



Gesundheitskompetenz



Krankenbehandlung

Prävention

Gesundheitsförderung

Inhaltsverzeichnis

Was ist Gesundheitskompetenz?	4
Methodenbox	7
Verständliche Informationsmaterialien	9
Effektive Kommunikation	13
Orientierungshilfe	17
Einbeziehung der Zielgruppe	21
Schulungen für MitarbeiterInnen	25
Gesundheitskompetenz-Coaching	29

**Motivation
Fähigkeiten**

**Gesun
komp**



- finde
- verst
- beurt
- anwe

**Gesundheitskompetenz-
Coaching**

**dhheits-
etenz**

**Anforderungen
Komplexität**

n
ehen
eilen
nden



Methodenbox

Was ist Gesundheitskompetenz?

Unter Gesundheitskompetenz versteht man das Wissen, die Motivation und die Fähigkeiten eines Menschen gesundheitsrelevante Informationen

- ▶ zu finden,
- ▶ zu verstehen,
- ▶ zu beurteilen und
- ▶ anzuwenden,

um in den Bereichen Krankenversorgung, Prävention und Gesundheitsförderung für sich die richtigen Entscheidungen treffen zu können. Ziel dabei ist die Erhaltung oder Verbesserung der Lebensqualität.

Gesundheitskompetenz ist aber nicht nur abhängig von der individuellen Motivation und den Fähigkeiten des Einzelnen. Sie wird zudem wesentlich beeinflusst von den Anforderungen und der Komplexität des Systems. Maßnahmen zur Stärkung der Gesundheitskompetenz setzen daher auf der Seite des Individuums UND der Optimierung des Systems an.

Die Ergebnisse der internationalen Vergleichsstudie „Health Literacy Survey“ der Europäischen Union (HLS-EU, 2011) zeigen, dass rund 56 Prozent der

Österreicherinnen und Österreicher nur über eine limitierte Gesundheitskompetenz verfügen!

Das heißt, dass es für viele schwierig ist, zum Beispiel Informationen zu Unterstützungsmöglichkeiten bei psychischen Problemen zu finden, die Packungsbeilagen von Medikamenten zu verstehen oder zu beurteilen, ob mediale Gesundheitsinformationen vertrauenswürdig sind oder nicht.

Patientinnen und Patienten mit guter Gesundheitskompetenz sind die besseren „Co-Manager ihrer Gesundheit“. Der Zusammenhang zwischen Gesundheitskompetenz und Gesundheitsverhalten ist dabei belegt: Je geringer die Gesundheitskompetenz, desto schlechter ist das Gesundheitsverhalten (z.B. Rauchen), die Teilnahmebereitschaft an Angeboten zur Gesundheitsförderung und Prävention sinkt, und die Sterblichkeit ist erhöht!

Gesundheit ist damit immer auch eine Frage der Information. Je besser Patientinnen und Patienten über Erkrankungen und Behandlungsmöglichkeiten informiert sind, umso mehr können Sie zu Ihrer eigenen Gesundheit beitragen.

Methodenbox



Methodenbox

Die Methodenbox wurde entwickelt, um die Sozialversicherung im Allgemeinen sowie ihre eigenen stationären und ambulanten Einrichtungen im Speziellen bei der Entwicklung zu gesundheitskompetenten Organisationen zu unterstützen. Sie richtet sich an

- EntscheidungsträgerInnen,
- Angehörige von Gesundheitsberufen,
- MitarbeiterInnen in Servicestellen, die Versicherte informieren und beraten,
- GestalterInnen von Informationsmaterialien, Schreiben, Formularen oder Websites,
- PersonalentwicklerInnen und
- QualitätsmanagerInnen.

Das Herzstück der Methodenbox beschreibt fünf zentrale Handlungsfelder und stellt dazu Methoden, Praxisbeispiele und weiterführende Materialien vor. Diese fünf Handlungsfelder sind auf den nächsten Seiten kurz beschrieben.

Verständliche Informationsmaterialien



**Was sollten Sie bei der
Entwicklung von
Informationsmaterialien beachten?**

Die Sozialversicherung stellt täglich eine Vielzahl an Informationen für Versicherte bereit – ob in Form von Printmaterialien, im Zuge von klassischem Schriftverkehr, via Website, App oder als Audio- bzw. Videomaterial. Informationsmaterialien zu erstellen, die nicht nur qualitätsvolle Inhalte umfassen, sondern auch verständlich, ansprechend und zielgruppenorientiert sind, ist dabei eine große Herausforderung. Bevor Sie Informationen für Versicherte erstellen, sollten Sie sich daher folgende zentrale Fragen stellen:

- ▶ Wer ist Ihre Zielgruppe? (z.B. Alter, Geschlecht, Bildung, Vorwissen, Interessen)
- ▶ Was möchten Sie mit dem Informationsmaterial erreichen? (z.B. informieren oder zu bestimmter Handlung veranlassen)
- ▶ Welches Format ist für Ihre Ziele und Ihre Zielgruppe am besten geeignet? (z.B. Standardbrief, Broschüre, Webinhalt, Video)

Worauf sollten Sie bei der Entwicklung von Informationsmaterialien nun achten?

Verständlichkeit

Viele Menschen haben Schwierigkeiten beim Lesen.

- ▶ Benutzen Sie einfache, bekannte Wörter. Vermeiden Sie Fachbegriffe und Abkürzungen bzw. erklären Sie diese.
- ▶ Schreiben Sie kurze, einfache Sätze. Vermeiden Sie Schachtelsätze.
- ▶ Formulieren Sie aktiv und verwenden Sie Verben. Vermeiden Sie passiv und Nominalstil u.a.m.

Qualität der Inhalte

Ein qualitätsvolles Informationsangebot ist wesentliche Voraussetzung für eine informierte Entscheidungsfindung und eine sinnvolle Beteiligung in Gesundheitsfragen.

- ▶ Bauen Sie Ihre Inhalte auf der aktuell besten verfügbaren Evidenz auf.
- ▶ Beschreiben Sie Art, Umfang und Durchführung von Maßnahmen sowie deren Wirkungsweise.
- ▶ Führen Sie Nutzen, aber auch mögliche Risiken von Maßnahmen an.

Ansprechendes Layout & Design

Die optische Gestaltung von Informationsmaterialien oder Anschreiben beeinflusst nicht nur, ob und wie

Inhalte von den Leserinnen und Lesern wahrgenommen werden, sondern kann auch wesentlich zu einer leichteren Lesbarkeit beitragen.

- ▶ Achten Sie auf ein gewohntes Schriftbild und eine ausreichende Schriftgröße.
- ▶ Verwenden Sie überwiegend dunkle Schrift auf hellem Hintergrund.
- ▶ Platzieren Sie keinen Text auf schattiertem oder gemustertem Hintergrund sowie auf Abbildungen.

Transparente Information

Um die Vertrauenswürdigkeit von Informationen beurteilen zu können, brauchen Versicherte eine Reihe an Informationen.

- ▶ Führen Sie in einem Impressum die Autorin oder den Autor der Information an bzw. nennen Sie die Institution mit verantwortlicher Ansprechperson.
- ▶ Geben Sie das Datum der Erstellung der Information an und legen Sie einen Überprüfungszeitraum fest.
- ▶ Legen Sie Quellen der Finanzierung offen. Gehen Sie mit möglichen Interessenskonflikten transparent um.

Effektive Kommunikation



**Was sollten Sie in der
Gesprächsführung mit
Versicherten beachten?**

Rund 30 Prozent der Bevölkerung beurteilen es als sehr oder ziemlich schwierig mit Hilfe der Informationen, die ihnen die Ärztin oder der Arzt gibt, Entscheidungen bezüglich der eigenen Gesundheit zu treffen. Effektive Kommunikation spielt aber nicht nur in klinischen Situationen eine Rolle. Sie ist auch bei Terminvereinbarungen oder Auskünften zum Leistungsangebot der Sozialversicherung wichtig.

Warnhinweise für eingeschränkte Gesundheitskompetenz

- ▶ Versicherte vermeiden es unter einem Vorwand Informationen zu lesen oder Formulare auszufüllen (z.B. „Ich habe meine Brille zu Hause vergessen“).
- ▶ Versicherte nehmen wiederholt Termine nicht oder zur falschen Zeit wahr.
- ▶ Versicherte stellen auffällig wenige Fragen u.a.m.

Verständnis sichern

Die Technik Teach-back kann in allen Gesprächen zum Einsatz kommen, bei denen die Informationsvermittlung an Versicherte im Zentrum steht. Die Technik geht über Fragen wie „Haben Sie mich verstanden?“ oder „Haben Sie noch Fragen?“ hinaus.

Stattdessen werden Versicherte gebeten die besprochenen Inhalte nochmal kurz in eigenen Worten zu wiederholen oder ein bestimmtes Verhalten zu demonstrieren:

- ▶ „Sagen Sie mir bitte, welche Informationen Sie an uns übermitteln, damit wir Ihren Antrag bearbeiten können.“
- ▶ „Können Sie mir bitte zeigen, wie Sie den Asthma-Inhalator benutzen. So kann ich sichergehen, dass meine Erklärungen verständlich sind.“

Zu 3 Fragen ermutigen

Im Rahmen der „Ask me 3“ Kampagne werden PatientInnen dazu ermutigt Gesundheitsdienstleistern drei einfache Fragen zu stellen:

- ▶ Was ist mein wichtigstes Gesundheitsproblem?
- ▶ Was kann ich dagegen tun?
- ▶ Warum ist es wichtig, dass ich das tue?

Gemeinsam Entscheidungen treffen

Eine gemeinsame Entscheidungsfindung umfasst die gleichberechtigte und aktive Beteiligung von Patient/ Patientin sowie Fachexpertin/Fachexperten. Ziel ist auf Basis geteilter Information zu einer gemeinsam verantworteten Entscheidung zu kommen.

Partnerschaftliche Entscheidungen tragen zu mehr Beteiligung und realistischeren Erwartungen bei.

Nutzen und Risiken transparent kommunizieren

Mit der transparenten Kommunikation von Nutzen und Risiken bieten Sie die Grundlage für eine informierte Entscheidung Versicherter. Die Art und Weise, wie entsprechende Zahlen als Grundlage für informierte Entscheidungen kommuniziert werden, bestimmt wie leicht oder schwer verständlich sie sind.

- ▶ Verwenden Sie die absolute Risikoreduktion
- ▶ Verwenden Sie natürliche Häufigkeiten
- ▶ Verwenden Sie zur Beschreibung von Häufigkeiten eine Bezugsgröße

Videodolmetschen

Eine gesundheitskompetente Organisation schafft auch für Versicherte nicht-deutscher Muttersprache geeignete Rahmenbedingungen für eine gelungene Kommunikation. In der Praxis werden aus Gründen der Verfügbarkeit oftmals Angehörige bzw. Begleitpersonen zum Dolmetschen eingesetzt. Das birgt jedoch Gefahren, da es oft zu Fehlübersetzungen kommt. Videodolmetschen ermöglicht das Hinzuziehen qualifizierter DolmetscherInnen mittels moderner Kommunikationstechnologien.

Orientierungshilfe



**Wie können Sie Versicherten
Orientierung bieten?**

Von den Versicherten wird erwartet sich im Gesundheitswesen zurechtzufinden. Dabei werden sie oftmals mit Begriffen konfrontiert, die im täglichen Sprachgebrauch kaum Verwendung finden und die Orientierung zusätzlich erschweren. Für Menschen mit eingeschränkter Gesundheitskompetenz ist es besonders schwierig sich im Gesundheitssystem zu orientieren und von Angeboten zu profitieren.

Barrierefreiheit und Orientierung in Ihrer Einrichtung sicherstellen

Starten Sie mit einer Beurteilung, welche Herausforderungen bezüglich der Orientierung in Ihrer Einrichtung bestehen. Beteiligen Sie Versicherte daran Barrieren und Hilfsmittel der Orientierung in ihrer Einrichtung zu identifizieren, in dem Sie beispielsweise ein „Walking Interview“ durchführen. Tipps, wie Sie zu einer möglichst einfachen Orientierung innerhalb Ihrer Einrichtung beitragen können:

- ▶ Beschildern Sie den Eingangsbereich so, dass der Haupteingang von außen klar als solcher erkennbar ist.
- ▶ Stellen Sie im Eingangsbereich gut sichtbar einen Einrichtungsplan zur Verfügung, auf dem ersichtlich ist, wo in der Einrichtung sich die Versicherten aktuell befinden.

- ▶ Sensibilisieren Sie die Belegschaft (insbesondere jene am Informationsschalter) dafür, dass sie in der Kommunikation mit Versicherten Gebäude, Abteilungen, Räumlichkeiten etc. konsistent benennen. Die in der verbalen Kommunikation mit Versicherten verwendeten Begrifflichkeiten müssen dabei mit den auf Beschilderungen verwendeten Begriffen übereinstimmen.
- ▶ Verwenden Sie im Rahmen des Orientierungs- und Leitsystems bekannte Begriffe und vermeiden Sie soweit möglich Terminologie. Nutzen Sie die verwendeten Begriffe konsistent (z.B. im Einladungsschreiben, im Rahmen der mündlichen Kommunikation, auf Schildern).
- ▶ Nutzen Sie zur Unterstützung der Eindeutigkeit von Informationen zusätzlich zur Schrift auch Symbole und Grafiken.

Orientierung im Informations- und Systemdschungel bieten

- ▶ Gesundheitskompetenz-Coaching ist eine Maßnahme zur Stärkung der individuellen Gesundheitskompetenz der Versicherten. Eine nähere Beschreibung finden Sie in diesem Smart-Book auf den Seiten 28–31.

- ▶ Gesundheits-Informations-Zentren zielen darauf ab qualitätsvolle und unabhängige Informationen rund um das Thema Gesundheit und Krankheit zu vermitteln und die Orientierung im Gesundheits- und Sozialsystem zu erleichtern. Dabei wird individuelle Hilfestellung bei der Suche nach und Vernetzung mit erforderlichen Anbietern und Anlaufstellen im Gesundheits- und Sozialbereich geboten. Zudem wird den Versicherten mit einer Gesundheitsbibliothek Zugang zu einem breiten Spektrum an gesundheitsbezogenen Informationen zur Verfügung gestellt.
- ▶ Orientierungshilfen zu Leistungsansprüchen: Eine gesundheitskompetente Sozialversicherung vermittelt unter anderem klar, welche Leistungen durch die Sozialversicherung abgedeckt sind und für welche Leistungen Versicherte selbst bezahlen müssen. Zudem werden Versicherte darüber aufgeklärt, welche Voraussetzungen für gewisse Leistungen erfüllt sein müssen oder aber wie Anträge für bestimmte Leistungen gestellt werden können.

Einbeziehung der Zielgruppe



**Wie können Sie
Versicherte beteiligen?**

Für Expertenorganisationen ist es meist schwer zu beurteilen, inwieweit Versicherte Probleme haben zur Verfügung gestelltes Informationsmaterial tatsächlich zu verstehen. Die Einbeziehung der Zielgruppe in die Entwicklung und Gestaltung von (Gesundheits-) Informationsangeboten ist ein guter Weg, um unterschiedliche Bedürfnisse zu berücksichtigen und auch auf Bedarfe von Personen mit limitierter Gesundheitskompetenz ausreichend einzugehen.

Informationsmaterialien mit der Zielgruppe testen

Studien belegen, dass unter Einbindung von NutzerInnen erstellte Gesundheitsinformationen leichter lesbar und verständlicher sind. Zudem sind sie für die Zielgruppe relevanter und tragen zu größerem Wissenszuwachs bei. Punkte, die es zu beachten gilt (auszugsweise):

- ▶ Legen Sie Ziele der Nutzertesting und die relevanten Themen fest, zu denen Sie Feedback erhalten möchten. Es können unterschiedliche Aspekte im Vordergrund stehen wie das Verständnis, die Benutzerfreundlichkeit, Fotos /Abbildungen/ visuelle Hilfsmittel, das Layout, die kulturelle Angemessenheit oder die Attraktivität.
- ▶ Legen Sie Zeitpunkt und Umfang der Nutzertesting fest. Grundsätzlich kann Feedback der Zielgruppe

in unterschiedlichen Stadien der Entwicklung bzw. Überarbeitung von Informationsmaterialien zum Einsatz kommen. Wichtig ist jedoch Feedback zu einem Zeitpunkt einzuholen, zu dem noch ausreichend Zeit für möglicherweise notwendige Überarbeitungen ist. Sie können sich auch überlegen Feedback nicht nur einmalig einzuholen, sondern mehrmals in unterschiedlichen Phasen.

- ▶ Entscheiden Sie sich für die Methode der Nutzertestung (individuelle Einzelinterviews, Fokusgruppen oder schriftliche Einzelbewertungen mittels Fragebogen) und legen Sie die Strategien fest, welche Sie bei der Nutzertestung einsetzen möchten (spezifische Aufgabenstellungen, „Think aloud“-Protokolle u.a.m.).

Orientierungs- und Leitsysteme mit der Zielgruppe testen

Testen Sie das Orientierungs- und Leitsystem in Ihrer Einrichtung im Zuge eines „Walking Interviews“ mit Versicherten. Dabei stellt eine Person aus Ihrer Einrichtung Fragen, und eine zweite Person gibt Rückmeldung zur Orientierung in der Einrichtung. Es soll sich dabei um eine Person handeln, welche mit der Einrichtung noch weniger vertraut ist. Häufige Ziele von Walking Interviews betreffen

- ▶ Beobachtungen im Eingangsbereich,

- ▶ das Auffinden eines bestimmten Ziels,
- ▶ die Beurteilung von Hinweisschildern und Leitsystemen.

Feedback der Versicherten in Befragungen einholen

In vielen Einrichtungen finden routinemäßig Versichertenbefragungen statt. Ergänzen Sie entsprechende Befragungsinstrumente um Fragen mit Bezug zum Thema Gesundheitskompetenz. Zentral ist dabei, wie Versicherte die organisationale Gesundheitskompetenz (z.B. die Kommunikationsqualität) bewerten.

Versicherte bei Projekten beteiligen

Sie können in unterschiedlichen Phasen eines Projekts die Bedarfe Ihrer Zielgruppe mittels Fokusgruppen erfassen. Je nach Phase können dabei unterschiedliche Fragestellungen relevant sein.

Typische Fragen (auszugsweise):

- ▶ Wie schätzen die Befragten den Bedarf an dieser Maßnahme in ihrer Community ein?
- ▶ Wie kann die Zielgruppe am besten erreicht werden?
- ▶ Stellen Sie sich vor, Sie sind verantwortlich für den Verkauf dieses Projekts. Welche Aspekte würden Sie in der Kommunikation herausheben, um die Inanspruchnahme anzukurbeln?

Schulungen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter



**Wie können Sie
MitarbeiterInnen auf ihre Rolle
in einer gesundheitskompetenten
Sozialversicherung vorbereiten?**

Die Hälfte der Versicherten, denen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Sozialversicherung in ihrem Arbeitsalltag begegnen, verfügt über eine limitierte Gesundheitskompetenz. Schulungen rund um das Thema Gesundheitskompetenz können daher die tägliche Arbeit unterstützen. Wer soll geschult werden? Insbesondere jene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die Versicherte informieren und beraten sind Zielgruppen für Schulungen (beispielsweise rund um die Kommunikation mit Versicherten). Neben Gesundheitsberufen (z.B. Ärztinnen/Ärzte, Physiotherapeutinnen/Physiotherapeuten, Diätologinnen/Diätologen) sind jedoch auch die Kompetenzen jener Personen zu berücksichtigen, welche Versicherte über Leistungsangebote informieren bzw. die Organisation nach außen vertreten und beispielsweise Informationsmaterialien entwickeln und gestalten.

Berücksichtigen Sie daher in der Planung von Schulungen, wer von welchen Inhalten profitieren könnte. Auch interdisziplinäre Schulungsformate können im Sinne des wechselseitigen Lernens voneinander angedacht werden. Geteiltes Wissen und gemeinsame Kompetenzen im Team können zu einer Qualitätsverbesserung im gesamten Versorgungsprozess beitragen.

Inhalte von Schulungen

Auszugsweise sind hier ein paar mögliche Lernziele für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einer gesundheitskompetenten Sozialversicherung dargestellt. Überlegen Sie sich, welche Lernziele für wen besonders relevant sind.

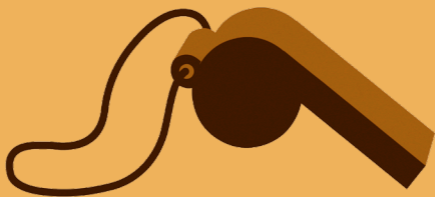
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einer gesundheitskompetenten Sozialversicherung ...

- ▶ wissen, dass Gesundheitskompetenz nicht nur von den individuellen Fähigkeiten der Versicherten abhängig ist, sondern auch wesentlich von den Anforderungen und der Komplexität der Sozialversicherung und ihrer Einrichtungen beeinflusst wird.
- ▶ wissen, welche Auswirkungen mangelnde Gesundheitskompetenz hat (z.B. in Bezug auf Gesundheitsverhalten, Erkrankungen)
- ▶ kennen die vulnerablen Gruppen mit erhöhtem Risiko für limitierte Gesundheitskompetenz (z.B. Ältere, sozial Benachteiligte).
- ▶ kennen Verhaltensweisen, welche als Warnhinweise („Red Flags“) für limitierte Gesundheitskompetenz gelten (z.B. wiederholte Terminversäumnisse, wenige Fragen stellen).
- ▶ kennen Situationen in der eigenen Praxis, die besonders anfällig für Kommunikationsfehler sind

bzw. insbesondere für Menschen mit limitierter Gesundheitskompetenz herausfordernd sein können und daher besonderer Aufmerksamkeit bedürfen.

- ▶ kennen die Prinzipien leicht verständlicher Sprache bzw. barrierefreier Information und können diese im Rahmen der Informationsvermittlung mittels unterschiedlicher Kommunikationsmedien anwenden.
- ▶ haben die Fähigkeit Methoden zur Rückbestätigung des korrekten Verständnisses auf Seiten der Versicherten wie „Teach Back“ routinemäßig anzuwenden.
- ▶ haben die Fähigkeit aktiv Fragen der Versicherten durch einen versichertenzentrierten Ansatz zu fördern (z.B. „Welche Fragen haben Sie?“ und nicht „Haben Sie noch Fragen?“)
- ▶ haben die Fähigkeit verbale und non-verbale Techniken des aktiven Zuhörens in der Kommunikation mit Versicherten zu nutzen.
- ▶ kennen Entscheidungshilfen (z.B. Faktenboxen), welche sie Versicherten zur Verfügung stellen können.
- ▶ können Versicherten Informationsquellen für verlässliche Gesundheitsinformationen nennen.
- ▶ haben die Fähigkeit mit den Versicherten eine gemeinsame Agenda auszuhandeln (gemeinsame informierte Entscheidungsfindung).

Gesundheitskompetenz Coaching



Gesundheitskompetente Versicherte sind bessere Co-Manager ihrer Gesundheit

Das Konzept des Gesundheitskompetenz-Coachings in der Sozialversicherung (SV) sieht vor:

- Coaching im Rahmen stationärer Aufenthalte in Einrichtungen der SV (Kur, Reha, etc.)
- Zwei jeweils eineinhalbstündige Gruppencoaching-Termine, durchgeführt von speziell geschulten SV-Mitarbeiter/innen
- Das Coaching wird durch einen Folder begleitet. In diesen Folder werden auch die persönlichen Gesundheitskompetenz-Ziele der Teilnehmenden eingetragen.

Stärken der individuellen Gesundheitskompetenz heißt, das persönliche gesundheitsrelevante Informationsmanagement der Zielgruppen zu unterstützen. Es geht nicht in erster Linie um die lineare Weitergabe gesundheitsrelevanten Wissens (z.B. Listen über Lebensmittel, die man wegen hohen Fettgehalts meiden sollte), sondern um die Motivation und Befähigung sich verlässliche Informationen selbst zu beschaffen, und diese Informationen auch gut verwerten zu können.

Das Internet und die Ärzt/innen sind die bevorzugten Informationsquellen der österreichischen Bevölkerung in Gesundheitsfragen. Auch andere Massenmedien außer dem Internet sind stark vertreten. Es ist aus einer internationalen Studie bekannt, dass genau diese Informationsquellen von den Bürger/innen mit den größten Unsicherheiten bei der Informationsbeschaffung verbunden werden. Deswegen fokussiert das Gesundheitskompetenz-Coaching auf diese Bereiche: Die Kommunikation zwischen Patient/innen und Behandler/innen soll eine bessere Informationsausbeute erbringen, und die Bewertung von Gesundheitsinformationen aus dem Internet und anderen Medien soll sicherer werden.

Inhaltlich soll Gesundheitskompetenz-Coaching das Wissen über Informationsquellen und ihre Rahmenbedingungen stärken, und gleichermaßen die Befähigung zum aktiven Wahrnehmen der eigenen Informationsbedürfnisse unterstützen. Ziel ist

- die leichtere Navigation der Bürger/innen in Gesundheitsfragen
- das bessere Verstehen und kritische Hinterfragen von Gesundheitsinformationen
- gut informiertes Entscheiden in Gesundheitsfragen, optimaler Weise gemeinsam mit dem Behandler

- erfolgreicherer Co-Management der Gesundheit.

Das Gesundheitskompetenz-Coaching hat folgenden, wissenschaftlich konzipierten inhaltlichen Aufbau:

- Zur Sensibilisierung auf das Thema Gesundheitskompetenz wird der individuelle Schwierigkeitsgrad in Standardsituationen des Umgangs mit Gesundheitsinformationen thematisiert.
- Zur Motivation und Unterstützung sollen sehr straff gehaltene nützliche Tipps
 - für das Therapeuten-Patienten-Gespräch und
 - für Internet-Recherchen zu Gesundheitsfragendie Teilnehmer/innen zum Nachdenken und Ausprobieren anregen.
- Kleine persönliche Ziele für das Therapeuten-Patienten-Gespräch und für Internet-Recherchen sollen die Anwendung der Gesundheitskompetenz-Tipps fördern.
- Zum Abschluss für die Klient/innen und als Kurz-Evaluation des Coachings sollen die Erfahrungen der Klient/innen mit der Erreichung ihrer Ziele dokumentiert werden.

Inhaltliche und organisatorische Anpassungen des Gesundheitskompetenz-Coachings können nach Bedarf vorgenommen werden.

Medieninhaber

Hauptverband der österreichischen
Sozialversicherungsträger
Kundmanngasse 21, 1030 Wien

Autoren

Werner Bencic (OÖGKK)
Jürgen Soffried (IfGP)
Martin Block (HVB)

Kontaktadresse für Rückfragen

gesundheitskompetenz@sozialversicherung.at

Gestaltung

Marc Wieser (Boom Jelly)

Illustrationen

information multimedia communication (imc)

Druck

Bösmülller, Wien

1. Auflage | September 2017

Mehr Informationen unter:

www.hauptverband.at/gesundheitskompetenz





Hauptverband der
österreichischen
Sozialversicherungsträger

www.hauptverband.at/gesundheitskompetenz