

Kurzfassung

Fragestellung

Das IQWiG veröffentlicht seit 2006 auf Grundlage eines gesetzlichen Auftrags Gesundheitsinformationen auf der Webseite www.gesundheitsinformation.de (www.gesundheitsinformation.de). Diese Informationen sind für die breite Öffentlichkeit bestimmt. Zur Klärung der Frage, ob diese Informationen auch für sozial Benachteiligte verständlich sind, beauftragte das Institut externe Sachverständige mit der Nutzertestung einer Auswahl seiner Gesundheitsinformationen, insbesondere in Hinblick auf

- Optimierungsbedarf bezüglich der sprachlichen Gestaltung, des Umfangs und der Informationstiefe,
- Optimierungsbedarf bezüglich der Risikokommunikation,
- Optimierungsbedarf bezüglich der Produktpalette.

Die externen Sachverständigen leiteten aus den Ergebnissen der Nutzertestung Vorschläge ab, wie das IQWiG sozial benachteiligte Menschen (besser) erreichen könnte. Das IQWiG stellt diese Vorschläge im vorliegenden Arbeitspapier zusammenfassend dar, prüft den Handlungsbedarf und leitet Umsetzungsmöglichkeiten aus Sicht des Instituts ab.

Methoden

Das Projekt wurde auf Grundlage der vom IQWiG vorgegebenen Methoden durchgeführt. Die externen Sachverständigen testeten bereits auf www.gesundheitsinformation.de veröffentlichte Informationsprodukte (Text, Film, Quiz, Flyer).

Jedes Produkt wurde von 4 sozial benachteiligten Personen, mit einer Ausnahme jeweils von 2 Männern und 2 Frauen unterschiedlichen Alters, bewertet. Die Personen sollten alle einen Bezug zum Thema der jeweiligen Gesundheitsinformation haben.

Die externen Sachverständigen erhoben die Daten durch fokussierte Einzelinterviews auf Basis von den für eine allgemeine Nutzertestung der Gesundheitsinformationen des IQWiG erstellten Leitfragen. Sofern nötig, wurden diese Leitfragen an die unterschiedlichen Produktformate angepasst. Die Interviews wurden aufgezeichnet und in Wortprotokolle transkribiert. Die Lesedauer sowie Besonderheiten während der Testung wurden dokumentiert. Die Wortprotokolle wurden orientiert an inhaltsanalytischen Verfahren ausgewertet. Die Ergebnisse der Testungen wurden jeweils zum entsprechenden Produkt in Kurzgutachten festgehalten.

Die externen Sachverständigen analysierten die Ergebnisse produktübergreifend, indem Gemeinsamkeiten und Unterschiede zusammengefasst und interpretiert sowie Empfehlungen im Rahmen eines Abschlussberichtes formuliert wurden.

Ergebnisse der Nutzertestung

In Einzelinterviews testeten 28 Personen jeweils eine von 7 verschiedenen Gesundheitsinformationen (4 Texte und je 1 Film, Quiz, Flyer) unter anderem auf Verständlichkeit, Wissensvermittlung und Relevanz.

Die Testpersonen bewerteten das Medienformat „Film“ positiv. Die anschauliche Darstellung der Inhalte gab hierfür den Ausschlag. Weiterhin wurde die strukturierte Textgestaltung mit häufigen Absätzen, Zwischenüberschriften und Aufzählungen positiv bewertet. Ebenso wurden Grafiken und Abbildungen zum leichteren Verständnis geschätzt. Eine persönliche und alltagsnahe Darstellung wurde bevorzugt. Das IQWiG als Ersteller der Informationen wurde als glaubwürdig eingeschätzt.

Bei den textbasierten Gesundheitsinformationen zeigten sich Probleme hinsichtlich der Verständlichkeit, der Informationstiefe und des Umfangs der Texte. Auch wenn Fach- und Fremdwörter im Text erläutert wurden, wurden diese oft nicht verstanden. Ebenso waren komplexe Inhalte und die Darstellung mehrerer Behandlungsalternativen zu herausfordernd. Fehlinterpretationen von Prozentangaben oder verneinte Häufigkeiten wie „nicht selten“ oder „weniger häufig“ behinderten das Verständnis.

Es wurde von einigen Testpersonen infrage gestellt, ob die umfangreicheren Texte aufgrund ihrer Länge im Alltag gelesen werden.

Für die Testpersonen waren Hinweise für die Bewältigung des Alltags besonders interessant. Ein persönlicher Bezug zum Thema erhöhte das Interesse. Gewünscht wurden zudem eindeutige Handlungsempfehlungen.

Prüfung des Handlungsbedarfs und Ableitung von Umsetzungsmöglichkeiten

Damit die Gesundheitsinformationen des IQWiG den Bedürfnissen sozial benachteiligter Personen besser entsprechen, empfehlen die externen Sachverständigen zusammenfassend einige Anpassungen. Die Empfehlungen lassen sich aus Sicht des IQWiG in vier Gruppen einordnen:

- Empfehlungen, die problemlos umsetzbar sind (z. B. „kürzere Texte“, „weniger Fremdwörter“, „mehr Abbildungen und Grafiken“)
- Empfehlungen, die zur Umsetzung besondere Ressourcen erfordern würden (z. B. „Erstellung von Printversionen“, „Steigerung der Bekanntheit und der Reichweite“)
- Empfehlungen, die zu Konflikten mit anderen Zielgruppen führen könnten (z. B. „gleichzeitige Angabe von verbalen und prozentualen Häufigkeiten“, „stichpunktartige Zusammenfassungen“)
- Empfehlungen, die mit informierter Entscheidungsfindung kollidieren können (z. B. Ratschläge und konkrete Handlungsempfehlungen)

Fazit

Die Nutzertestung zeigt, dass die Gesundheitsinformationen des IQWiG (Stand 2013) den Bedürfnissen sozial benachteiligter Menschen nur eingeschränkt entsprachen. Die externen Sachverständigen haben verschiedene Empfehlungen ausgesprochen, um dies zu verbessern.

Einige Empfehlungen der externen Sachverständigen wurden bereits im Rahmen des Relaunches von Gesundheitsinformation.de im Februar 2014 umgesetzt. Weitere Empfehlungen fließen in die zukünftige Entwicklung und Dissemination der Informationen des Instituts ein.

Die bisherigen Zielgruppen sollten jedoch durch die Umsetzung der Empfehlungen nicht verloren gehen. Auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der Nutzerinnen und Nutzer sollte auf unterschiedliche Weise eingegangen werden. Dafür gibt es bislang noch keine umfassende Lösung.

Schlagwörter: Psychosoziale Deprivation, Gesundheitsinformation für Verbraucher, Qualitative Forschung

Keywords: Psychosocial Deprivation, Consumer Health Information, Qualitative Research