

**Prof. Dr. Nicola Döring**  
 Technische Universität Ilmenau

## Gesundheitsinformation 2.0 – was Frauen wollen.

Der Vortrag stellt auf der Basis des aktuellen Forschungsstandes dar, auf welchen nicht-medialen sowie medialen Wegen Frauen Gesundheitsinformationen suchen. Dabei spielt das Internet eine immer wichtigere Rolle. Dies schließt diverse Social-Media-Dienste sowie mobilen Internet-Zugang per Handy bzw. Smartphone ein.

Gesundheitsbezogene Online-Informationen liegen in großer Vielfalt und heterogener Qualität vor. Typische Suchwege im Internet und beliebte Online-Plattformen werden vorgestellt. Es geht dabei um Suchmaschinen (z.B. Google), Lexika (z.B. Wikipedia), Videoplattformen (z.B. YouTube), Social Networking Sites (z.B. Facebook), Blogging- & Microblogging-Dienste (z.B. Tumblr, Twitter), Gesundheitsportale (z.B. Netdoktor.de), Ratgeber-Communitys (z.B. gutefrage.net) sowie Online-Foren (z.B. von Frauenzeitschriften). Auch der neue Trend zu gesundheitsbezogenen Smartphone-Apps wird behandelt.

Gleichzeitig sind die Informationsbedürfnisse unterschiedlicher Gruppen von Frauen (z.B. ältere versus jüngere Frauen; Frauen diverser kultureller Hintergründe und Bildungsstände; akut versus chronisch kranke Frauen; Betroffene versus Angehörige; gesundheitsbewusste Frauen unterschiedlicher Lebensstile etc.) differenziert.

Der Beitrag zeigt Chancen und Risiken der gesundheitsbezogenen Internet-Kommunikation auf und leitet daraus Schlussfolgerungen für die Praxis der Gesundheitsförderung ab: Einerseits gilt es, die gesundheitsbezogene Medienkompetenz von Frauen und Mädchen zu fördern und andererseits ein vielfältiges, qualitativ hochwertiges Angebot an Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten für diverse Zielgruppen bereitzustellen.

## Internet-Nutzung von Frauen

### Digitale Spaltung / Geschlechter-Kluft beim Internet-Zugang

	Gesamt		20-29 Jahre		50-59 Jahre	
Online	79%		99%		45%	
	Männer	Frauen	Männer	Frauen	Männer	Frauen
Online	84%	75%	99%	99%	66%	52%
<b>Offline</b>	16%	<b>25%</b>	1%	<b>1%</b>	34%	<b>58%</b>

Quelle: ARD/ZDF Online-Studie 2014

## Internet-Nutzung von Frauen

### Digitale Ungleichheiten bei der Internet-Nutzung

- Zugangsgeräte (PC, Laptop, Smartphone...)
- Nutzungsorte und Nutzungszeiten
- Such- und Bewertungskompetenzen bei Online-Informationen
- Beteiligung an Social Media etc.

Ungleichheiten in Abhängigkeit von **Geschlecht & anderen Faktoren** (Alter, Bildung, Beruf, sexuelle Orientierung etc.)

Nutzungsformen des Internet:

- 1) Information, 2) Kommunikation & Kollaboration,
- 3) Unterhaltung, 4) Transaktion, 5) Monitoring

### Gesundheitsbezogene Internet-Nutzung von Frauen

Nutzungsformen des Internet	Gesundheitsbezug
1. Information	Google-Suche nach Informationen zu Gesundheit / Wellness / Krankheit / Dienstleistungen/ Produkten (für eigene Person, für Angehörige)
2. Kommunikation	Online-Kommunikation zu Gesundheitsthemen <ul style="list-style-type: none"><li>- Experte-Laie</li><li>- Peer-to-Peer</li></ul>
3. Unterhaltung	Gesundheitsrelevante Inhalte auf YouTube, Twitter etc. (z.B. Schönheitsideale)
4. Transaktion	Einkauf in Internet-Apotheken, Online-Drogerien Handel mit Gesundheitsprodukten auf Ebay Kostenpflichtiges Online-Coaching
<b>5. Monitoring</b>	Gesundheits-Apps, die krankheits-/ gesundheitsrelevante Daten erheben, speichern, auswerten (z.B. Diabetes, Fruchtbarkeit)

## Chancen & Risiken des Internet für die Frauengesundheit

Chancen	Risiken
Besserer Informationszugang	Fehlinformation Informationsüberflutung
Soziale Unterstützung	Soziale Konflikte Cybersexismus
Selbst-Monitoring	Datenschutz
Empowerment	Disempowerment Matthäus-Effekt („wer hat, dem wird gegeben“)

### Fazit

1. Frauen heute sehr internetaktiv (Ausnahme: ältere Frauen)
2. Gesundheitsbezogene Internet-Nutzung von Frauen stark verbreitet und sehr ausdifferenziert
3. Chancen der verbesserten Information, Unterstützung, des Empowerment
4. Risiken von Desinformation, Cybersexismus und Disempowerment
5. Förderung von Online-Gesundheitsangeboten von und für unterschiedliche Teilgruppen von Frauen
6. Stärkung der Internet-Kompetenz von unterschiedlichen Teilgruppen von Frauen