolg der Vermittlungsformate bieten. Die Herausforderung liegt in der heterogenen Zielgruppe. Daher versuchen wir diese mit unterschiedlichen Kommunikationsformaten anzusprechen. Nicht zuletzt legt die Stiftung dabei auch viel Wert auf die Interaktion mit ihren Nutzern, denn hier zeigt sich wie gut und ansprechend die Gesundheitsinformation tatsächlich ist.

5. Welche Fragen sollte man inhaltlich noch im Bereich Gesundheitskommunikation angehen?

Auf dem Feld der Kommunikation muss man immer bedenken, dass der Informationsaustausch durch die Individualität der Beteiligten bedingt wird. Kommunikationsmöglichkeiten und Rezeption der Informationen variieren von Mensch zu Mensch. Auch die Nutzung verschiedener Informationsquellen unterscheidet sich und verändert sich im Laufe der Zeit. Das gilt natürlich auch für Gesundheitsinformationen. Um Gesundheitswissen zu stärken und effektivere Kommunikationsstrategien zu entwickeln, müssen Kommunikationstrends und ein sich veränderndes Konsumverhalten in die Erarbeitung und Evaluation von Gesundheitsinformationen mit einbezogen werden. Im Hinblick auf unsere multimedialen Angebote, besonders die Erklärfilme, ist es uns wichtig, die Nutzerwahrnehmung und den Vermittlungserfolg weiter zu evaluieren.

Aus diesem Grund wird die Stiftung Gesundheitswissen die wissenschaftliche Begleitung der deutschen Adaption des amerikanischen Health Information National Trends Survey (HINTS) übernehmen. Die Studie sammelt repräsentative Daten zur Informationsbeschaffung und –nutzung und stellt sie zur Auswertung bereit.

Weitere Informationen über die Stiftung Gesundheitswissen und ihre Projekte finden Sie unter:
<https://www.stiftung-gesundheitswissen.de/>