

## AOK-Umfrage:

### Jeder Zweite hat Probleme mit Gesundheitsinfos im Netz



Der Umgang mit gesundheitsbezogenen digitalen Angeboten und Informationen fällt gut jedem zweiten Konsumenten schwer. Das belegen repräsentative Daten zur digitalen Gesundheitskompetenz in Deutschland, die am 8. Dezember 2020 vom AOK-Bundesverband vorgestellt wurden.

**"Während die Digitalisierung immer weiter voranschreitet, wächst die Gefahr, dass die Bürger nicht mehr mitkommen. Deshalb brauchen sie verlässliche und leicht verständliche Informationsangebote im Netz"**, kommentiert Martin Litsch, Vorstandsvorsitzender des AOK-Bundesverbandes, die Ergebnisse.

Im Auftrag der AOK befragte das Institut Skopos bundesweit 8.500 Frauen und Männer im Alter von 18 bis 75 Jahren, wie gut sie digitale Gesundheitsinformationen finden, verstehen, bewerten und letztendlich für sich nutzen können.

Demnach verfügt mehr als die Hälfte der Befragten (52,4 Prozent) nur über eine eingeschränkte digitale Gesundheitskompetenz.

**Knapp der Hälfte (48,4 Prozent) fällt es schwer zu beurteilen, ob die Informationen zuverlässig sind oder nicht.** 40 Prozent finden es zudem "schwierig" oder "sehr schwierig", herauszufinden, ob hinter den Gesundheitsinformationen kommerzielle Interessen stehen. Frauen sowie Personen mit höherem Einkommen und höherer Bildung zeigen tendenziell eine höhere digitale Kompetenz. Personen mit sehr gutem oder gutem Gesundheitszustand haben eine höhere digitale Gesundheitskompetenz als Personen mit mittelmäßigem bis sehr schlechtem Gesundheitszustand.

"Die Umfrage zeigt auf, dass digitale Angebote leicht zugänglich und verständlich sein müssen, damit alle Menschen davon profitieren", sagt Litsch. Deshalb müssten Barrieren abgebaut werden. Nur so würden die Menschen in die Lage versetzt, die richtigen Entscheidungen für die eigene Gesundheit zu treffen.

"Eine fundierte Gesundheitskompetenz kann helfen, eine Spaltung der Gesellschaft in Informierte und Uninformierte zu verhindern und damit den gesellschaftlichen Zusammenhalt fördern", ergänzt Matthias Mohrmann, Vorstandsmitglied der AOK Rheinland/Hamburg und Co-Autor der Studie. "Gerade in diesen Zeiten ist es uns sehr wichtig, unsere Versicherten dabei zu unterstützen, dass sie der aktuellen Flut an Falschinformationen im Netz etwas entgegensetzen können."

**Quelle:** Healthcare Marketing Newsletter - 08.12.2020