

# Highways to Health?

Thomas Altgeld

Wien den 3. Oktober 2019



@Taltgeld



## Gliederung

1. Die Digitale Welt eine neue Lebenswelt?
2. Worüber ich nicht weiter rede: ehealth & Digitalisierung der Gesundheitsversorgung
3. Digitale Gesundheitskommunikation und –informationssuche
4. Exkurs: Serious Games in und Gamification der Prävention  
There is a play for it?
5. Digital Healthpromotion?
6. Herausforderungen?



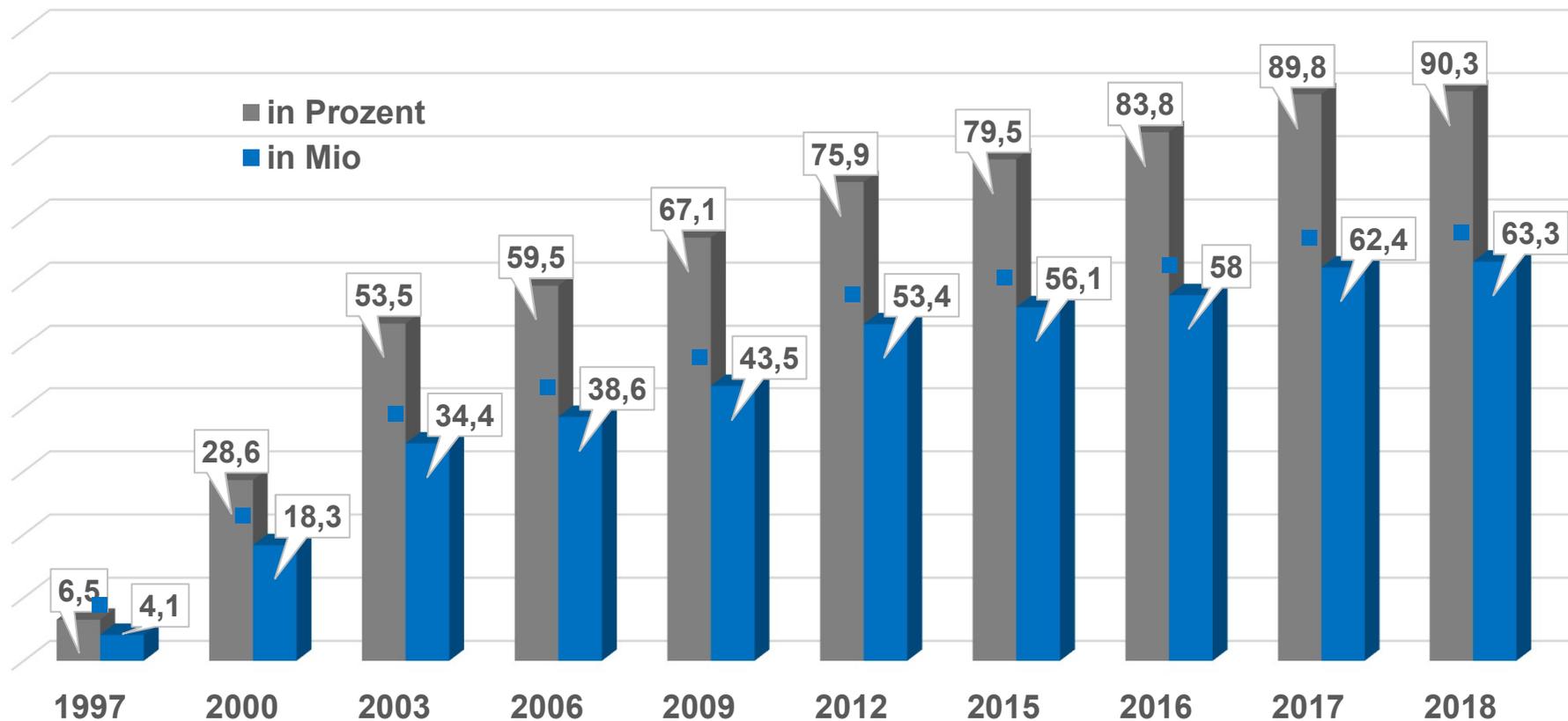
„Das Internet ist für Kinder  
der Wald von damals.“

Klaus Hurrelmann, 2017



# tägliche Internetnutzer\*innen in Deutschland 1997 bis 2018

ab 14 Jahren (Gesamtbevölkerung in Mio und Prozenten)

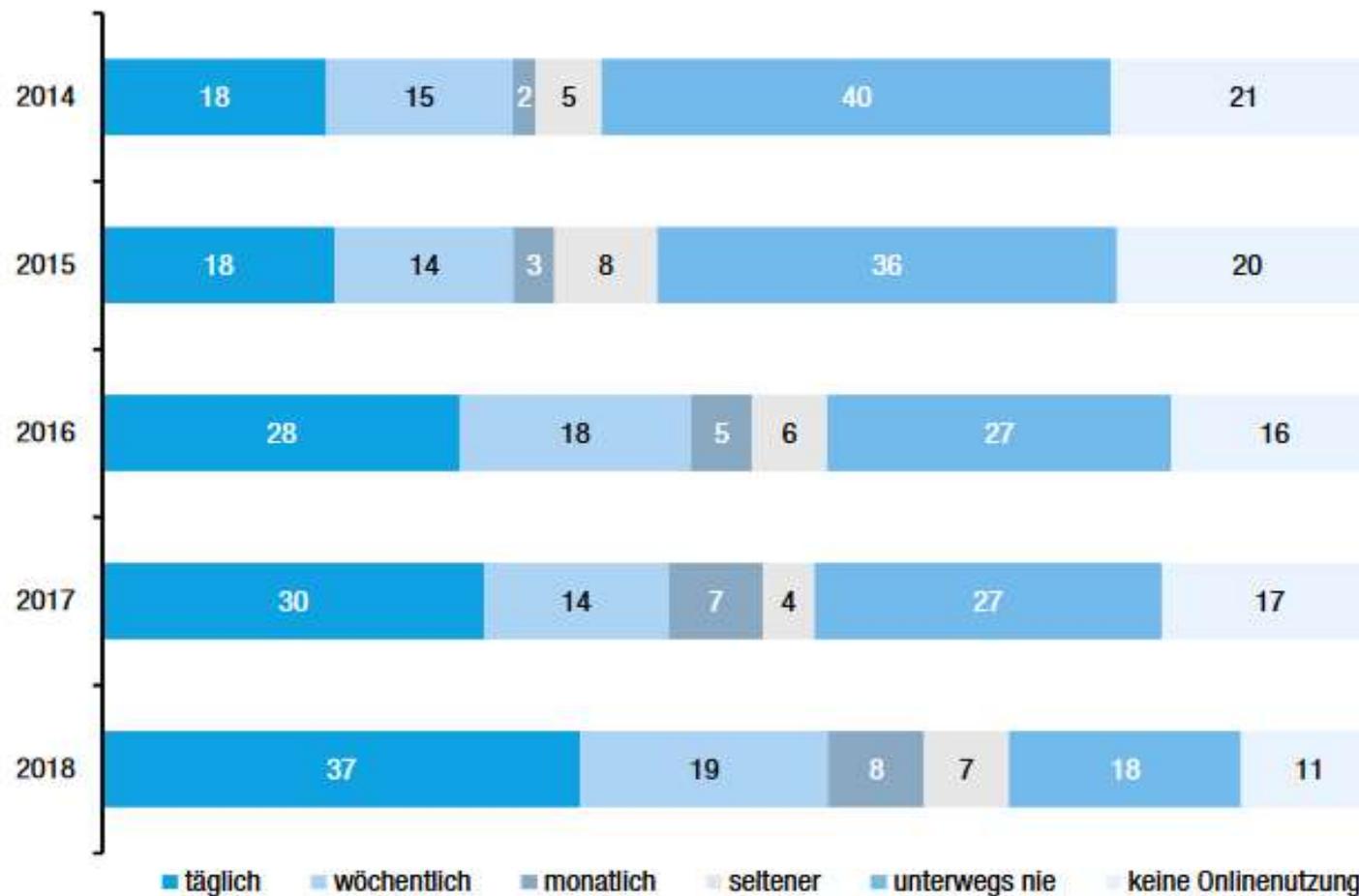


Quellen: ARD/ZDF-Onlinestudien  
1997-2018, Freese und Koch, 2018)

## ZDF/ARD Online-Studie 2018 (Freese und Koch)

- „Der Anteil der „Onliner“ ist in Deutschland erstmals auf über 90 Prozent gestiegen, drei Viertel der Bevölkerung gehen täglich online.
- Mediales Internet boomt: Video -Streamingdienste, Mediatheken und Audioangebote legen deutlich zu.
- Das Smartphone ist universaler Alltagsbegleiter, Videodienste laufen am häufigsten über das TV-Gerät.
- Ein Drittel der Bevölkerung hat schon Erfahrungen mit Sprachassistenten gemacht.“

## Onlinenutzung unterwegs 2014 bis 2018 (in Prozent)

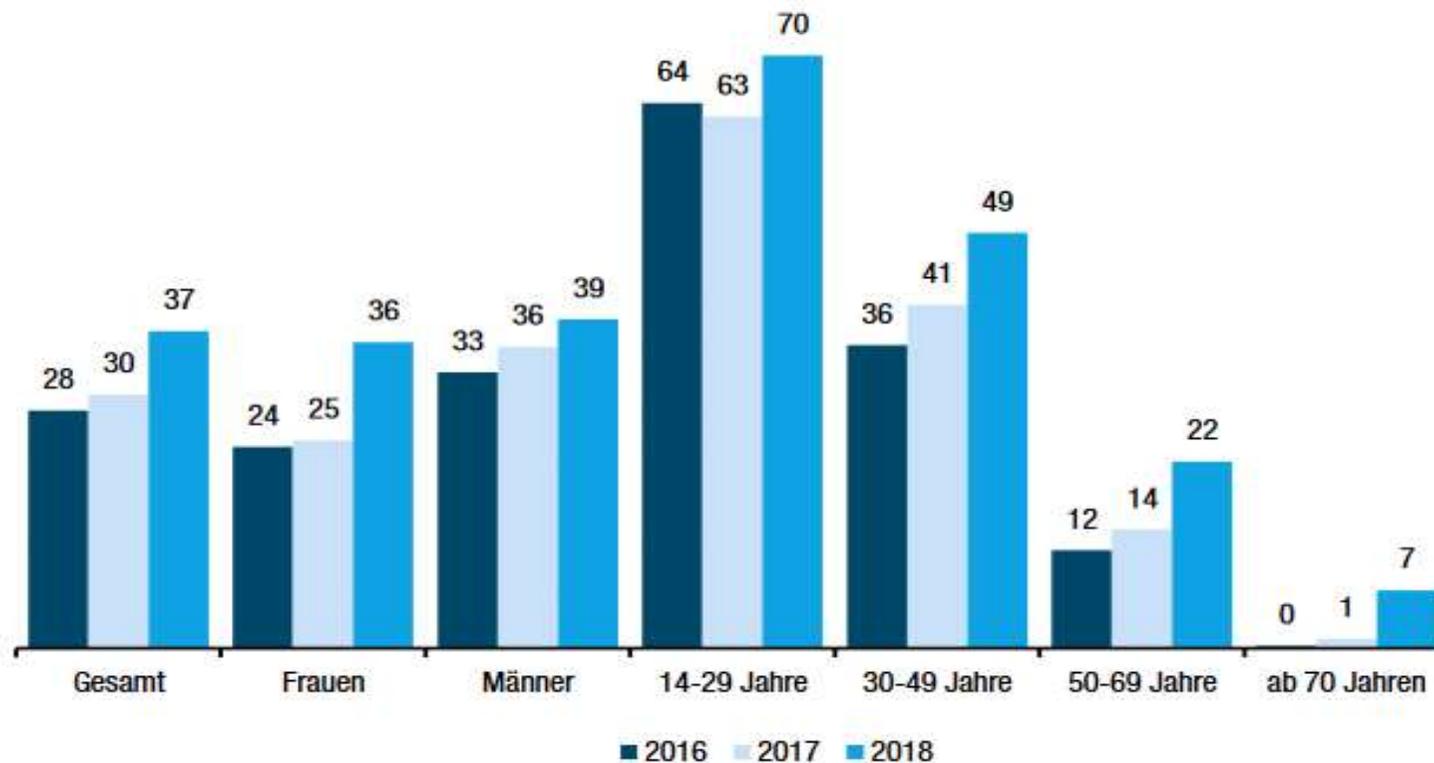


Frage: "Wie häufig gehen Sie unterwegs ins Internet?"

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland (2018: n=2 009; 2017 n=2 017; 2016: n=1 308, 2015: n=1 800, 2014: n=1 814).

Quellen: ARD/ZDF-  
Onlinestudien 2014-2018

## Internetnutzung der Gesamtbevölkerung unterwegs 2016 bis 2018, täglich genutzt (in Prozent)

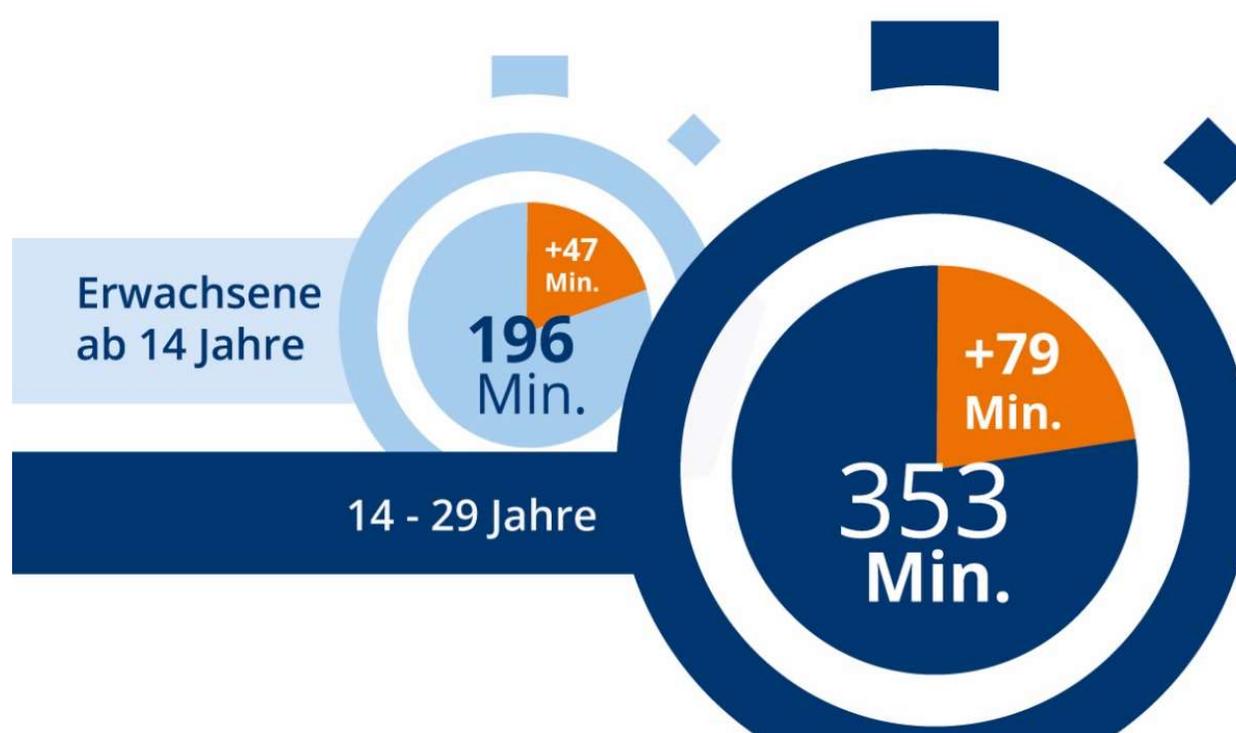


Frage "Wie häufig gehen Sie unterwegs ins Internet?"

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland (2018: n=2 009; 2017: n=2 017; 2016: n=1 508).

Quellen: ARD/ZDF-  
Onlinestudien 2016-2018,  
Freese und Koch 2018

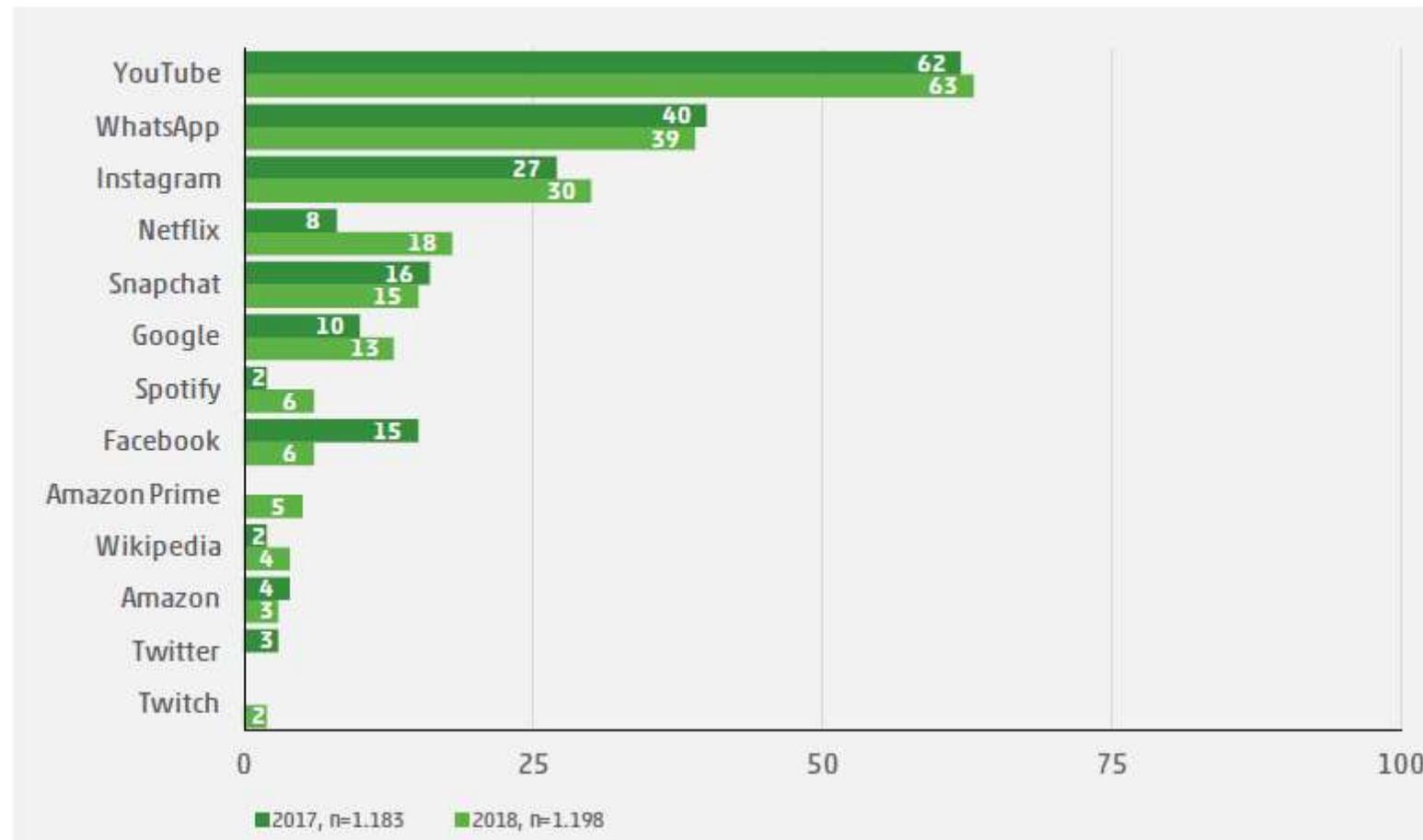
## Tägliche Nutzungsdauer des Internets 2018 in Minuten (im Vergleich zu 2017)



Quellen: ARD/ZDF-Onlinestudien 2016-2018, Freese und Koch, 2018)

## Liebste Internetangebote 2018 (JIM-Studie)

– bis zu drei Nennungen –



## Rasante Entwicklungen

- Es gibt solche Videos, wo die Entwicklung z.B. von Social Media Kanälen über die Jahre gezeigt wird, z.B.:
- <https://www.youtube.com/watch?v=WLRA7qqiJM0>
- <https://www.youtube.com/watch?v=WLRA7qqiJM0>
- Allerdings sind da welche dabei, die eher international relevant und teilweise bei uns nicht so bekannt sind. Hab leider noch nichts dergleichen für Dtl/Europa gefunden...

## Digitale Wertschätzung oder Sozialer Druck?

### „Model steigt bei Instagram und Youtube aus“

"Ich war das Mädchen, das alles hatte", sagt der australische Youtube-Star Essena O'Neill. Doch dann entschied sich 19-Jährige für ein Leben ohne Social Media. Ihre Entscheidung verkündete sie, wie sollte es anders sein, bei Youtube.

Die 19-Jährige hatte sich mit aufwendigen Glamour-Fotos vor allem bei Instagram mit mehr als 500.000 Followern einen Namen gemacht. Von dieser Art der Selbstinszenierung wolle sie sich nun verabschieden. Sie habe ihre Jugend damit verbracht, ihr Leben auf ihre Wahrnehmung im Internet auszurichten und auf digitale Wertschätzung zu hoffen.



## Früher war alles besser?

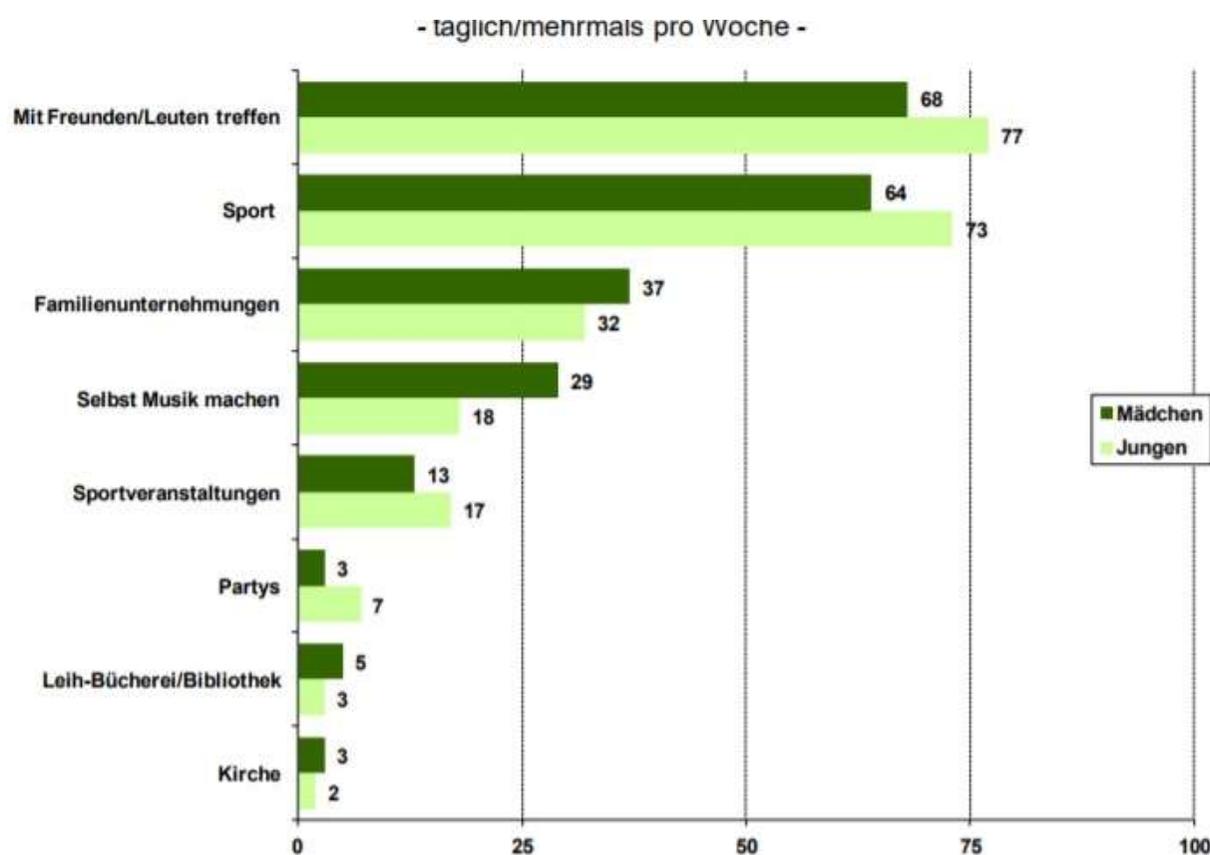


Frankfurt, um 1950-1955  
Foto: Heinz Rühl (1.25. Foto 1954)



# Non-mediale Freizeitaktivitäten 2017

<https://www.mpfs.de/studien/jim-studie/2018/>

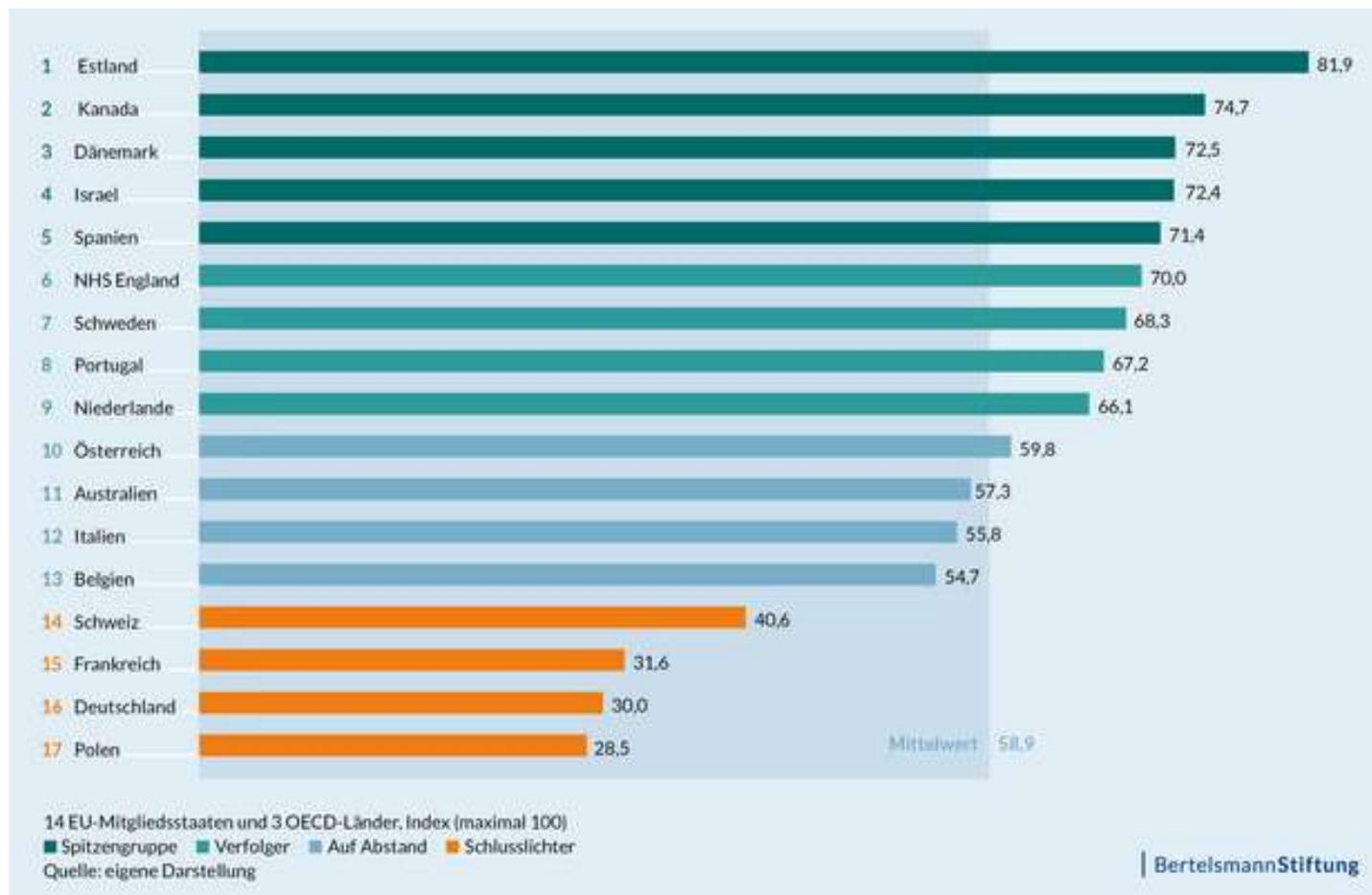


Quelle: JIM 2017, Angaben in Prozent  
Basis: alle Befragten, n=1.200

## 2. Worüber ich nicht reden werde: ehealth & Digitalisierung der Gesundheitsversorgung

# Digital-Health-Index 2018

[www.bertelsmann-stiftung.de](http://www.bertelsmann-stiftung.de)



# Kopfschmerzen 2025 (Gerlach, 2019)

„Ich habe Kopfschmerzen ...“



Symptome → Daten/KI → E-Commerce → Telekonsil → Überweisung → Praxen/Kliniken → Mobilitätsservice

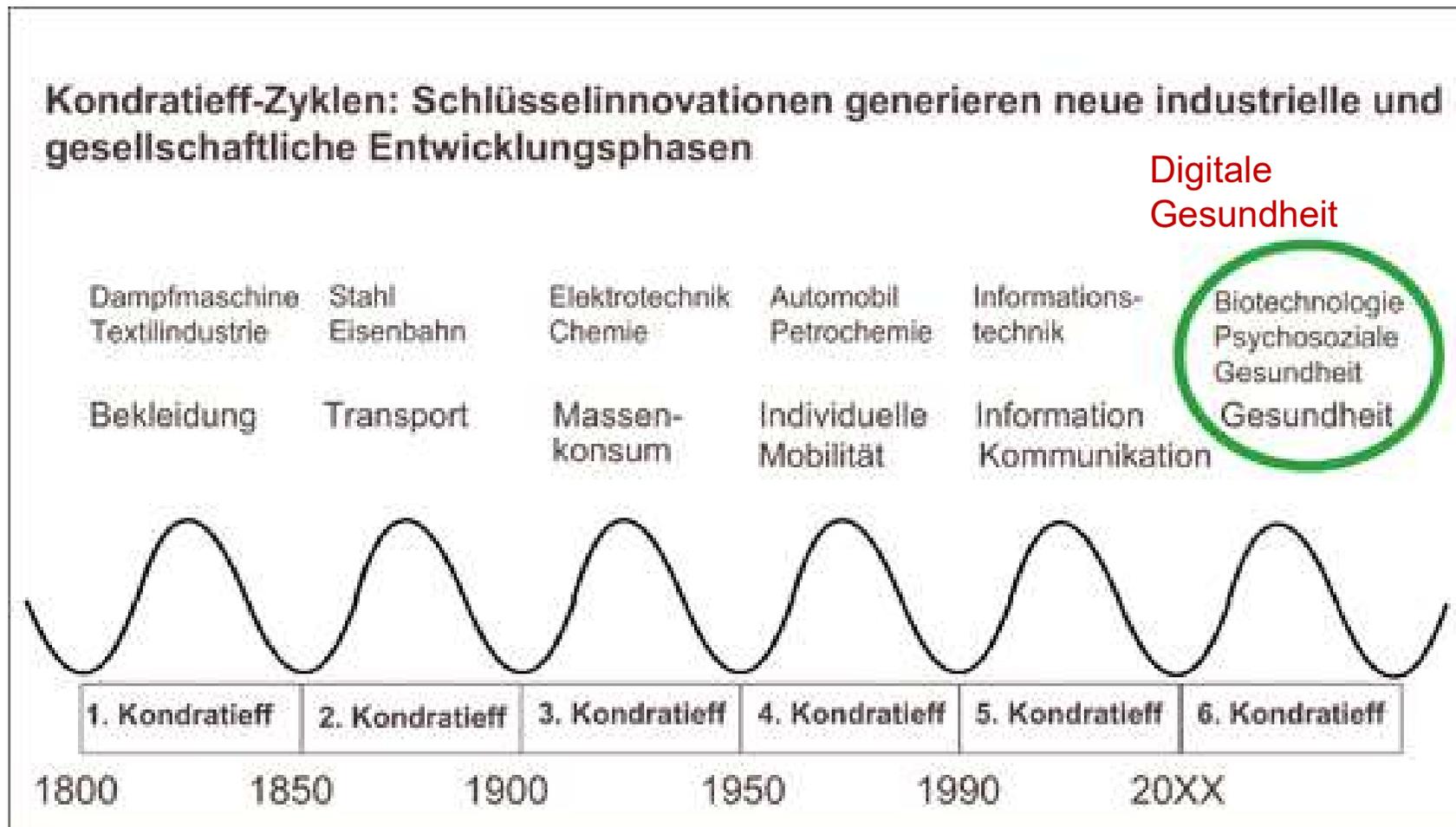
## Kopfschmerzen 2025 – Einordnung (Gerlach, 2019)

- 24/7 Angebot
- Überall verfügbar: zu Hause, am Arbeitsplatz, im Urlaub, im Auto...
- Neue Player wie Amazon, Apple, Google, Facebook, etc.
- Wertschöpfungsketten / -netzwerke
- Routing/ Patientensteuerung
- Neue Prozesse verändern „Gesundheitsmarkt“
  - z.B. Distribution von Arzneimitteln, Hilfsmitteln
  - z.B. sensorgesteuerte Therapien (Glukosesensoren > Insulinpumpe)
- Plattformökonomie:
  - horizontaler Integration: in neue Teilmärkte
  - vertikaler Integration: u.a. Idee, Design, Produktion, Verkauf, Versand, Wiederverkauf

## Digitale „Gadgets“ mit Bluetooth-Funktion

- Fitness-Tracker (Armband, Kette, etc.)
- Einlegesohlen und Sportschuhe
- Kopfhörer (auch mit Pulsmessung)
- Kappen/Helme/Brille mit Pulsmessung
- Waagen
- Zahnbürsten
- Blutdruck- und Blutzuckermessgeräte
- Pulsometer (Puls, Sauerstoffgehalt)
- Fieberthermometer, smarte Pflaster
- Umarmungsarmband
- Unterwäsche
- BH zur Brustkrebsfrüherkennung
- BH für bessere Haltung und Atmung
- Medikamentenbehälter (-erinnerung)
- Schlaf-Tracker und Schnarchstopper
- Besteck
- Baby-Body mit Atmungsüberwachung
- Babyphone mit Atemsensormatte
- Raumluftqualitätsmesser
- Tennisschläger, Fußbälle
- ...

# Die Gesundheitswelle rollt längst! Lange Wellen der Konjunktur nach Kondratieff (Nefiodow, 2001)



### 3. Digitale Gesundheitskommunikation und -informationssuche



## Suche nach Gesundheitsinformationen im Internet

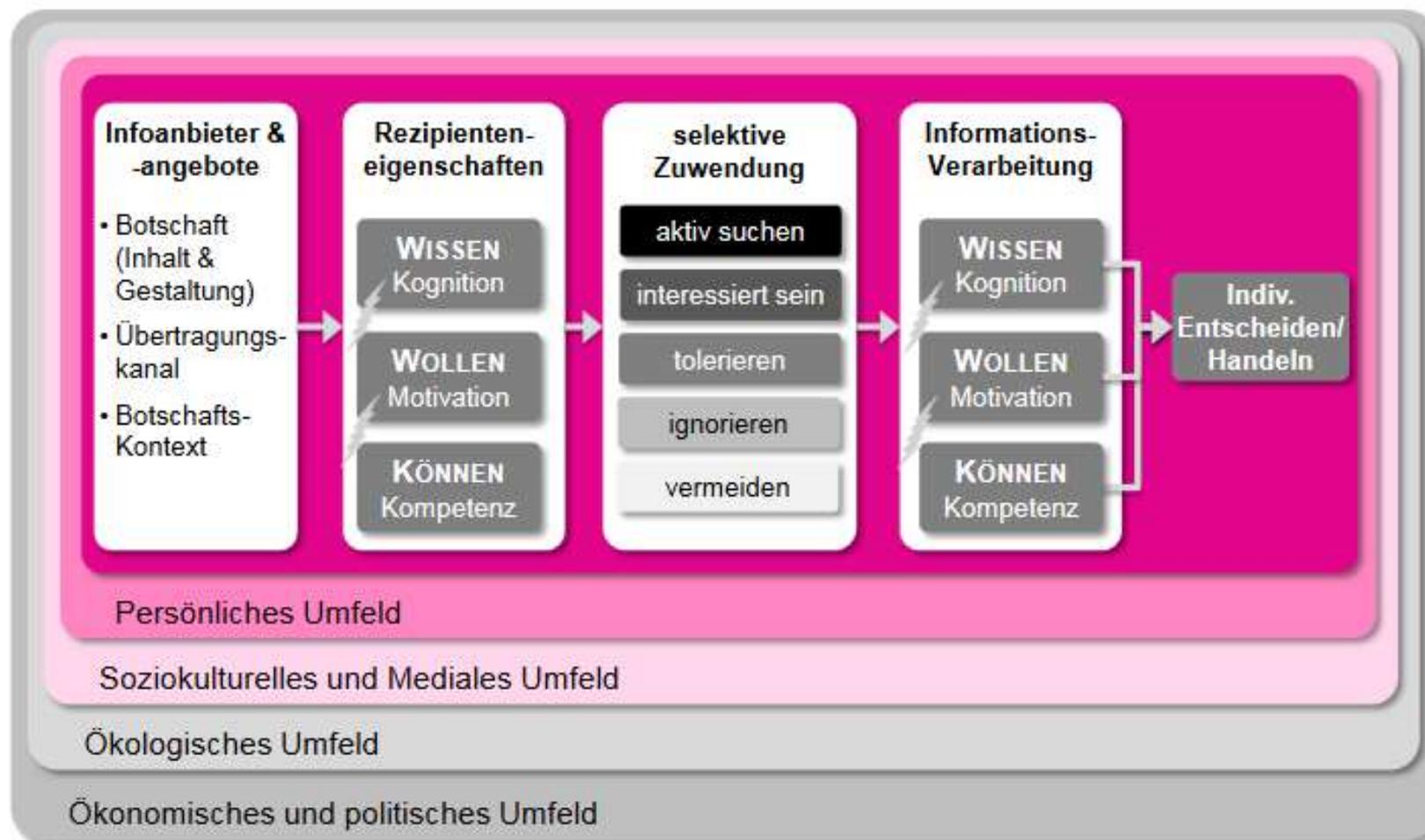
- Internet als eine zunehmend wichtige Quelle für Gesundheitsinformationen (*Fox & Duggan, 2013; Higgins et al., 2011; Santana et al., 2011*)
- Vorteile:
  - einfach, unabhängig von Raum und Zeit, schnell, Informationsvielfalt
- Informationsziele:
  - Verstehen der Krankheit
  - Informationen zu Behandlungsmöglichkeiten
  - Entscheidungskontrolle/Empowerment
  - persönlicher Austausch mit Betroffenen
  - Vor-/Nachbereitung Arztbesuch  
(*Baumann & Czerwinski, 2015; Jones et al., 2014, Ledford et al., 2015*)
  - Wellness, Gesundheitsförderung

## wachsende Bedeutung der Online-Gesundheitskommunikation



(eigene Darstellung, nach Prof. Dr. Eva Baumann)

# Gesundheitsinformationssuche, Entscheidung und Handeln



Darstellung: Prof. Eva Baumann

## Folie 23

---

**JS(&ANeV16** Achtung: Diese Grafik hat Fr Baumann m.E. für unsere Jahrestagung gestaltet und ich finde es grenzwertig, sie einfach ungefragt zu nutzen...

Janine Sterner (LVG & AFS Nds. e. V.); 28.09.2019

**JS(&ANeV17** Und eine andere Darstellung macht hier wenig Sinn

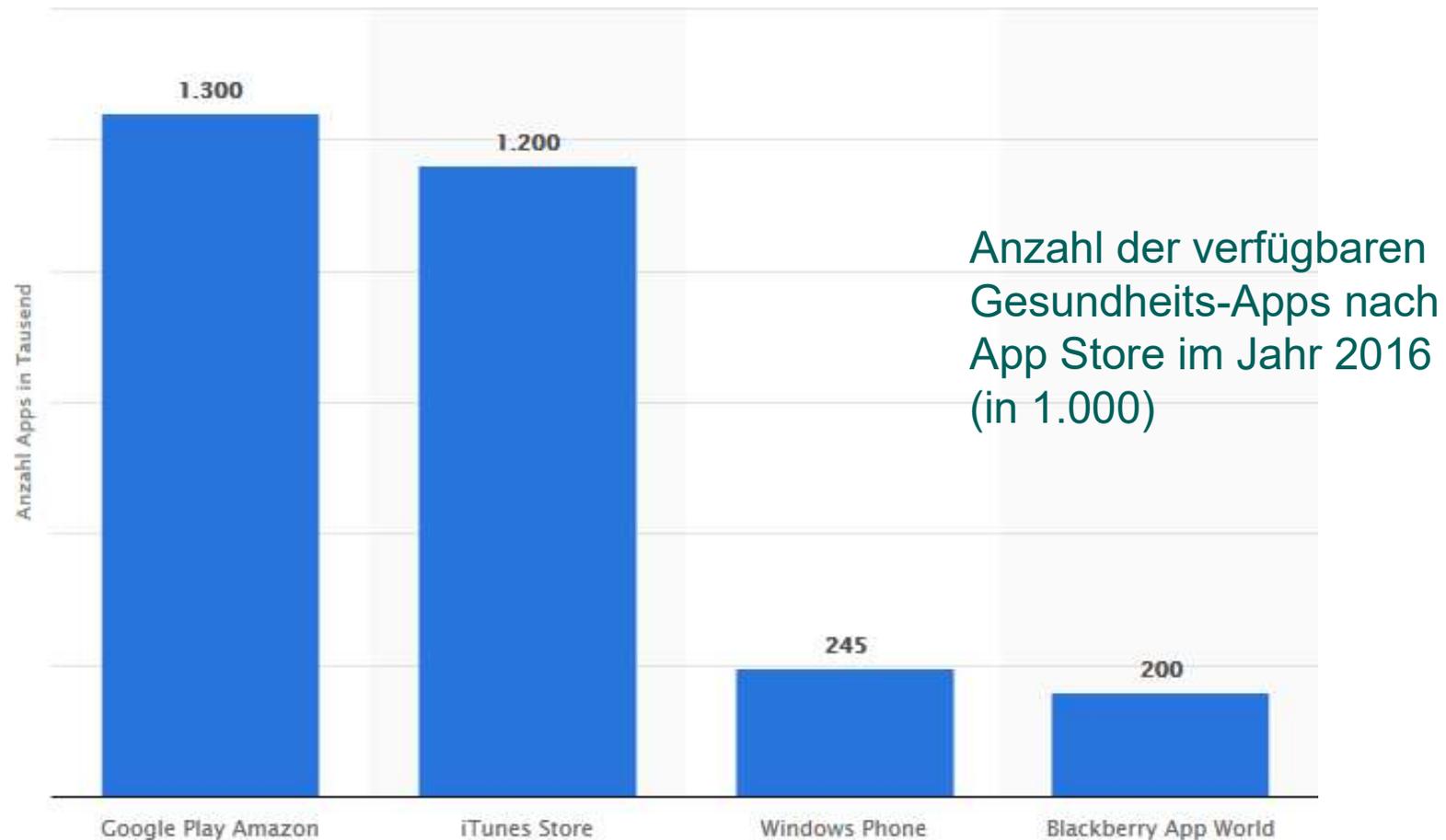
Janine Sterner (LVG & AFS Nds. e. V.); 28.09.2019

# Getting Healthy?

There's An App For That!



# Gesundheitsapps ohne Ende (www.statista.com)



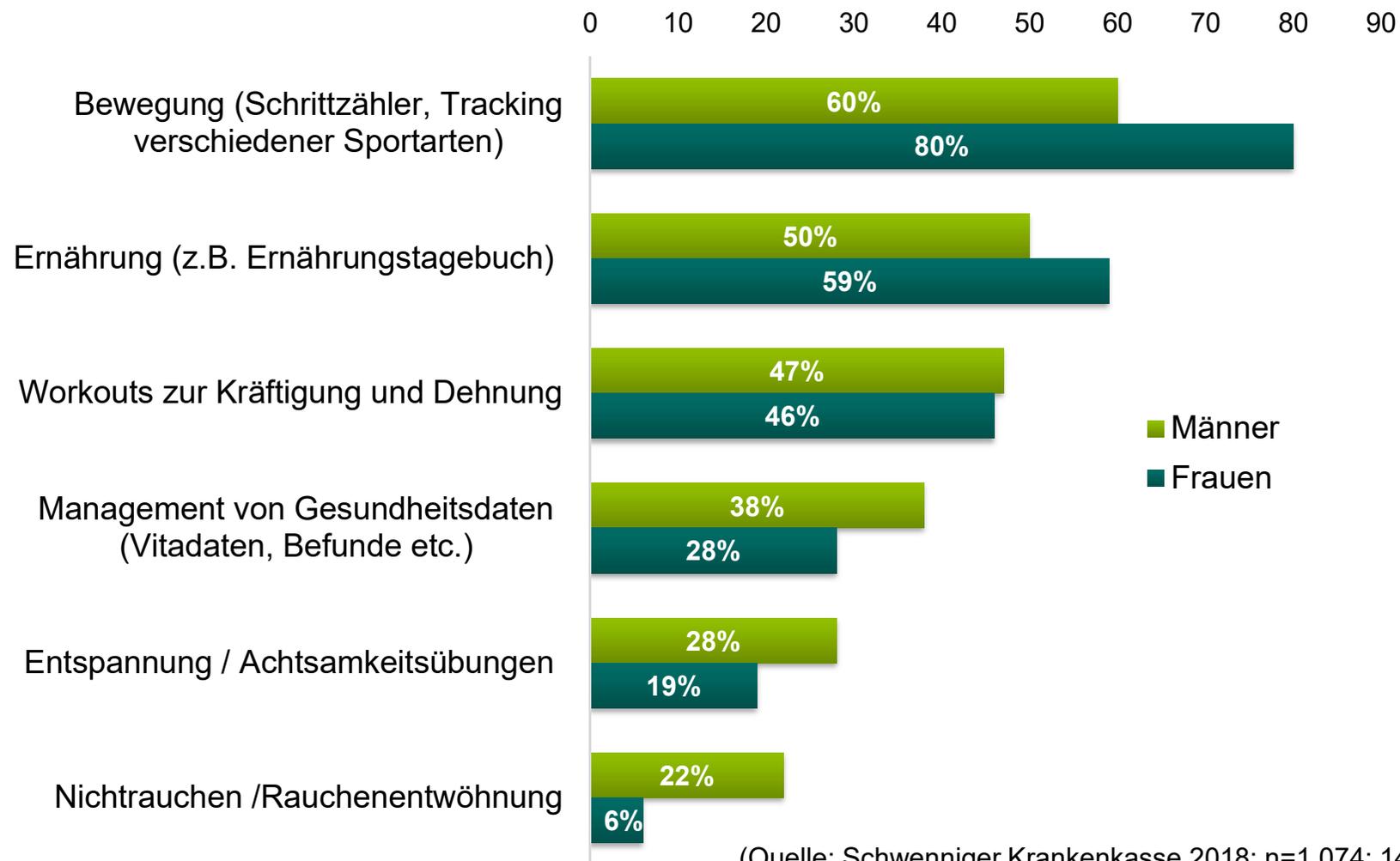
# Einordnung von Gesundheitsapps



Darstellung: Viviane Scherenberg



## Nutzung von Präventionsapps



(Quelle: Schwenniger Krankenkasse 2018; n=1.074; 14-34 Jahre)

# Viel Wellness, Körperoptimierung & Quantified Self dabei

**adidas RUNTASTIC** HOME BLOG CAREER HELP CENTER EINLOGGEN

## WE ARE ADIDAS

Runtastic und adidas rücken näher zusammen. Deshalb haben unsere Apps ein Umstyling bekommen: Sieh dir jetzt die brandneuen adidas Running und adidas Training by Runtastic Apps an! Entdecke den coolen, modernen Look und bleib mit uns fit und gesund!

Cookies helfen dabei, dir den bestmöglichen Service zu bieten. Wenn du unsere Services weiterhin nutzt, stimmst du unserer [Cookie-Richtlinie](#) zu.

OK

# Evidenzlage Tracking-Apps und Gadgets

56 Testläufe

## Tracking-Apps

6,7 % höher und 6 % niedriger als die tatsächlichen Schritte



**Nutzenpotenzial**  
 Nutznachweis

## Wearable-Gadgets

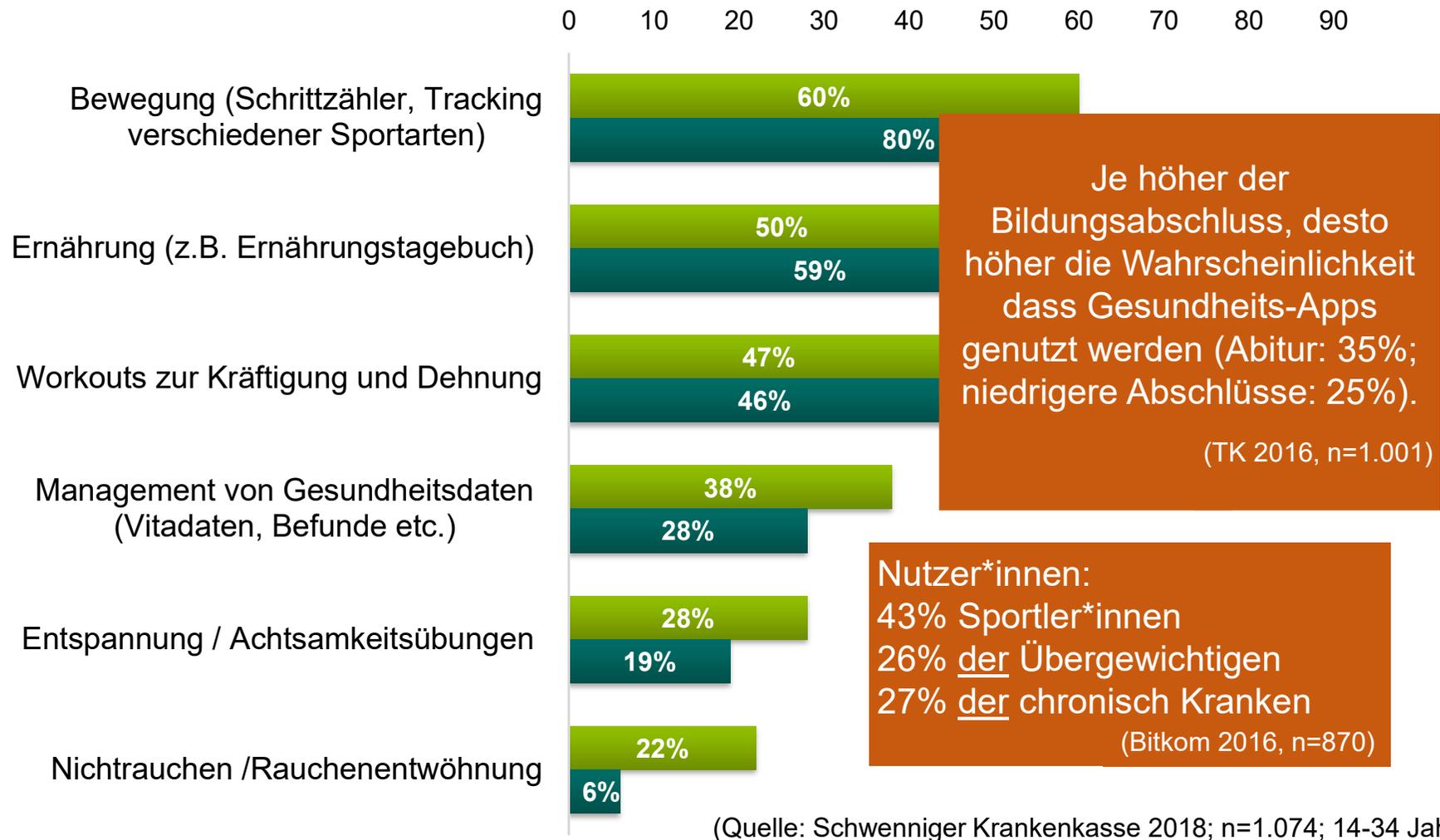
22,7 % höher und 1,5 % niedriger als die tatsächlichen Schritte



Große Unterschiede und Ungenauigkeiten  
 auch bei der **Pulsmessung** (Fehlerrate  
 zwischen 27,4% und 92,6%).

(Stanford University School of medicine, Shcherbina et al. 2017, n= 60)

# Nutzung von Präventionsapps



## Digital (Health) Gap

Der Begriff **digitale Kluft** (*digital gap*), auch **digitale Spaltung** (*digital divide*), beschreibt Unterschiede im Zugang zu und der Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologie, insbesondere des Internets:

- die Chancen auf einen Zugang zum Internet sowie zu anderen digitalen Informations- und Kommunikationstechniken sind ungleich verteilt und stark von sozialen Faktoren abhängig,
- im Zuge der differentiellen Internetnutzung entstehenden Wissensklüfte größer sind als jene, die auf die Nutzung älterer Medien bezogen sind<sup>1</sup>
- diese Chancenunterschiede ihrerseits gesellschaftliche Auswirkungen haben.



## ‘Gesundheits-Onlineer‘ vs ‘Gesundheits-Offlineer‘ (GeMo2015)

- ‘GH-Onlineer‘ haben im Vergleich zu ‘GH-Offlineern’:
  - höheren sozioökonomischen Status
  - häufigere allgemeine Internetnutzung („daily“: 65.3% vs. 50.5%)
  - höheren Anspruch an die eigene Gesundheitskompetenz (4.34 vs. 4.16)
  - höheres Gesundheitsinteresse (46.2% vs. 28.5%)
  - höheres Gesundheitsbewusstsein (3.59 vs. 3.34%)
  - niedrigere Zufriedenheit mit Hausarzt (4.02 vs. 4.13%)
- Keine eindeutigen Unterschiede hinsichtlich:
  - Geschlecht, Alter sowie chronischen oder akuten Erkrankungen (22.1% vs. 17.8%)

*(Basis: Befragte, die mindestens selten das Internet nutzen (“mehrmals monatlich”);  
n=1.219; Test auf Gruppenunterschiede: Pearson’sChi<sup>2</sup> and ANOVAs)*

Baumann, Czerwinski & Reifegerste, 2016

## Gesundheit als Statussymbol

- „Health Look als Statussymbol“
- Healthy Living
- Selbstoptimierung
- Quantified Self, Wearables, Body Data
- Körperliche und mentale Fitness
- Mindfulness, Achtsamkeit, Resilienz
- Health Fashion

### Wearable electronics

With chips shrinking and sensors becoming cheaper, personal computing is moving from that smartphone in your pocket to your arm, your wrist, right out to your fingertips.

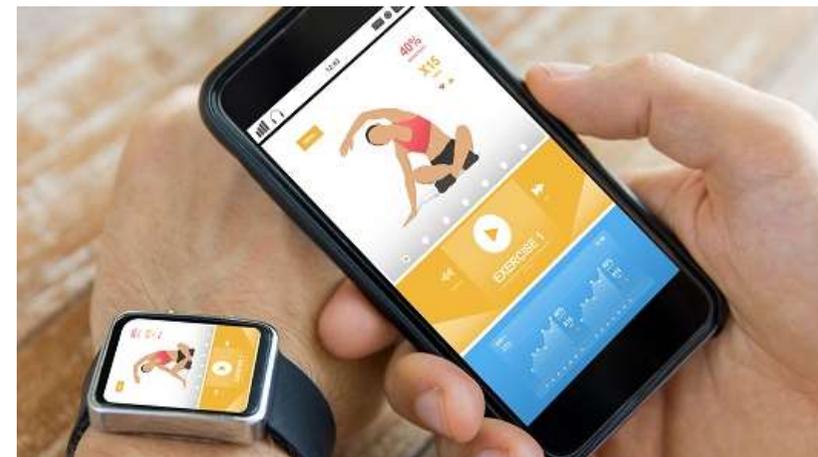


## Digitales Präventionsdilemma?

„Präventionsdilemma“ (Bauer, 2006) Durch das Gros der Präventionsmaßnahmen werden vor allem die Zielgruppen mit ohnehin besseren Gesundheitschancen erreicht.

Die Gruppen mit dem größten Bedarfen und Potenzialen werden bislang kaum erreicht (inverse care law).

„Es lassen sich Regelmäßigkeiten einer ‚Zuchtwahl‘ von Präventionskonzepten erkennen. Die soziale Umwelt selektiert und mutiert präventive Ideen, Ansätze und Konzepte in einer Weise, in der die Angepasstesten überleben“ (Kühn & Rosenbrock, 1994)



## 4. Exkurs Serious Games in und Gamification der Prävention – There is a play for it?

---

## Beliebte Spiele (allgemein)

### Beliebtste Spieleplattformen in 2017



### TOP 5 der meistverkauften Spiele in 2017

Titel	Publisher
FIFA 18	EA
Call of Duty: WWII	Activision Blizzard
Grand Theft Auto V	Rockstar Games
The Legend of Zelda	Nintendo
Mario Kart 8 Deluxe	Nintendo

game/GfK 2018, Berechnungen auf Grundlage des GfK Consumer Panels (2016/2017; n=25.000).

## Psychologische Merkmale des Spielens

- **Unvollständige Funktionalität:** Unmittelbares Ziel ist der Spaß an der Tätigkeit. Lerneffekte sind unbeabsichtigte Nebenprodukte
- **So-tun-als-ob-Verhalten:** Die Tätigkeit findet auf der Fantasieebene statt, die sich von der Realitätsebene unterscheidet.
- **Wiederholung und Variation:** Die Tätigkeit wird häufig und in kleinen Abwandlungen wiederholt. Positive Emotionen und intrinsische Motivation begleiten die Tätigkeit.
- **Entspanntes Feld:** Die Handlung findet in einer entspannten, subjektiv sicheren Atmosphäre statt. Die Anonymität in Online-Spielen bietet eine Schutzatmosphäre für die Spielenden

(Burghard, 2011)

## Auswirkungen von entertainmentbasierten Videospiele

### Einflüsse auf das Sozialverhalten

- Videospiele erfüllen soz. Funktionen (z. B. Freundschaften)
- Videospiele als System sozialer Regeln und Abläufe
- Effekte: prosoziale Spiele fördern und Gewaltspiele können prosoziales Verhalten reduzieren (*Granic, 2009; Greitmeyer & Mügge, 2014*)

### Kognitiv Einflüsse

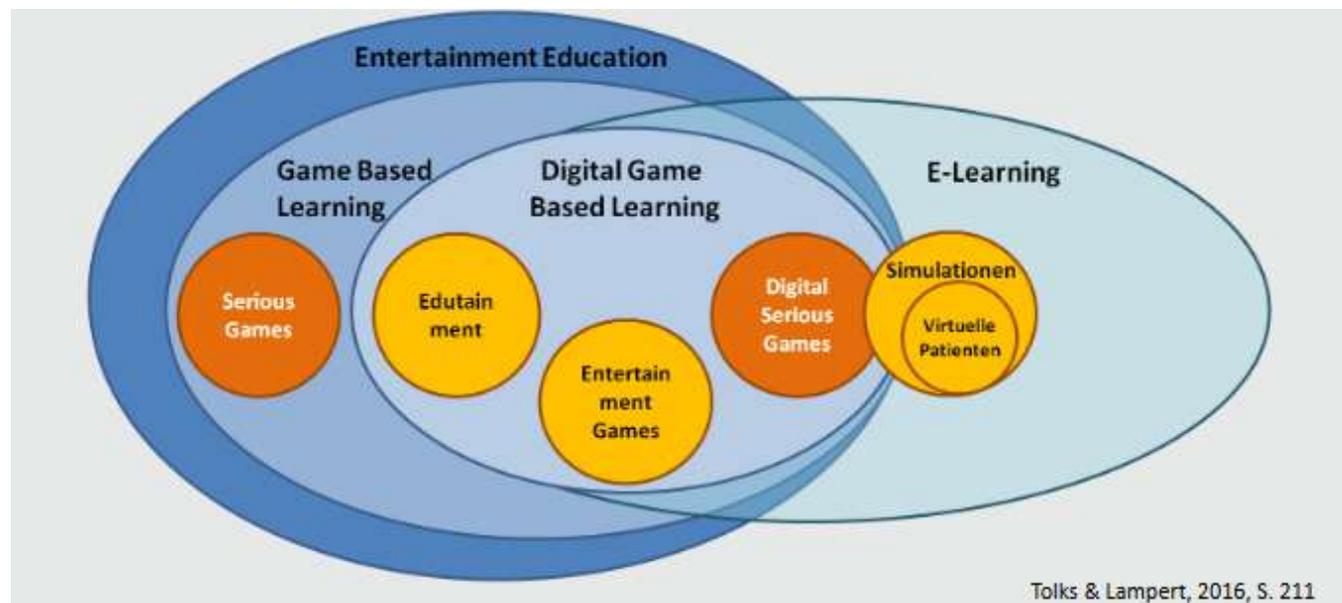
- Problemlösen als zentrales Spielelement
- Spiele mit Situationsanalyse und Lösungssuche erhöhen Problemlösekompetenz auch außerhalb des Spiels (*Granic et al., 2013*)
- Pos. Effekte auf Beharrlichkeit, Gedächtnisfähigkeit & Multitasking (z. B. *Pallaviciniet al., 2018; Shute et al., 2015*)

### Einflüsse auf Emotion und Stimmung

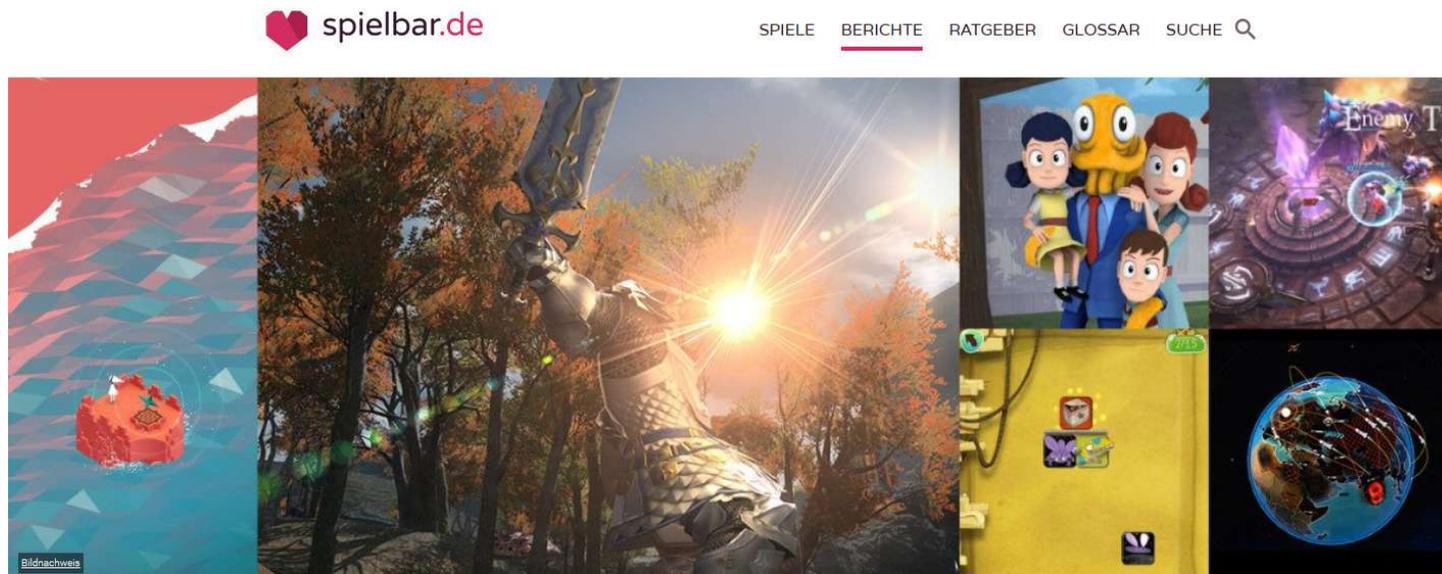
- Techn. Entwicklung erlaubt (emotionales) Eintauchen (Immersion)
- Emotionen als Resultat als auch Motivation (*Oslonet al., 2007, 2008*)
- Videospiele haben positive Effekte auf Grübeln, Stimmung

## Spielen und Lernen sind natürliche Freunde

*Entertainment education is the process of purposively designing and implementing a mediating communication form with the potential of entertaining and educating people, in order to enhance and facilitate different stages of prosocial (behaviour) change.“  
(Bouman1999, S. 25)*



## Re-Mission 2



Re-Mission 2 - Spielend gegen den Krebs

Shooter in der Rolle eines Nanorobot, der gegen Krebszellen kämpft, 20 Level, Zielgruppe: Jugendliche, junge Erwachsene, Effekte auf Therapieadhärenz und Krankheitswissen nachgewiesen

## Beispiel: Stress-Rekord



### Stress-Rekord

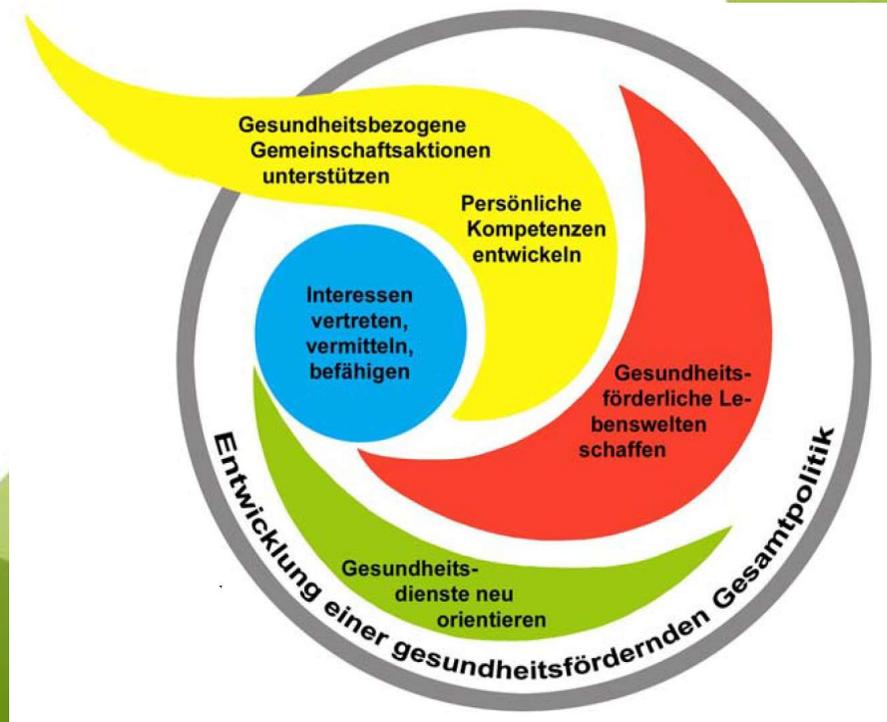
- Rolle einer Pflegedienstleitung in einem fiktiven Pflegebetrieb
- **Aufgabe:** arbeitsbedingten Fehlbelastungen der Pflegekräfte erkennen und das Stresslevel zu reduzieren
- Spieler kann Profile aller Pflegekräfte einsehen
- Schritte: (1) Ereignis im Betrieb (z. B. Krankmeldung), (2) Analyse zur Erkennung von Fehlbelastung, (3) Auswahl einer Maßnahmen, (4) Wirksamkeitsfeststellung

Döring et al., 2018

## Schlussfolgerungen

- Effekte von entertainmentorientierten Videospiele sind vielschichtig (kein schwarz-weiß) und abhängig von verschiedenen Parametern (Spielgenre, Story, Kontext, Motivation etc.)
- Gefahr der Simplifizierung durch Versüßung der bitteren Pille „Gesundheit“ („chocolate covered broccoli“) → systematische Verknüpfung von Lern- und Spielinhalten erforderlich
- **Digitalisierung sowie spielerische Anwendungen neigen zur Individualisierung von Gesundheit (Verhaltensprävention) → 1) verhaltensbezogene spielerische Anwendungen als Türöffner und Baustein, 2) Bedarf an spielerischen Lösungen der Verhältnisprävention**
- Übertragung von im Spiel erlernten Fähigkeiten und Kenntnissen in den Alltag erfordert Anwendungen, die reale und virtuelle Aktivitäten miteinander verbinden

## 5. Digitale Healthpromotion?



## Social Media Hype in der Prävention?

<https://www.cdc.gov/socialmedia/tools/guidelines/pdf/guidetowritingforsocialmedia.pdf>



# Herausforderungen digitaler Gesundheit

## Informationsanbieter

Zielgruppenorientierung  
(an Informationsbedarfen  
und Mediennutzung  
orientieren)

Eigene Gesundheits-  
kompetenz stärken

Qualitätssicherung  
(Nutzerfreundlichkeit;  
Evidenzbasierung und  
Unabhängigkeit der  
Inhalte, Vermittlungs-  
qualitäten; Siegel)

Eigene Sichtbarkeit und  
Auffindbarkeit (z.B. SEO)

## Health Professionals

- Patientenorientierung:  
Infobedarfe/-verhalten der  
Patient\*innen  
„akzeptieren“
- Vertrauensbildende  
Kommunikation
- eigene Onlinekompetenz
- eigene Präsenz im  
Internet reflektieren
- Navigationshilfen anbieten

## User\*innen

- Reflexion eigener  
kognitiver Dissonanzen  
und des  
Informationshandelns, z.B.
- Qualitätsanspruch
- Vertrauenswürdigkeit
- Privatsphäre
- Bequemlichkeit
- internetbezogene Gesund-  
heitskompetenz bzw.  
gesundheitsbezogene  
Internetkompetenz stärken

Politische Herausforderung: Medien-und Gesundheitskompetenzförderung, Finanzierung unabhängiger Angebote, rechtliche Rahmen/Verbraucherschutz, Innovationsanreize

## Qualitätsmerkmale gesundheitsfördernder Settingarbeit sind:

- Partizipation, d.h. Teilhabe aller Betroffenen (z.B. Schüler\*innen, Lehrer\*innen, Eltern, Nichtunterrichtendes Personal) und Beteiligten, Unterstützung von Selbsthilfeaktivitäten
- Integration (nicht vereinzelte Maßnahmen, sondern Gesamtkonzept und Steuerung)
- Prozesscharakter der Gesundheitsförderung, d.h. andauerndes Tun und nicht Anfang und Ende.

## Digitalere Präventionsstrategien, z.B. in



<http://menshealthnz.org.nz>

men's health

MEN'S HEALTH TOPICS LIVING HEALTHY HOW YOU CAN HELP MENU

# MEN'S HEALTH CHECKS

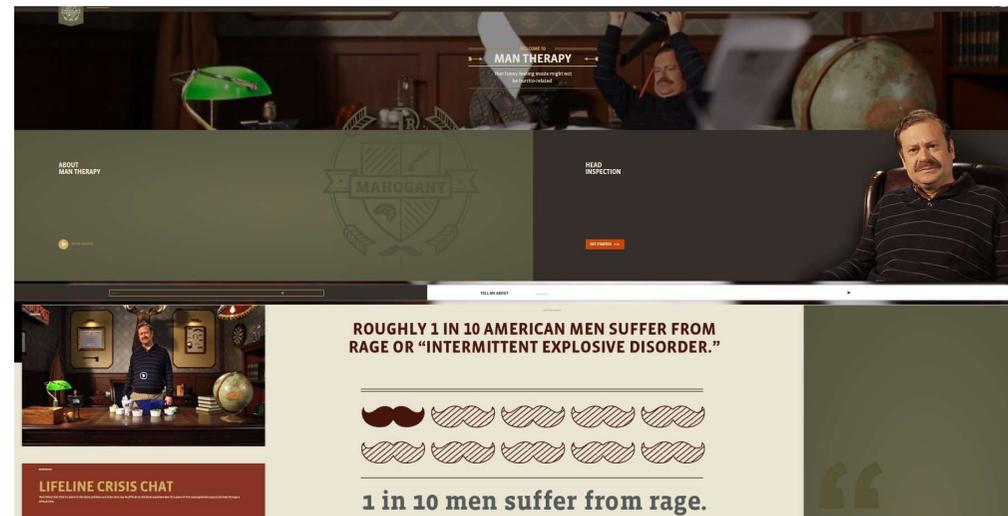
BY AGE

SEE YOURS

DRAG THE SLIDER TO SELECT YOUR AGE

LATEST NEWS

# HeadsUpGuys & ManTherapy



**(> 65.000 Besucher)**

(Stand: letzte Aktualisierung auf der Homepage)

- **356.090 (95.807 mobil) Besucher**
  - **285.960 Einfachbesucher**
  - **20% wiederkehrende Besucher**
  - **Durchschnittlich verbrachte Zeit auf der Seite: 6 Minuten**
  - **Komplettierter Selbst-Check: 59.894**
- (Ergebnisbericht 2014)

# Hinterfragen und Relativieren von Mythen und Klischees

## THE MYTHS STOP HERE

There are many misconceptions about depression that make it difficult for men to talk to others and take charge of their health.

**Myth**  
Depression is a sign of personal weakness

**Myth**  
'Real men' are in control of their emotions and don't let things get to them

**Myth**  
Feeling sad or down is not manly

**Myth**  
Anyone with enough willpower ought to be able to 'snap out of it'

**Reality**  
Sadness is an emotion all humans feel, including men

**Myth**  
Men should not ask for help; they should be able to cope on their own

**QUESTION**

Does expressing my anger with violence make me appear manlier?

**FIND OUT! >**

**QUESTION**

Are the only men who suffer from anxiety disorders just scaredy-cats and worrywarts?

**FIND OUT! >**

# HeadsUpGuys – Action Plan

## BUILD YOUR ACTION PLAN

The HeadsUpGuys web site includes a tremendous amount of information, tips, and advice to support guys in their fight against depression. On this page, you will be able to filter through this material to select the information that is most relevant to you.

→ Möglichkeit theorie-basierter Interventionen auf Basis von Verhaltensmodellen mit bestimmten Techniken: z.B. Ziel- und Handlungsplanung

What could you improve?	Building Support	Your Action Plan
<p><input checked="" type="checkbox"/> Sleep</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Can't fall asleep?  <input checked="" type="checkbox"/> Keep waking up?  <input type="checkbox"/> Can't get out of bed?</p>	<p><input type="checkbox"/> Stress Management</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> Social Life</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Withdrawing from others?  <input type="checkbox"/> Trouble making new connections?  <input type="checkbox"/> Using social media</p>
<p><input checked="" type="checkbox"/> Food</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Not eating enough?  <input type="checkbox"/> Eating too much?  <input type="checkbox"/> Lacking motivation to prepare food?</p>	<p><input type="checkbox"/> Sex and Relationships</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> Physical Activity</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Don't have enough energy?  <input type="checkbox"/> Don't know how to get started?  <input type="checkbox"/> Tips for regular physical activity</p>

# Share your story!

ALL

ARTICLES AND TIPS

CAMPAIGNS

REAL STORY BLOGS

REAL STORY VIDEOS



**FRASER, PEER SUPPORT PROGRAM COORDINATOR**



**AIDAN, ENTREPRENEUR**



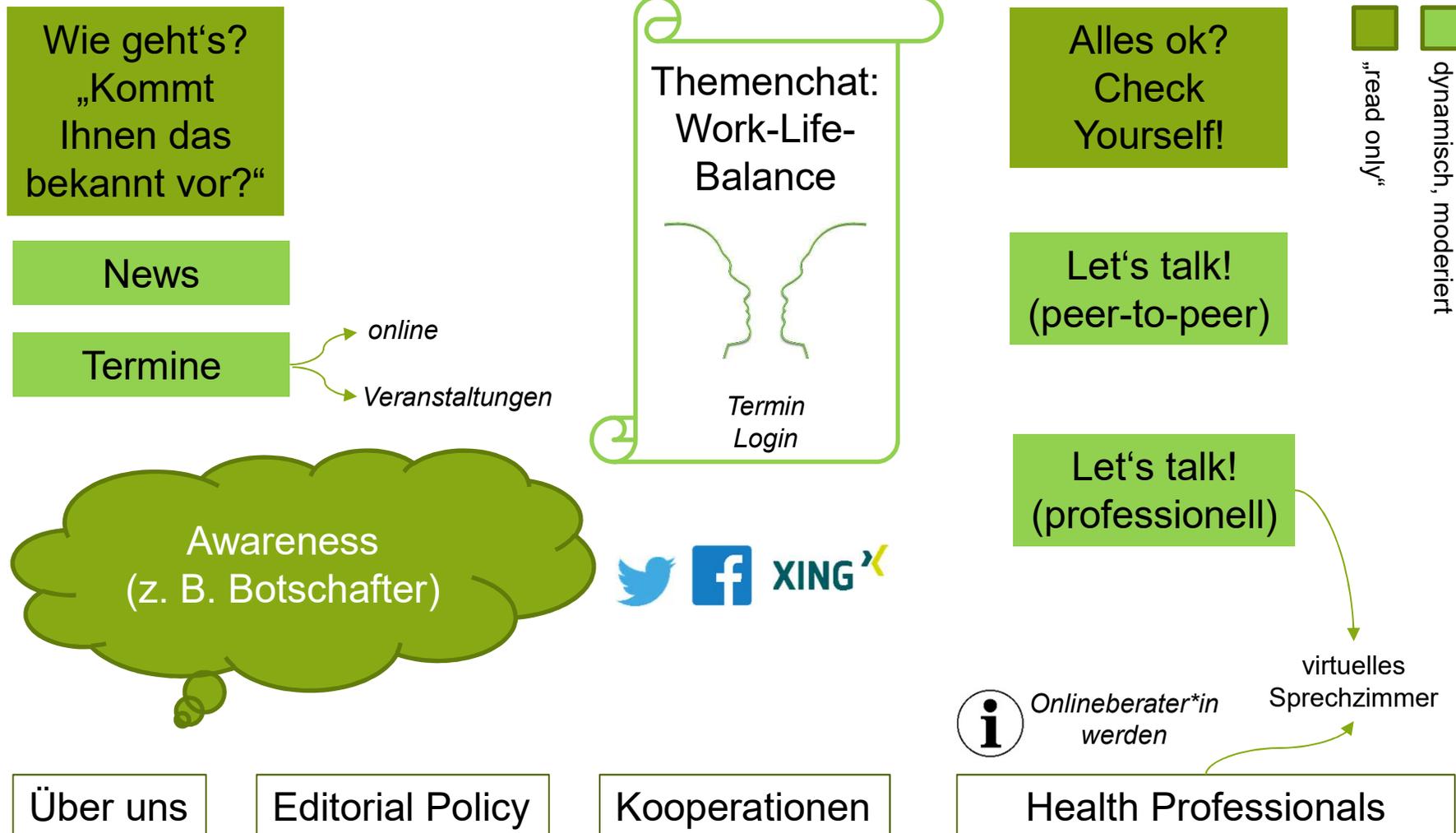
**JAY, ANIMATOR**



**SCOTT, SKYDIVE INSTRUCTOR**

„Informationen werden auch durch Narrative vermittelt, also durch Erzählungen über Erfahrungen von einzelnen Personen. Diese lösen eher eine heuristische, also oberflächliche und unvollständige Verarbeitung von Informationen aus. Da noch Unklarheit darüber herrscht, wie genau sich Narrative auf Entscheidungsprozesse auswirken, wird von dem bewussten und persuasiven Einsatz in Entscheidungshilfen abgeraten (Winterbottom et al. 2008). Prozessnarrative, die zeigen, wie eine Person zu ihrer Entscheidung gekommen ist, dienen dazu, Rezipientinnen und Rezipienten zu motivieren und ein Vorbild aufzuzeigen, ohne direkt überreden zu wollen (Miller-Day und Hecht 2013).“ (Rossmann et al., 2018, S. 24)

# Mann – Was geht?! Struktur und Elemente (LVG&AFS,2019)



# Themenchat-Beispiele

**ECHTE MÄNNER REDEN.**

SKM



VSGB

**MÄNNERBERATUNG**  
Beratung für Männer, die sexuelle und häusliche Gewalt erlebt haben

Frauennotruf Kiel, pro familia

**allgemeine, primär  
(sozial)pädagogische  
Männerberatung**

- überregionale Träger mit Männerberatungsexpertise
- vorzugsweise öffentlich geförderte Träger
- Thematisierung von Lebenslagen und -phasen sowie möglichen Belastungen (Stress), jedoch keine Krankheitserörterungen!

**Buntgrau**

Besser arbeiten und leben im Alter.

buntgrau.expert



Kultur und Bildung e.V.

**SCHUTZ RAUM e.V.**

Schutzraum e. V., Ludwigshafen

**spezifische Männerberatung, z. B. zu Care Work (Väter, pflegende Männer), für angehende Ruheständler, für Männer in Phasen der Neuorientierung (Trennung, Jobwechsel, ...)**

- Personen/Institutionen mit entsprechender Expertise
- Chatpartner mit Gate Keeper-Funktion
- ggf. Weitervermittlung



**Markus Bock**  
@verbockt

Depressionist. Mutmacher. Drüberreder. Entstigmatisierer. Vater. Radsport. 🚲

🌐 verbockt.com 📅 Seit Oktober 2011 bei Twitter

495 Folge ich 6.711 Follower

<https://twitter.com/verbockt>

**„Recovery“-Themen, peer-to-peer-Themen (Motivation, Selbstachtsamkeit, Gesundheitskompetenz)**

- Männer mit intrinsischer Motivation, über psychische Gesundheit zu reflektieren
- vorwiegend Laien („Mann von nebenan“)
- Chatpartner mit Social Media-Affinität

## Tonalität in der Kommunikation psychischer Gesundheit

### Psychischer Gesundheit als...

- positive Befindlichkeit (Wohlbefinden, Glücklichein, Lebensgenuss)
- persönliche Stärke (Autonomie, Selbstwirksamkeit, Selbstbestimmung, Liebesfähigkeit)
- produktive Lebensbewältigung (Ressourcen, Resilienz, Handlungsfähigkeit)

Tonalität am Beispiel einer Ausschreibung zum Thema „Pensionierung“:  
Sprung in eine neue Lebensphase – Pioniermänner gesucht!

# Mentimeter – Niedrigschwellige anonyme Erhebung



[www.mentimeter.com](http://www.mentimeter.com)

# Mentimeter

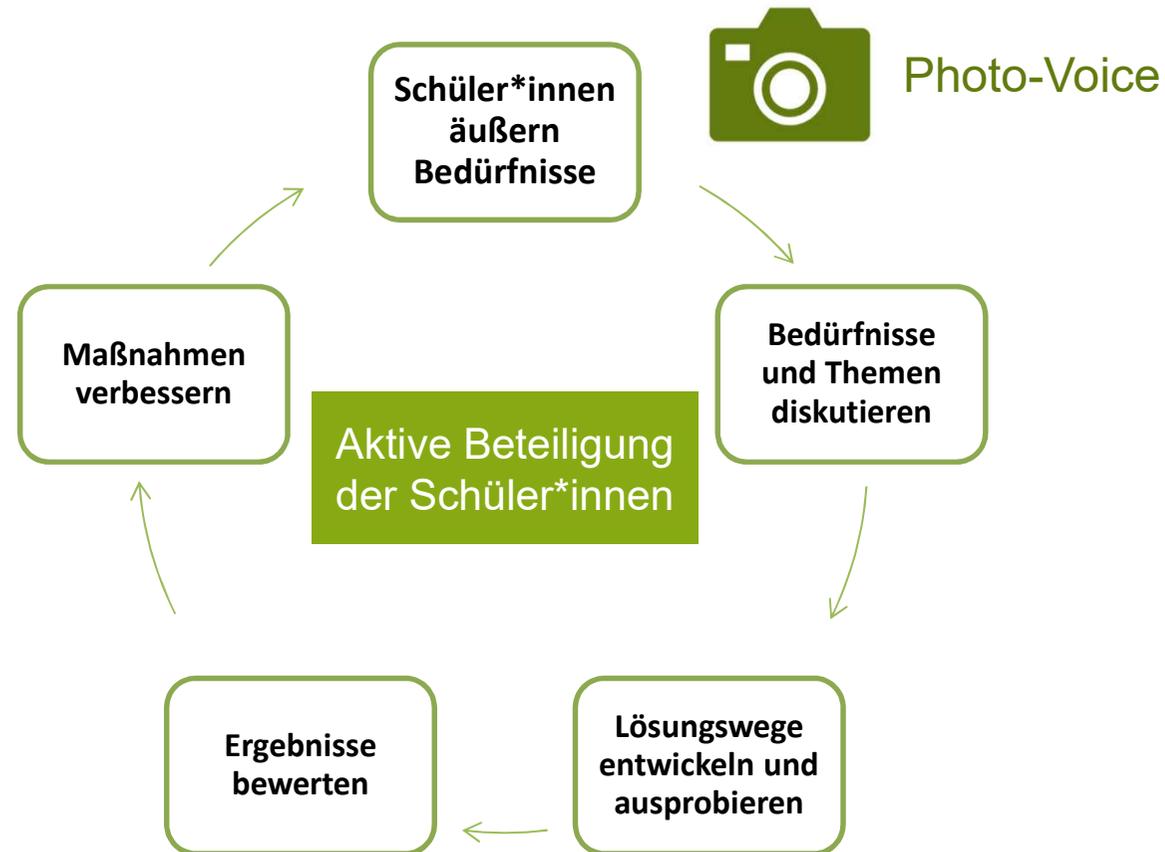


## Projekt Gesundheitsförderung in Berufsbildenden Schulen: Zielsetzung



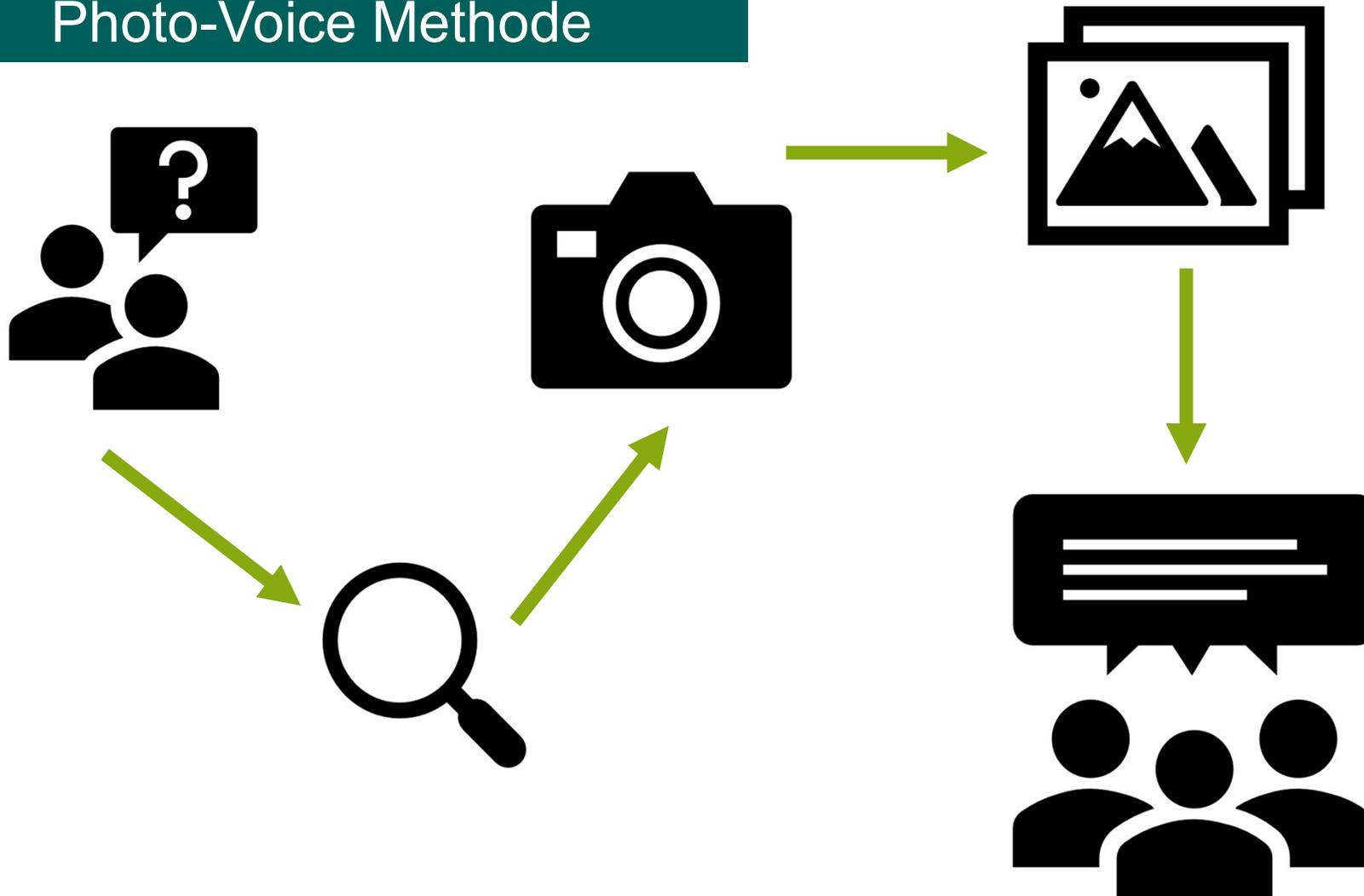
- **Gesundheitsressourcen** von Schüler\*innen an Berufsbildenden Schulen **stärken**
- **Gesundheitsförderliche Strukturen** in Berufsbildenden Schulen **aufbauen**

## Vorgehen in den Modellschulen



Angelehnt an den Qualitätsentwicklungszyklus Plan-Do-Check-Act.

## Photo-Voice Methode



Quelle: PV Walter-Gropius Schule, Tischler GST.



## Beispiele aus der Walter-Gropius Schule Hildesheim

- Was tut die Schule im Moment schon für unsere Gesundheit?
- Was ist in der Schule nicht gesundheitsfördernd?
- Was hindert mich am guten Mitarbeiten?

## 6. Herausforderungen



# Risiken digitaler Bildschirmzeit für die Gesundheit

## Bildschirmzeit

- führt zu mehr Bildschirmzeit
- ist meist keine Bewegungszeit
- ist oft Snack-Zeit
- stört den Schlaf
- erzeugt Haltungsschäden
- im Alter U30 erzeugt Kurzsichtigkeit
- erzeugt Stresserleben (z.B. dauernde Erreichbarkeit, Cybermobbing)
- erzeugt Unfälle (z.B. im Straßenverkehr)

*(Döring, 2019)*

## „Generation Sehschwäche?“

[www.zeit-online.de](http://www.zeit-online.de) 30.05.2018

- Die Kurzsichtigkeit unter Kindern und Jugendlichen nimmt rasant zu. Die Augenkrankheit ist gefährlicher als gedacht.
- In Hongkong, Shanghai oder Seoul findet man unter den jungen Erwachsenen praktisch keine gesunden Augen mehr, über 95 Prozent der Bevölkerung sind dort betroffen. Auch in Europa und den Vereinigten Staaten ist mindestens jedes zweite Augenpaar der jungen Generationen krank. Der Befund: Myopie, zu Deutsch: Kurzsichtigkeit.
- Nicht langes Lesen und Starren auf Bildschirme macht kurzsichtig, sondern der Umstand, dass man dies drinnen tut – bei künstlicher Beleuchtung

# Risiken der digitalen Gesundheitsinformationssuche

## Gesellschaft

**Normen**, z.B. Veränderung von Ansichten über Krankheit und Gesundheit; Medikalisierung natürlicher Veränderungsprozesse

**Soziale (Un-)Gleichheit**, z.B. Stigmatisierung und Diskriminierung von Bevölkerungsgruppen, Benachteiligung bildungsferner Schichten

## Individuum

**Informationsverarbeitung**, z.B. Reaktanz, Gegenargumente, Verdrängung, Verwirrung, Besorgnis, Manipulation

**Emotionen**, z.B. Angst/Panik, falsche Hoffnungen, Schuldgefühle, Ausgrenzung

**Finanzen**, z.B. Kosten aufgrund unnötiger Behandlungen oder unerkannter Werbung

**Gesundheit**, z.B. Non-Compliance; Mediennutzung statt Bewegung, Cyberchondrie

Nach Baumann, aus: Loss & Nagel 2009; Hastall, 2012; Austin, 2014

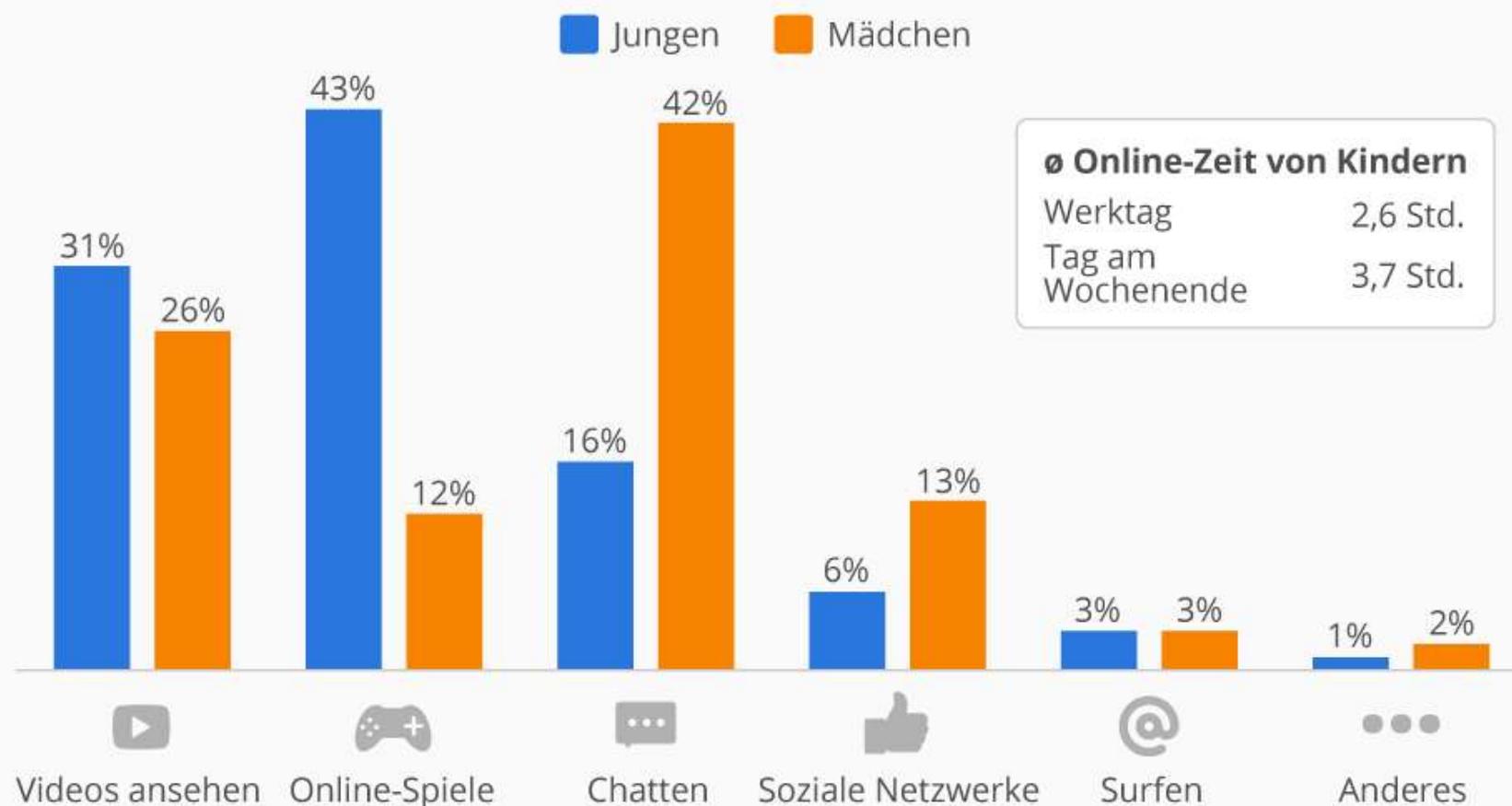
## WHO-Empfehlung: Keine Handynutzung mehr für Kleinkinder! (WHO, 2019)

### **Kinder unter einem Jahr:**

- *Bewegung*: mindestens 30 Minuten pro Tag, z.B. durch interaktives Spielen mit den Eltern (wenn sie noch nicht krabbeln können, sollten sie in dieser Zeit auf dem Bauch liegen)
- *Schlaf*: bis drei Monate 14 bis 17 Stunden pro Tag; vier bis elf Monate 12 bis 16 Stunden
- *Bildschirmzeit / Sitzverhalten*: gar nicht; zudem sollten die Kinder nicht mehr als eine Stunde am Stück pro Tag in Kinderwagen, Tragegurt und Co. sitzen

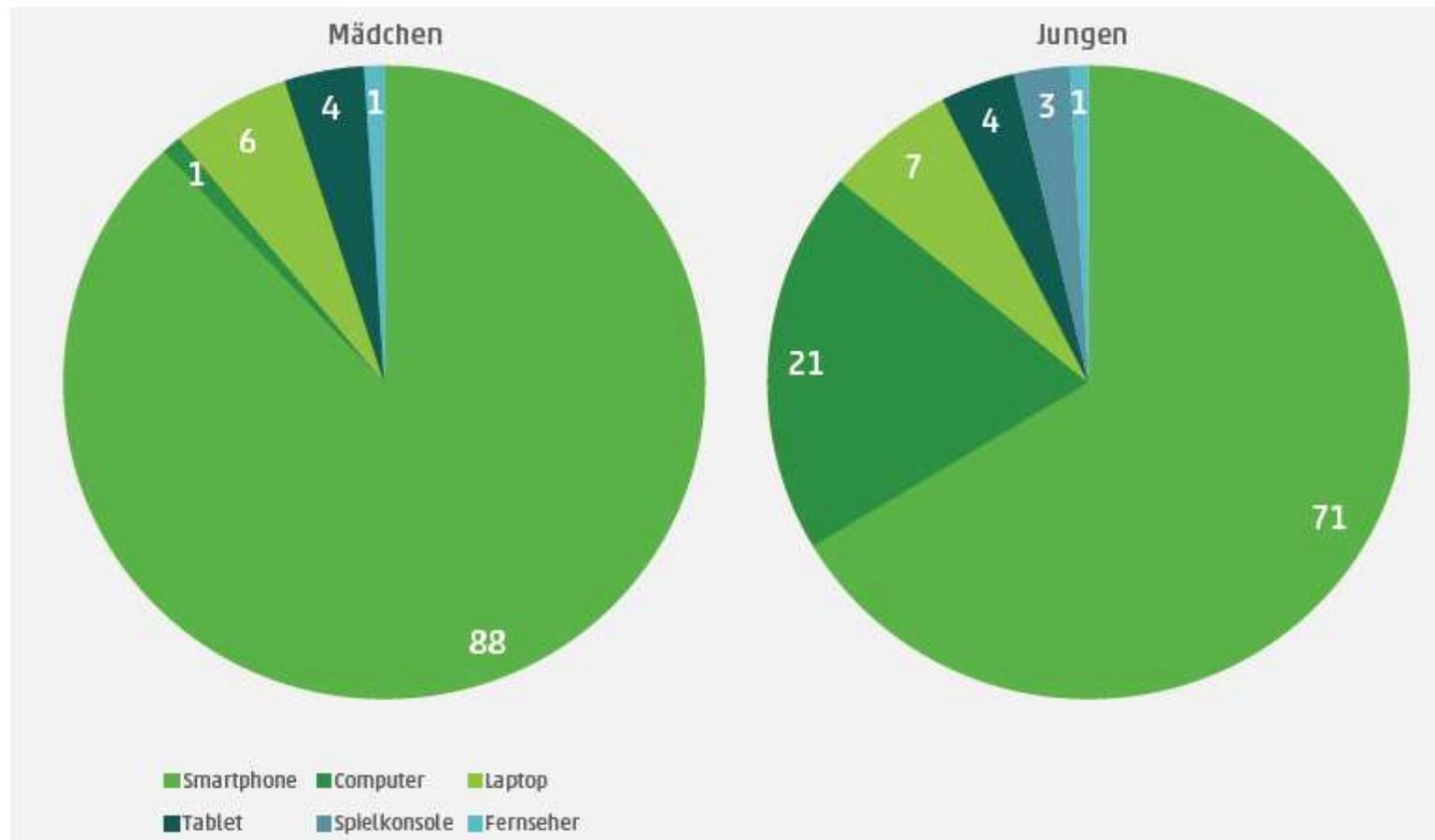
## Jungs zocken, Mädchen chatten

Hauptaktivität, mit der Kinder (12-17 Jahre) mehr als die Hälfte der Online-Zeit verbringen



## Geschlechterunterschiede – eingesetzte Geräte (JIM-Studie 2018)

Am häufigsten eingesetztes Gerät zur Internetnutzung 2018



## IN THE U.S., GENDER ROLES LIVE ON

Parental Google queries weighted **toward boys** involve intelligence and emotional well-being ...

**123%** more queries for boys than girls

IS MY SON/  
DAUGHTER:

A GENIUS?

**78**

INTELLIGENT?

**52**

STUPID?

**46**

BEHIND?

**32**

A LEADER?

**21**

HAPPY?

DEPRESSED?

**1%** more queries for girls than boys

BEAUTIFUL?

**56**

UGLY?

**160**

... but some weighted **toward girls** involve appearance, plus a slight tilt toward depression instead of happiness.

## Geschlechterstereotype auf Youtube und Instagram

<https://medien-und-welt.de/> 2019

- Frauenbild der 50er Jahre: Nähen, Kochen, Schminken - Junge Frauen inszenieren sich auf Instagram und YouTube nach althergebrachten Stereotypen. Ihr Credo: Hauptsache, keine eigene Meinung vertreten.
- Männliche Youtuber sind in den Genres Entertainment, Games, Musik, Sport, Comedy, Film und Education zahlenmäßig wesentlich stärker repräsentiert als weibliche Youtuber. Nur im Genre "How to" überwiegt die Zahl der Frauen deutlich.
- Männliche Influencer nutzen die Sozialen Medien häufiger, um sich beruflich zu profilieren (61 %), und deklarieren das gezeigte als professionelles Können. Weibliche Influencer geben häufiger an, was sie zeigen sei ein Hobby (64%).
- 71 % der weiblichen Influencer zeigen sich in ihren Videos im privaten Umfeld, also z.B. in ihrer Wohnung. Männliche Influencer nutzen im Vergleich häufiger den öffentlichen Raum als Kulisse.



[←](#) **Thomas Altgeld**  
11,8 Tsd. Tweets



**Thomas Altgeld**  
@TAltgeld

Tweets 4 more [#HealthinallPolicies](#), [#MensHealth](#), gesundheitliche Chancengleichheit, dialogisch orientierte Gesundheitsförderung & die Politik drumherum

📍 Hanover, Germany 📅 Seit März 2017 bei Twitter

**12,9 Tsd.** Folge ich   **15,9 Tsd.** Follower

**Tweets**   Tweets und Antworten   Medien   Gefällt mir

## Digitale Krankenkassenangebote, z.B. BARMER

- Rückenschmerzen zu Hause behandeln
- Kostenlose Einschlafhilfe
- Apps für gesundes Hören
- Online-Hörtest
- Videospiele für Senioren
- Quantified Self (Nur Infos)
- Digital Patient Empowerment
- Techtats (Nur Infos)



<https://www.barmer.de/gesundheitscampus/gesundheitswelten/gesellschaft/barmer-digital>

## Techtats

Aus dem Wearable wird ein TechTat, ein biometrisches Tattoo.

Das Tech-Unternehmen Chaotic Moon arbeitet an temporären Tattoos, die wie ein Pflaster auf der Haut getragen werden. Sie sollen gezielt Gesundheitsdaten wie Herzfrequenz, Blutdruck und vieles andere aufzeichnen und direkt abrufbar machen.

Damit sind sie primär als Ersatz für das Tragen größerer Geräte – beispielsweise Langzeitblutdruckmessgeräte – gedacht, die im Alltag den Patienten meist stören. Auch für chronisch Kranke können die biometrischen Tattoos eine große Hilfe sein, da bei einem Notfall schnell alle Gesundheitsdaten abgerufen werden können.

## Schnelles Internet bis an die letzte Milchkanne? Digitale Infrastruktur als Voraussetzung

***“5G ist nicht an jeder Milchkanne notwendig. Um in die Fläche zu gehen, können wir uns ein bisschen Zeit lassen.”***

Bundesforschungsministerin Anja Karliczek (CDU), Nov. 2018

*„Wir brauchen 5G gerade an jeder Milchkanne, weil die Verfügbarkeit von leistungsfähigen Verbindungen für die Landwirtschaft und die Entwicklung der ländlichen Räume eine entscheidende Rolle spielt. Daher müssen wir sowohl bei der Vergabe von Lizenzen als auch mit Blick auf die Verfügbarmachung geeigneter Frequenzen für 5G die Weichen für flächendeckende Versorgung stellen“.*

Gerd Landsberg, Hauptgeschäftsführer des Deutschen Städte- und Gemeindebundes

*"Niemand darf zurückgelassen werden. Wir brauchen überall gleichwertige Lebens- und Wirtschaftsbedingungen. [...] Der heutige Mobilfunkstandard ist für ein Industrieland wie Deutschland enttäuschend. In China wird bereits über 6G nachgedacht und wir geben uns mit 4G in ein paar Jahren flächendeckend zufrieden?“*

Bernd Althusmann (CDU), Digitalisierungsminister Niedersachsen

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**



**@Taltgeld**

---

**Kontakt**

Thomas Altgeld  
Landesvereinigung für Gesundheit  
und Akademie für Sozialmedizin  
Niedersachsen e. V.  
Fenskeweg 2  
30165 Hannover

Tel.: +49 (0)511 / 388 11 89 - 100  
thomas.altgeld@gesundheit-nds.de  
[www.gesundheit-nds.de](http://www.gesundheit-nds.de)  
[@lvgundafs](https://twitter.com/lvgundafs)