

Daten, Analysen, Perspektiven | Nr. 2, 2018

Gesundheitsinfos

Wer sucht, der findet –
Patienten mit Dr. Google zufrieden

- **Internet erfüllt unterschiedliche Bedürfnisse:** Neben Fakten suchen Patienten im Netz Sicherheit, Trost, Austausch und auch Zerstreuung
- **Zufriedenheit mit Dr. Google:** 52 Prozent der Patienten, die das Internet bei Gesundheitsfragen nutzen, sind mit dem Ergebnis zufrieden
- **Strategisches Verhalten:** Fast jeder Dritte verschweigt dem Arzt die vorherige Online-Infosuche
- **Kein Vertrauensbonus für unabhängige Angebote:** Öffentlich finanzierte Websites werden nicht als vertrauenswürdiger eingestuft als kommerzielle
- **Ärzte zu verhalten:** Nur 20 Prozent der Ärzte ermutigen Patienten zur Informationssuche im Internet oder leiten sie dazu an

Autoren



Claudia Haschke
Project Manager
claudia.haschke@
bertelsmann-stiftung.de



Marion Grote Westrick
Senior Project Manager
marion.grotewestrick@
bertelsmann-stiftung.de



Uwe Schwenk
Director des Programms
„Versorgung verbessern –
Patienten informieren“
der Bertelsmann Stiftung
uwe.schwenk@
bertelsmann-stiftung.de

Immer mehr Menschen suchen im Internet nach Gesundheitsinformationen. Zugleich wird das Angebot immer größer und vielfältiger. Anbieter von Gesundheitsinformationen sind Verlage, Krankenkassen und Versicherungen, Krankenhäuser, Selbsthilfegruppen, staatliche Institutionen, Stiftungen und auch Privatpersonen als Blogger, YouTuber oder Teilnehmer in Foren. Ein breites Spektrum bedient den Markt.

Vielfach wird behauptet, Medizin- und Gesundheitsinformationen im Internet seien schlecht oder zumindest von zweifelhafter Qualität, die Patienten seien damit überfordert, verirrt sich im Info-Dschungel oder würden gar zu Hypochondern. Nicht nur Verbraucherverbände äußern sich skeptisch – auch Ärztevertreter sind fast schon traditionell nicht gut auf Gesundheitsinformationen aus dem Netz zu sprechen. Dennoch hat „Dr. Google“ mehr Zulauf als je zuvor. Was ist also dran an der Kritik?

„Die Ärzte hassen ja die aufgeklärten Patienten. Man darf nie direkt zeigen, was man alles gelesen hat. Aber ich versuche dann so zu fragen, dass es in die Richtung geht.“

„Das Internet ist eine Quelle, die man alles fragen kann, was man den Arzt nicht fragt.“

Die Bertelsmann Stiftung hat untersucht, wie sich Patienten online über gesundheitliche Beschwerden und Krankheiten informieren. Vertrauen sie ihren Ärzten wirklich nicht oder zu wenig? Fakt ist, dass Patienten, die sich im Web informieren, dies zu 58 Prozent vor einem Arztbesuch und zu 62 Prozent im Nachhinein tun – daraus folgt, dass mindestens jeder Fünfte sogar vor- und nachher ins Internet geht.

Psychologen des Rheingold-Instituts haben im Auftrag der Bertelsmann Stiftung 36 Tiefeninterviews darüber geführt, wie Patienten nach Informationen im Netz suchen und diese dann nutzen. Ergänzt wird die qualitative Untersuchung durch eine repräsentative Bevölkerungsbefragung.

Im Fokus beider Studien zum Gesundheitsinformationsverhalten stehen folgende Fragen:

- › Was und warum suchen Patienten bei Dr. Google?
- › Wie zufrieden sind sie mit den Suchergebnissen?
- › Welche Quellen nutzen Patienten, welche halten sie für vertrauenswürdig?
- › Wirkt sich die Zufriedenheit mit dem Arzt auf die Eigenrecherche aus?
- › Welche Reaktionen nehmen Patienten, die sich vorab selbst informiert haben, bei ihren Ärzten wahr?

Die Ergebnisse in diesem Spotlight Gesundheit zeigen, dass die meisten Patienten im Internet

Methodik

1. Tiefeninterviews: Das Rheingold-Institut befragte 18 Frauen und 18 Männer im Alter von 16 bis 78 Jahren in zweistündigen Interviews, wie sie nach Gesundheitsinformationen suchen. Ihre gesundheitlichen Beschwerden reichten von akuten, leichten Erkrankungen oder unspezifischen Symptomen (n = 10) über chronische, leichte (n = 10) Erkrankungen bis hin zu akuten, schweren (n = 8) und chronischen, schweren (n = 8) Erkrankungen. Zwei bis drei Monate vor den Interviews haben die Probanden mindestens zwei dieser Quellen genutzt: Arzt, Apotheker oder anderes Fachpersonal – Internet – Printmedien, Zeitschriften, Broschüren – TV, Radio, Mediatheken, YouTube oder Podcasts. Alle Zitate in diesem Spotlight Gesundheit stammen aus den Interviews.

2. Telefonische Befragung: Per Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) befragte Kantar Emnid 1.074 Personen im Alter von 18 bis 80 Jahren. Die nach Alter, Geschlecht, Bildungsstand, Haushaltsgröße, Region und Erwerbstätigkeit (ja/nein) gewichtete Stichprobe ist für den Zeitraum 13. bis 26.10.2017 repräsentativ für die Bevölkerung.

finden, was sie suchen. Das Online-Informationsverhalten und das Arzt-Patienten-Verhältnis beeinflussen sich allerdings wechselseitig. Sowohl bei Ärzten als auch bei Patienten ist Unzufriedenheit festzustellen. Das Zusammenspiel von Dr. med. und Dr. Google scheint verbesserungsbedürftig zu sein.

Zufriedenheit mit Dr. Google

Die Hälfte der deutschen Onliner informiert sich mindestens einmal im Monat über Gesundheitsthemen im Internet. 16 Prozent tun dies sogar mindestens einmal pro Woche. Dabei nutzen sie in erster Linie Wikipedia und andere Online-Lexika, wie die aktuelle Repräsentativumfrage im Auftrag der Bertelsmann Stiftung zeigt. Mit einigem Abstand folgen Internetseiten der Krankenkassen und Gesundheitsportale wie NetDoktor, Onmeda oder gesundheit.de. Auch Websites von Krankenhäusern und Pflegeeinrichtungen sowie allgemeine Ratgeber-Communitys werden häufig besucht. Deutlich weniger gefragt sind Websites unabhängiger Patienten- oder Selbsthilfeorganisationen und medizinische Online-Beratungen (siehe Abbildung 1).

52 Prozent derjenigen, die sich im Web zu Gesundheitsthemen informieren, sind mit den Ergebnissen „meistens oder immer zufrieden“, zusätzliche 44 Prozent sind zumindest „teils, teils zufrieden“. Unter den Befragten stimmt niemand der Aussage zu, dass er „nie zufrieden“ ist. Und nur drei Prozent geben an, sie seien „selten zufrieden“ (siehe Abbildung 2).

Gute Ergänzung zum Hausarzt

49 Prozent der repräsentativ befragten Internetnutzer sehen die Webrecherche als gute Ergänzung zu den Aussagen des eigenen Arztes. Und das, obwohl 65 Prozent angeben, vertrauenswürdige Informationen seien schwer zu erkennen, und die Hälfte der Befragten allgemein der Ansicht ist, dass die Informationsfülle und das wachsende Angebot an Gesundheitsinfos Patienten verunsicherten, beunruhigten und verwirrten (siehe Abbildung 2).

Dieser vermeintliche Widerspruch zwischen der subjektiven Zufriedenheit mit gefundenen Infor-

»Gute Seiten sind wie ein gutes Vier-Augen-Gespräch mit einem Arzt, der einem alle Infos gibt, die man braucht.«

Wo sich Patienten im Internet informieren

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

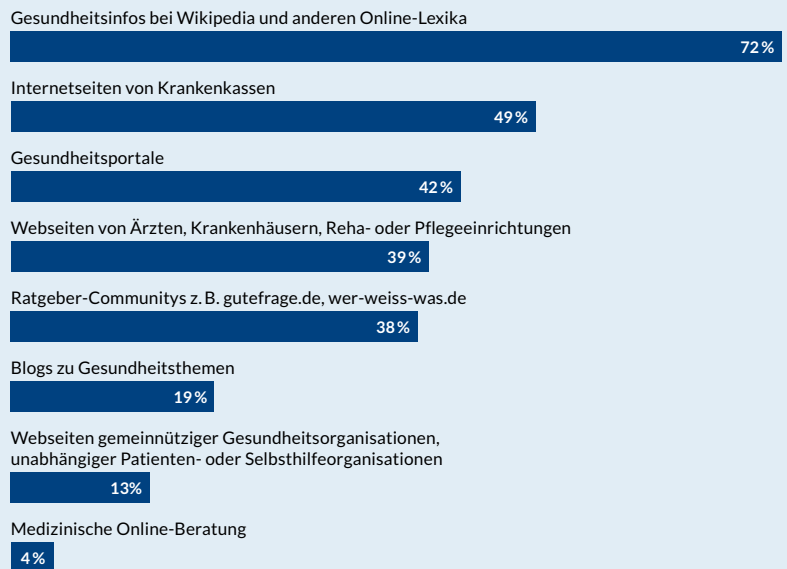


Abbildung 1 | Quelle: Kantar Emnid, Befragung Oktober 2017, n = 946

| BertelsmannStiftung

mationen und einer generellen Skepsis gegenüber dem Webangebot löst sich im Tiefeninterview auf: Hier zeigt sich, dass die allgemeinen Bedenken hinsichtlich Internetinformationen viel kleiner sind, als es bei Repräsentativumfragen zum Ausdruck kommt. Auch wird deutlich, dass Menschen sich selbst eher als der Allgemeinheit zutrauen, nützliche und vertrauenswürdige Informationen im Netz zu finden.

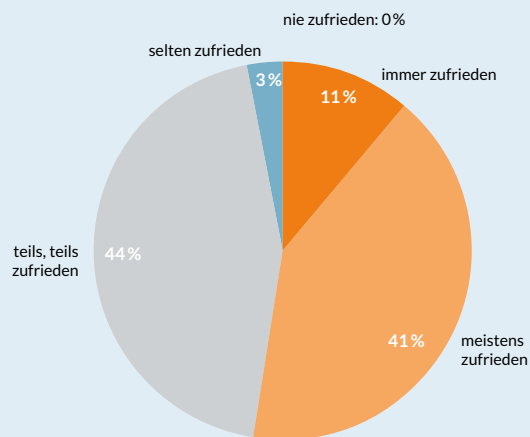
Internet erfüllt unterschiedliche Bedürfnisse

Nach den Zielen und Motiven ihrer Online-Suche befragt, sagen 73 Prozent der Deutschen, dass sie über Gesundheitsrisiken und Krankheiten allgemein besser informiert sein möchten. Gut die Hälfte will außerdem Tipps und Hilfen für eine gesündere Lebensweise finden oder sich bei einem akuten Gesundheitsproblem selbst helfen. Weitere rationale Gründe, etwa die Empfehlungen eines Arztes besser zu verstehen oder zu überprüfen, spielen ebenfalls eine Rolle.

Die Tiefeninterviews belegen, dass die Suche nach Gesundheitsinformationen im Internet neben sachlichen Gründen oft auch emotionale Ursachen hat (siehe Abbildung 3): Viele Patienten suchen nicht nur mehr Informationen, sondern auch Trost, Zuspruch oder Beruhigung – psycho-

Gesundheitsinformationen im Netz: eigene Erfahrung versus generelle Beurteilung

Wie zufrieden sind Sie mit den Gesundheitsinformationen, die Sie im Internet finden?



Wie beurteilen Sie das wachsende Angebot an Gesundheitsinformationen im Internet generell?

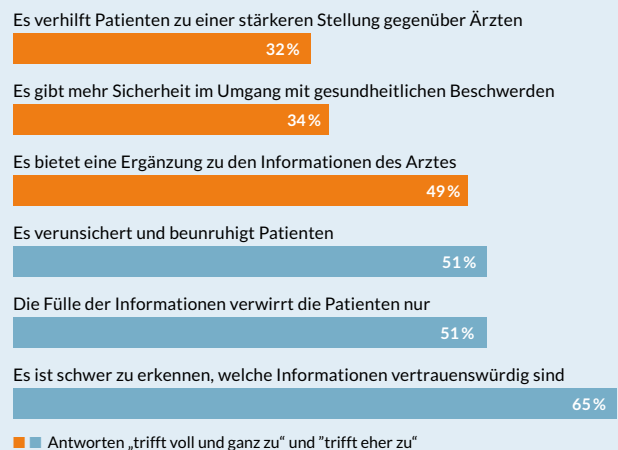


Abbildung 2 | Quelle: Kantar Emnid, Befragung Oktober 2017, n > 983

| BertelsmannStiftung

„Die Diagnose wurde mir einfach vor den Latz geknallt. Ich habe den Befund mitgenommen, aber was man tun kann, damit hat mich der Arzt allein gelassen.“

logische Komponenten, die bei Ärzten und im Freundeskreis anscheinend manchmal zu kurz kommen. Wenn Patienten sich zum Beispiel von ihrem behandelnden Arzt ungenügend informiert und auch emotional im Stich gelassen fühlen, dann kann das Dr. Google kompensieren.

Insbesondere nach der Diagnose einer schweren Erkrankung ziehen Patienten, wie die Interviews zeigen, das Internet zurate. Sie wollen Halt und Hilfe, um den Befund zu verarbeiten. Foren und Netzwerke mit Gleichgesinnten bieten Trost und Kraft. Das Netz wiegt Defizite der realen Ärzte auf, die sich zu wenig Zeit nehmen (können) oder keine ausreichenden kommunikativen Kompetenzen haben. Manchen Patienten werden die emoti-

„Das Internet hat mir Kraft gegeben.“

„Als Betroffene fühlt man sich ganz mies, ist kaputt und müde. Da braucht man Hoffnung, eine positive Darstellung und Mut.“

„Ich weiß, denen geht es genau wie mir. Das ist irgendwie tröstlich. Im Internet ist man nicht allein mit seiner Krankheit.“

onalen Suchmotive gar nicht bewusst, vor allem wenn sie im Netz Ablenkung oder Zerstreuung suchen. Andere erkennen ihre psychologischen Beweggründe im Verlauf der Tiefeninterviews.

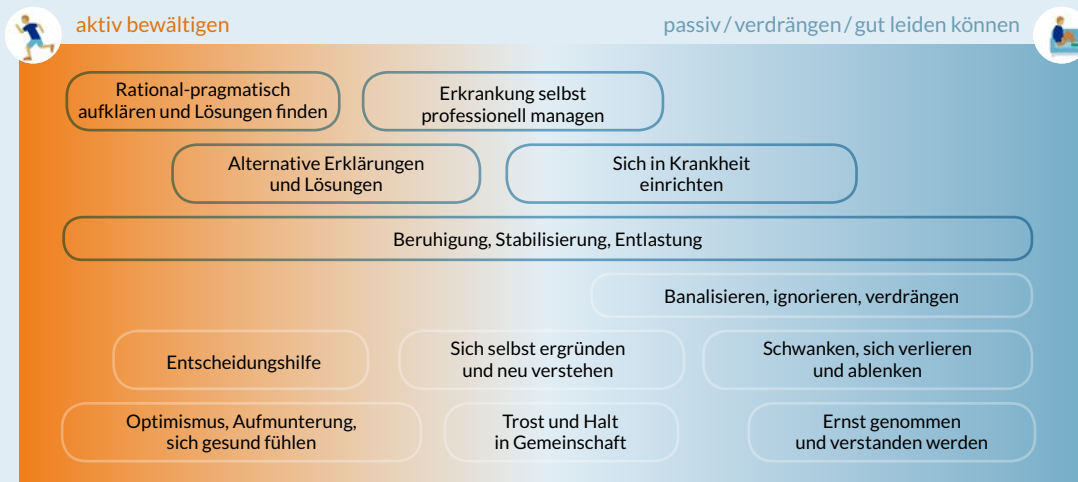
Strategisches Verhalten

In den Tiefeninterviews kommt immer wieder auch mangelndes Vertrauen in den eigenen Arzt zur Sprache. Angst vor falscher Behandlung, unverständliche Erklärungen – viele Faktoren können zum Vertrauensverlust und zur Informationssuche im Internet führen. Dr. Google sammelt hier zahlreiche Pluspunkte: Er hat unbegrenzt Zeit, ist immer und überall erreichbar, lässt einen nie allein. Informationen der Ärzte lassen sich schnell überprüfen, Arztbesuche vor- und nachbereiten.

30 Prozent der Patienten, die im Internet nach Gesundheitsinformationen suchen, haben dies ihrem Arzt schon mal verschwiegen. Viele wollen seine Reaktion erst einmal abwarten. Ein Viertel von ihnen fürchtet sogar, der Arzt könnte sich darüber ärgern und sie als schwierige Patienten einstufen. Ein Teil der Patienten agiert also bewusst strategisch.

Den gezielten Einsatz ihrer Kenntnisse aus dem Internet werten Patienten auch als Machtgewinn. Die Interviews zeigen, dass Patienten sich insgeheim freuen, Ärzten Paroli bieten zu können, etwa bei Fragen, welche Kosten die Krankenkassen übernehmen und welche IGeL-Leistungen selbst bezahlt werden müssen.

Aus welchen Motiven Patienten nach Informationen suchen



Legend: Dominierende Motivlagen bei den Teilnehmern der Tiefeninterviews

Abbildung 3 | Quelle: Rheingold-Institut, eigene Darstellung

| BertelsmannStiftung

Ärztliche Reaktion auf Selbstinformation – Ärzte- und Patientensicht im Vergleich

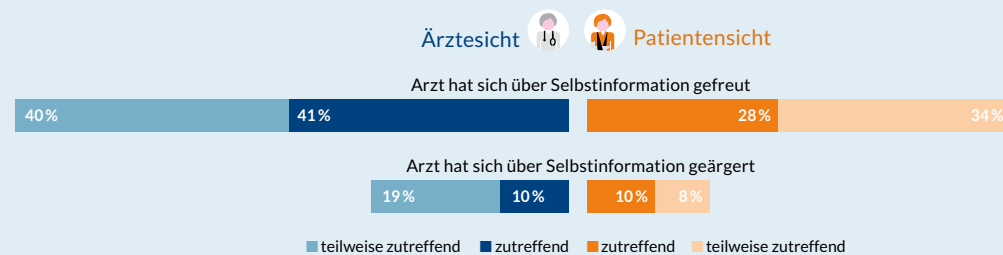


Abbildung 4 | Quellen: Patientensicht: Kantar Emnid, Befragung Oktober 2017, n > 330; Ärztesicht: Gesundheitsmonitor 2016, Befragung November/Dezember 2015, n = 804

| BertelsmannStiftung

„Ich hole mir vorab immer Informationen ein.
Ich vertraue den Ärzten nicht mehr.“

„Google gibt Zeit, die Krankheit zu verstehen. Ärzte haben heute keine Zeit mehr, die kleinsten Lappalien zu erklären. Das ist okay, dafür gibt es Google.“

Rund ein Drittel der Bundesbürger glaubt, dass das wachsende Angebot an Online-Informationen die Position der Patienten gegenüber den Ärzten stärkt und dazu beiträgt, ihnen weniger ausgeliefert zu sein. Jeder Dritte sagt auch, dass es mehr Sicherheit im Umgang mit gesundheitlichen Beschwerden gibt (siehe Abbildung 2). Dem stimmen nach einer früheren Erhebung für den Gesundheitsmonitor 2016 der Bertelsmann Stiftung jedoch nur 15 Prozent der Ärzte zu; gut 50 Prozent glauben das nicht.

Immerhin gut 80 Prozent der Ärzte freuen sich prinzipiell über die Aktivitäten ihrer Patienten (siehe Abbildung 4). Doch nur jeder zweite Patient hat erlebt, dass der Arzt auf die Internetsuche auch wirklich eingeht. 18 Prozent haben wahrgenommen, dass der Arzt sich über ihre Eigeninitiative ärgert. Bei der Ärztebefragung kam heraus, dass sich sogar rund 30 Prozent zumindest teilweise über die Eigeninitiative ärgern. Viele Ärzte behalten also sowohl ihre Freude als auch ihren Ärger für sich.

Kein Vertrauensbonus für unabhängige Gesundheitsangebote

Ob es um die Ursache eines Hautausschlags, Behandlungsmethoden bei Kniearthrose oder einen medizinischen Fachbegriff geht – (fast) jede Internetsuche führt zu langen Trefferlisten.

Die Tiefeninterviews zeigen, dass Patienten den Suchergebnissen und dem Ranking quasi bedingungslos vertrauen. Liefert Google einmal nicht die erwarteten Ergebnisse, entschuldigen Patienten dies mit ihrer eigenen falschen Suchstrategie. Ein gefährlicher Trugschluss, der von mangelnder Medienkompetenz zeugt. Dass die Probanden auch in Tiefeninterviews die Quelle einer Information nur in Ausnahmefällen hinterfragen, verstärkt die Annahme, dass dem Web blind vertraut wird.

Mehrfaches Lesen oder Hören einer Information auf verschiedenen Internetseiten wird in

der Regel als Bestätigung für deren Richtigkeit gewertet: Bekanntes wird als vertrauenswürdig gewertet. Auch das belegen die Interviews. Schon das zweimalige Auffinden einer Information reicht, um ihre Glaubwürdigkeit deutlich zu erhöhen (siehe Kasten). Viele Interviewte blenden aus, dass auch falsche Informationen schnell über verschiedene Kanäle gestreut und verbreitet werden. Dass Teilnehmer repräsentativer Befragungen den negativen Urteilen über Informationen aus dem Internet überwiegend zustimmen, wirkt vor dem Hintergrund der Tiefeninterviews nicht wie eine individuelle Erfahrung, sondern wie sozial erwünschtes Antwortverhalten.

Kein Proband der Tiefeninterviews hat bei der Online-Suche darüber nachgedacht, ob gefundene Informationen wissenschaftlich fundiert sind. Renommiertere Anbieter wie das unabhängige Portal gesundheitsinformation.de des Instituts für Qualität und Wirtschaftlichkeit im Gesundheits-

Verzerrte Wahrnehmung – der „Confirmation Bias“

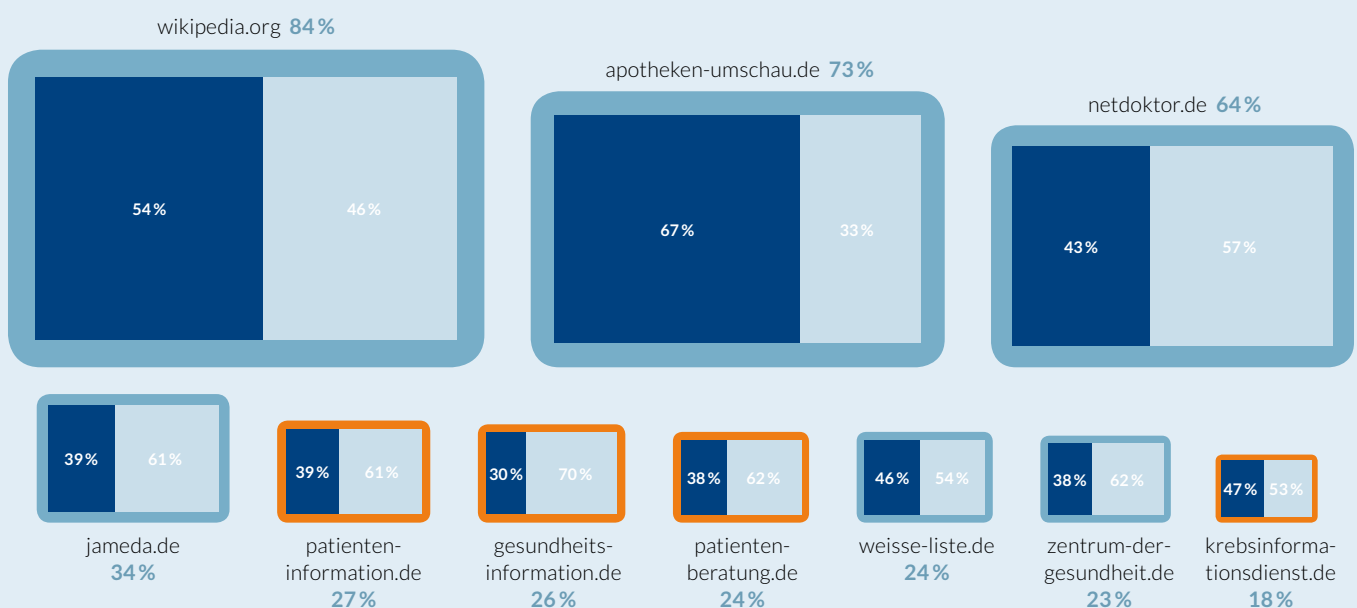
Ob wir einer Information vertrauen, hängt auch davon ab, was wir im Moment der Rezeption als wahr ansehen und wonach wir unser Verhalten ausrichten. „Man geht eigentlich schon so ran, wie man sich fühlt“, beschrieb es eine Probandin im Interview. Die Kognitionspsychologie bezeichnet dieses Phänomen als „Confirmation Bias“ (Bestätigungsfehler): Informationen und Websites, die im Einklang mit unseren eigenen Vorannahmen, Haltungen und bildhaften Vorstellungen stehen, vertrauen wir stärker als anderen.

„Im Internet findet man alles.“

„Google weiß alles.“

„Ich nehme immer die ersten drei Treffer, weil ich denke, das sind die besten.“

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.

Abbildung 5 | Quelle: Kantar Emnid, Befragung Oktober 2017, n > 959

| BertelsmannStiftung

Ärztliche Unterstützung der Infosuche – Ärzte- und Patientensicht im Vergleich

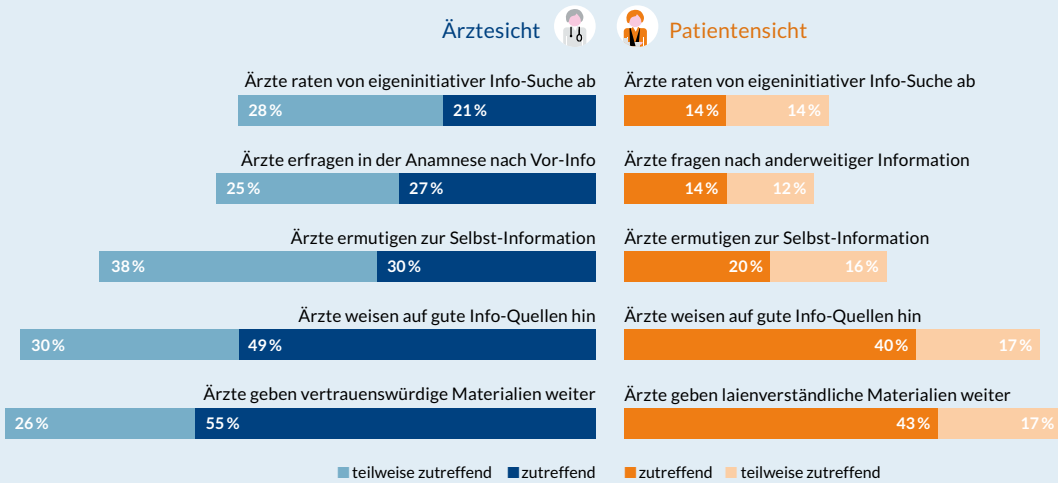


Abbildung 6 | Quellen: Patientensicht: Kantar Emnid, Befragung Oktober 2017, n > 310; Ärztesicht: Gesundheitsmonitor 2016, Befragung November/Dezember 2015, n = 804

| BertelsmannStiftung

„Auf zwei Webseiten standen die gleichen Hausmittel, die auch meine Mutter und meine Schwester bei Erkältung empfehlen, dann brauche ich keine dritte Seite mehr.“

„Auf NetDoktor und Apotheken-Umschau gehe ich immer wieder. Die Seiten kenne ich, denen vertraue ich, da komme ich gut zurecht.“

„Beim Zentrum der Gesundheit wurde die beruhigende Wirkung von Musik auf das Herz erläutert. Also habe ich täglich stundenlang das Ave-Maria von Schubert gehört. Und jetzt bin ich wieder gesund.“

wesen (IQWiG) kannte niemand der interviewten Patienten. Dagegen haben kommerzielle Angebote wie apotheken-umschau.de (Wort und Bild Verlag) und netdoktor.de (Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck) einen hohen Bekanntheitsgrad (siehe Abbildung 5) und erhalten überwiegend gute Noten, auch wegen der Art der Ansprache. Viele Patienten suchen, wie die Interviews zeigen, eine emotional andere Ansprache im Sinne von mehr Fürsorge und Geborgenheit anstatt reines Faktenwissen. Die Vertrauenswürdigkeit dieser Portale leidet nicht, obwohl sie werbefinanziert sind und dies den Interviewten sehr bewusst ist. Patienten-information.de (Bundesärztekammer/Kassenärztliche Bundesvereinigung) und die von den Krankenkassen finanzierte Unabhängige Patientenberatung (UPD) im Netz werden nicht als vertrauenswürdiger bewer-

tet als das der Schulmedizin fernstehende Alternativmedizinportal „Zentrum der Gesundheit“. Alle werden von der Bevölkerung als gleich (wenig) vertrauenswürdige eingestuft.

Ärzte zu verhalten

Aus Sicht der Interviewteilnehmer haben viele Ärzte Schwierigkeiten, den emotionalen Bedürfnissen ihrer Patienten gerecht zu werden und sie umfassend zu informieren. Laut unserer aktuellen repräsentativen Befragung hat weniger als die Hälfte der Ärzte Materialien vorrätig, die für Laien verständlich sind, oder weist auf gute Informationsquellen hin. Nur ein Fünftel der Ärzte ermutigt die Patienten, sich zusätzlich selbst zu informieren. Nicht wenige Ärzte (14%) raten nach Auskunft der Patienten sogar von der eigenen Informationssuche ab (siehe Abbildung 6).

Diese Resultate belegen, dass Ärzte das Bemühen um Selbstinformation noch nicht genügend wertschätzen. Dabei haben Patienten sehr unterschiedliche und oft gute Gründe, sich auch nach einem Arztbesuch selbst weiter zu informieren. Die behandelnden Ärzte sollten ihnen verlässliche Informationen an die Hand geben oder entsprechende Online-Quellen empfehlen. Von engagierten und informierten Patienten profitieren auch die Behandler: Zum einen müssen sie weniger erklären, zum anderen können sie solche Patienten besser in Entscheidungen einbeziehen – die Basis für mehr Patientenzufriedenheit, Therapie-treue und gute Behandlungsergebnisse.



Unsere Studien „Die Suche nach Gesundheitsinformationen“, „Nutzung und Verbreitung von Gesundheitsinformationen – Literaturüberblick“, „Das Internet: Auch Ihr Ratgeber für Gesundheitsfragen?“ stehen unter bertelsmann-stiftung.de/patient-mit-wirkung zum kostenlosen Download bereit.

Handlungsempfehlungen

Informationsquelle Internet strategisch nutzen

Dass Patienten sich im Internet informieren, erkennen Ärzte zunehmend an: Mehr als die Hälfte geht – laut der Patienten – bereits auf selbst recherchierte Infos ein, rund 40 Prozent geben laienverständliche Materialien mit und verweisen auf gute Quellen. Um das Zusammenspiel von Arzt und Internet – den beiden wichtigsten Informationsquellen der Patienten – noch weiter zu verbessern, sollten folgende Maßnahmen vorangetrieben werden:

Ärzte als Coach der Patienten

- Ärzte sollten Patienten bei der Suche nach Gesundheitsinformationen stärker unterstützen und beraten. Sie müssen fundierte Informationsangebote kennen, um diese weiterempfehlen zu können.
- Um ihrer Rolle als persönliche Berater gerecht zu werden, benötigen Ärzte mehr Zeit für Gespräche mit Patienten.
- Patienten müssen ermutigt werden, ihrem Arzt Fragen zu stellen und die Ergebnisse ihrer Informationssuche mit ihm zu besprechen.

Vielfalt von Gesundheitsinformationen im Netz als Chance betrachten

- Patienten haben rationale und emotionale Informationsbedürfnisse. Diesen wird das vielfältige Angebot mit unterschiedlicher Patientenansprache gerecht.
- Gezielte Fehlinformationen müssen aufgefunden und bekämpft werden.
- Die Erstellung, Vermittlung und Verbreitung von Gesundheitsinformationen sind unterschiedliche Aufgaben, die nicht zwingend in einer Hand liegen müssen. Anbieter sollten stärker arbeitsteilig agieren und Kooperationen anstreben.

Digitale Plattformen für die Verbreitung von Informationen nutzen

- Damit Gesundheitsinformationen bei den Patienten ankommen, sollten sie über Kanäle mit hoher Reichweite verbreitet werden. Dafür braucht es Offenheit gegenüber existierenden Plattformen und Anpassungsfähigkeit an neue Technologien.
- Die Elektronische Patientenakte – als Austauschplattform für Ärzte und Patienten – könnte sich dafür eignen, allgemeine und individuell zugeschnittene Gesundheitsinformationen bereitzustellen.

SPOTLIGHT GESUNDHEIT ist ein Impulspapier des Programms „Versorgung verbessern – Patienten informieren“ der Bertelsmann Stiftung. Es erscheint in unregelmäßigen Abständen mehrmals pro Jahr und beschäftigt sich mit aktuellen Themen und Herausforderungen im Gesundheitswesen. Die Bertelsmann Stiftung setzt sich für ein Gesundheitssystem ein, das sich an den Bürgern orientiert. Mit ihren Projekten zielt sie auf eine konsequent am Bedarf ausgerichtete und hochwertige Versorgung sowie stabile finanzielle Grundlagen. Patienten sollen durch verständliche Informationen in ihrer Rolle gestärkt werden.

Das SPOTLIGHT GESUNDHEIT zu Gesundheitsinfos ist im Kontext der Projekte „Patient mit Wirkung“ und „Der digitale Patient“ entstanden.

Weitere Informationen auf

www.bertelsmann-stiftung.de/patient-mit-wirkung
www.bertelsmann-stiftung.de/der-digitale-patient
www.bertelsmann-stiftung.de

Impressum

Herausgeber:
 Bertelsmann Stiftung
 Carl-Bertelsmann-Str. 256
 33311 Gütersloh
www.bertelsmann-stiftung.de

Bildnachweis:
 © golibo/iStockphoto.com
 Kai Uwe Oesterhelweg
 Gestaltung: Dietlind Ehlers
 Redaktion: Burkhard Rixin
 Druck: Druckhaus Rihn

Verantwortlich:
 Uwe Schwenk
 Director des Programms
 „Versorgung verbessern –
 Patienten informieren“

ISSN (Print): 2364-4788
 ISSN (Online): 2364-5970

Veröffentlichung:
 Januar 2018

Kontakt:
 Sonja Lütke-Bornefeld
sonja.luetke-bornefeld@bertelsmann-stiftung.de
 Tel.: + 49 5241 81-81431