

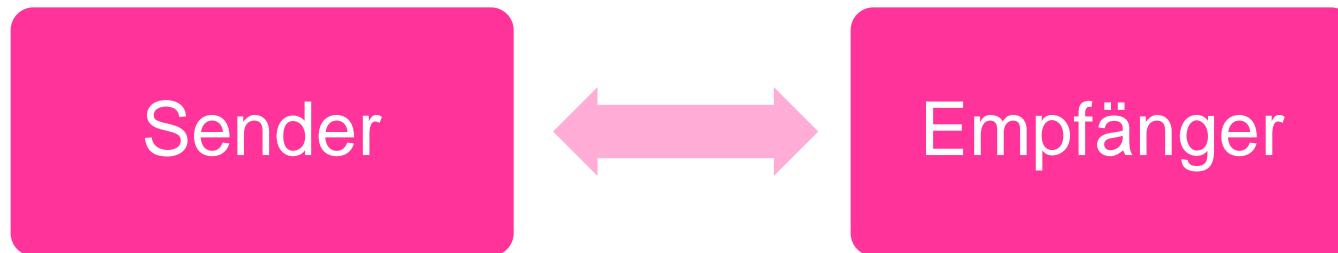


IJK[HC]²
Hanover Center for
Health Communication

GENDERSPEZIFISCHE GESUNDHEITSKOMMUNIKATION

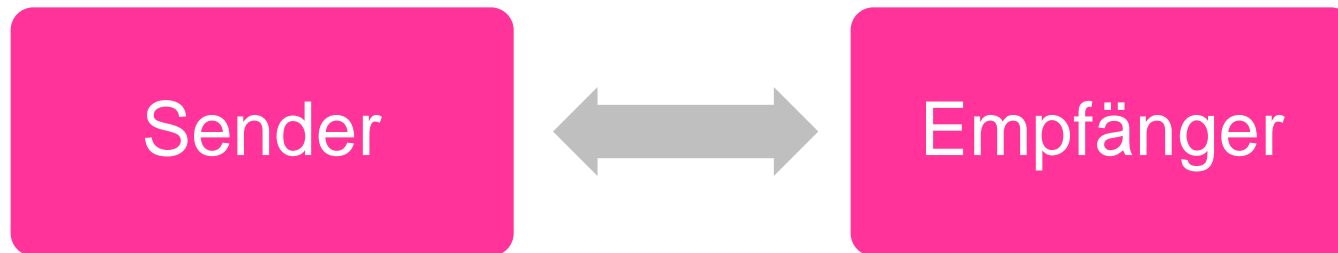
Dr. Doreen Reifegerste

Kommunikation



- Kommunikation als zweiseitiger Austausch zwischen Sender und Empfänger
- Nicht nur einseitige Sendung

Kommunikationshindernisse



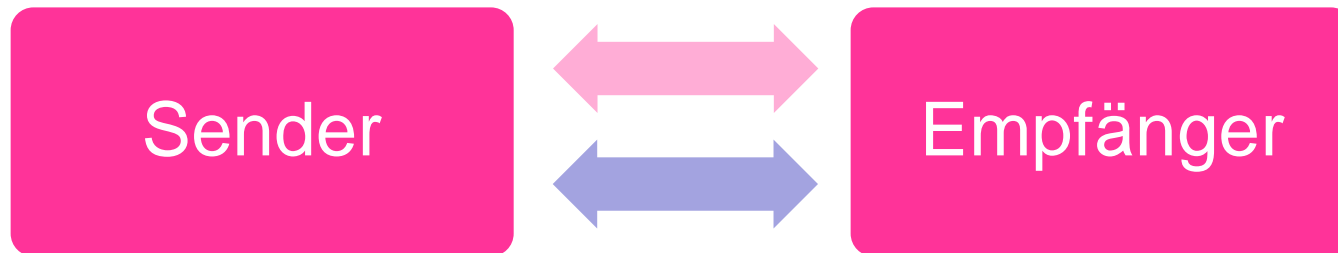
- sonst Gefahr von Missverständnissen, Kommunikationsbarrieren
- kein gegenseitiges Verständnis

Barrieren der Kommunikation

Wirkungsstufe	Barrieren für Erreichbarkeit
Kontakt	<ul style="list-style-type: none">• Unbekannter Risikostatus• Zeitliche und räumliche Organisation• Keine Nutzung der gewählten Medien
Interesse	<ul style="list-style-type: none">• Kein Interesse an Gesundheitsthemen• Kein Interesse an Botschaften
Verständnis	<ul style="list-style-type: none">• Verständlichkeit (Sprache, Kultur, Sprachniveau, Fachbegriffe, Statistik)• Technische Umsetzung (Schriftgröße)
Einstellungen	<ul style="list-style-type: none">• Zielkonflikte• Resistente Einstellungen

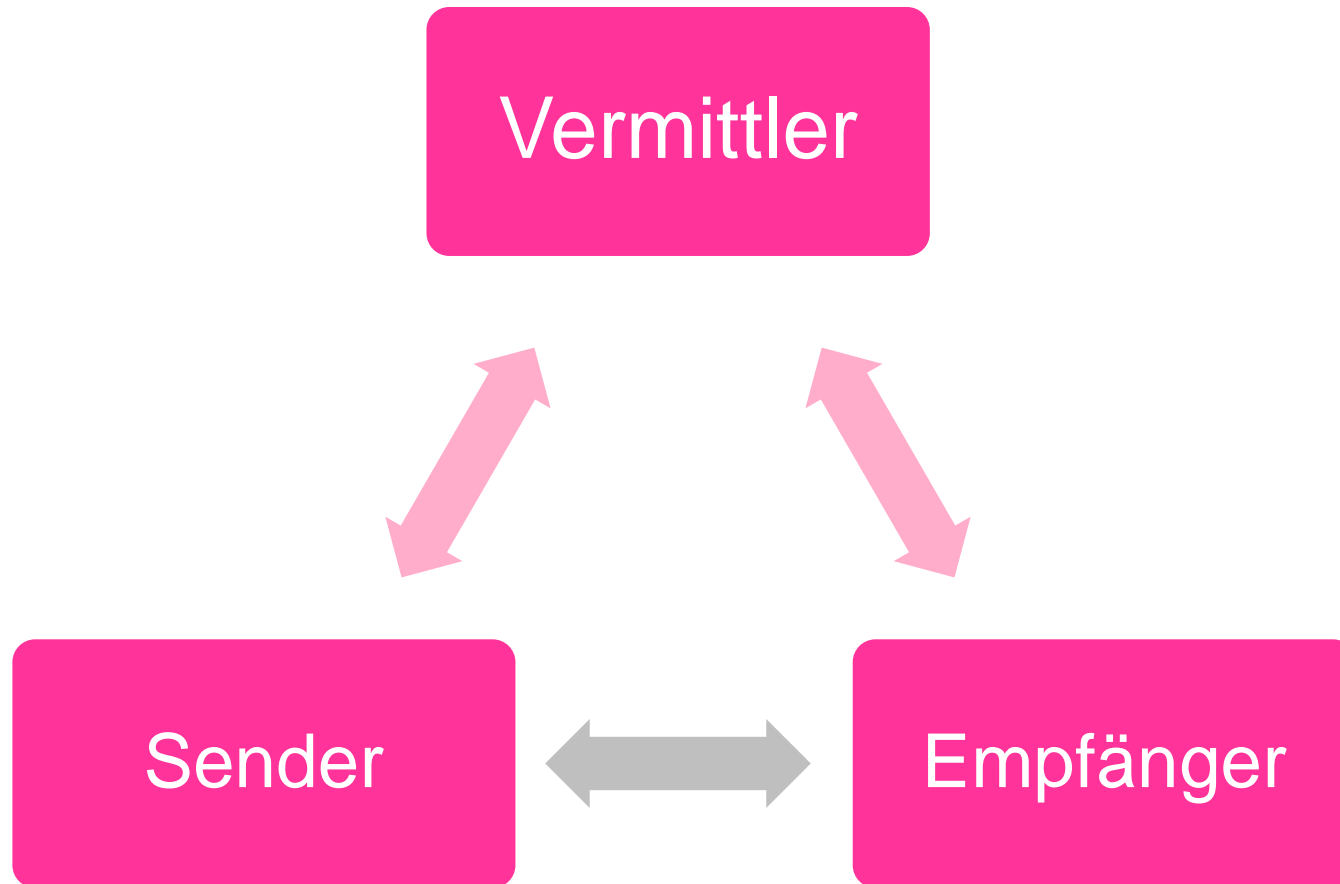
Zielgruppenorientierung

- Orientierung an Wissensstand, Lebensbedürfnissen, Mediennutzung der Zielgruppe



- vielfältige Möglichkeiten mit Empfänger zu kommunizieren, um Barrieren zu überwinden
- eine Möglichkeit ist die Orientierung am Empfänger

Kommunikation via Vermittler

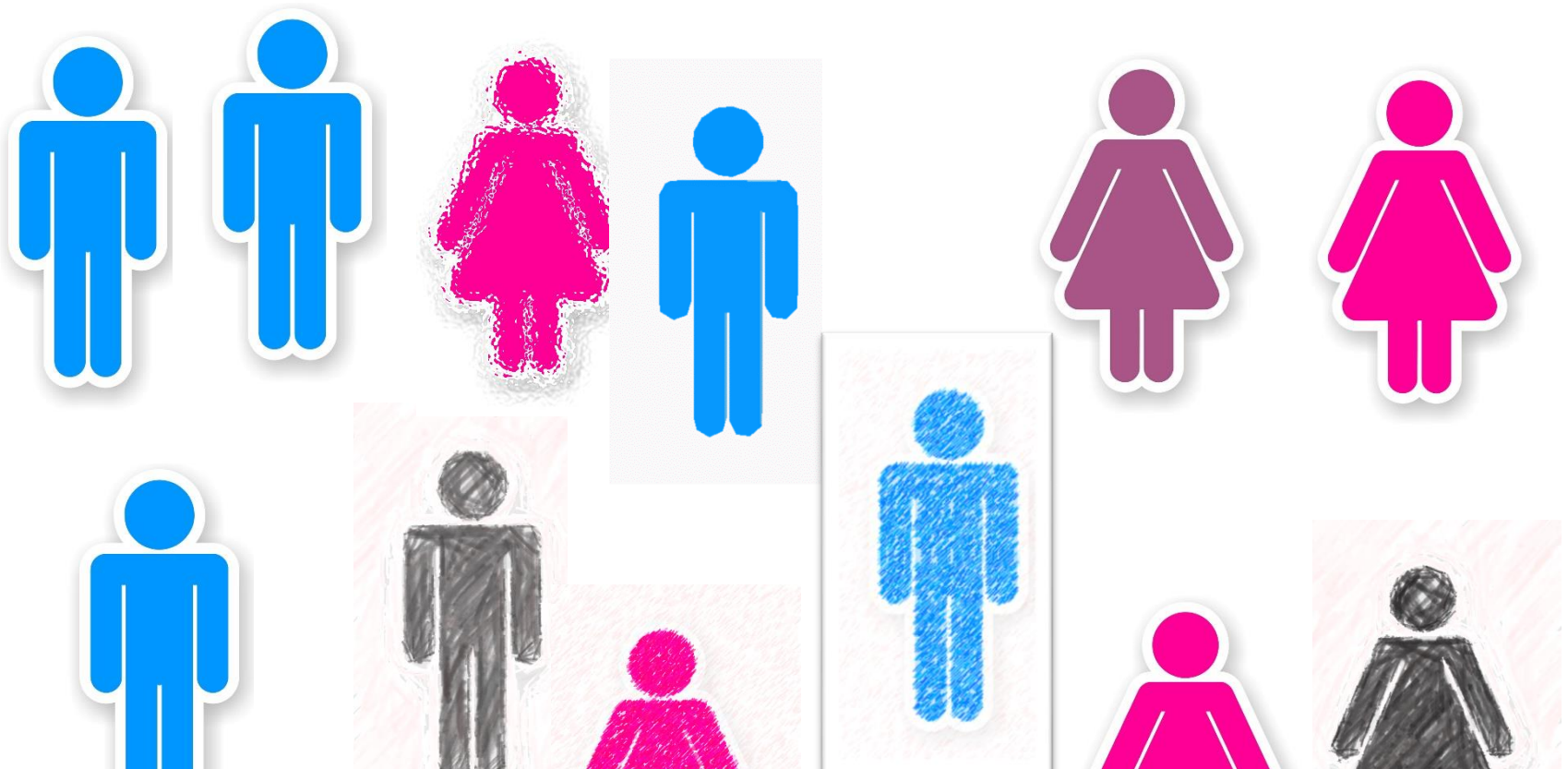


- eine andere Möglichkeit ist die Kommunikation über den Umweg eines Vermittlers

Zielgruppenspezifische Gesundheitskommunikation

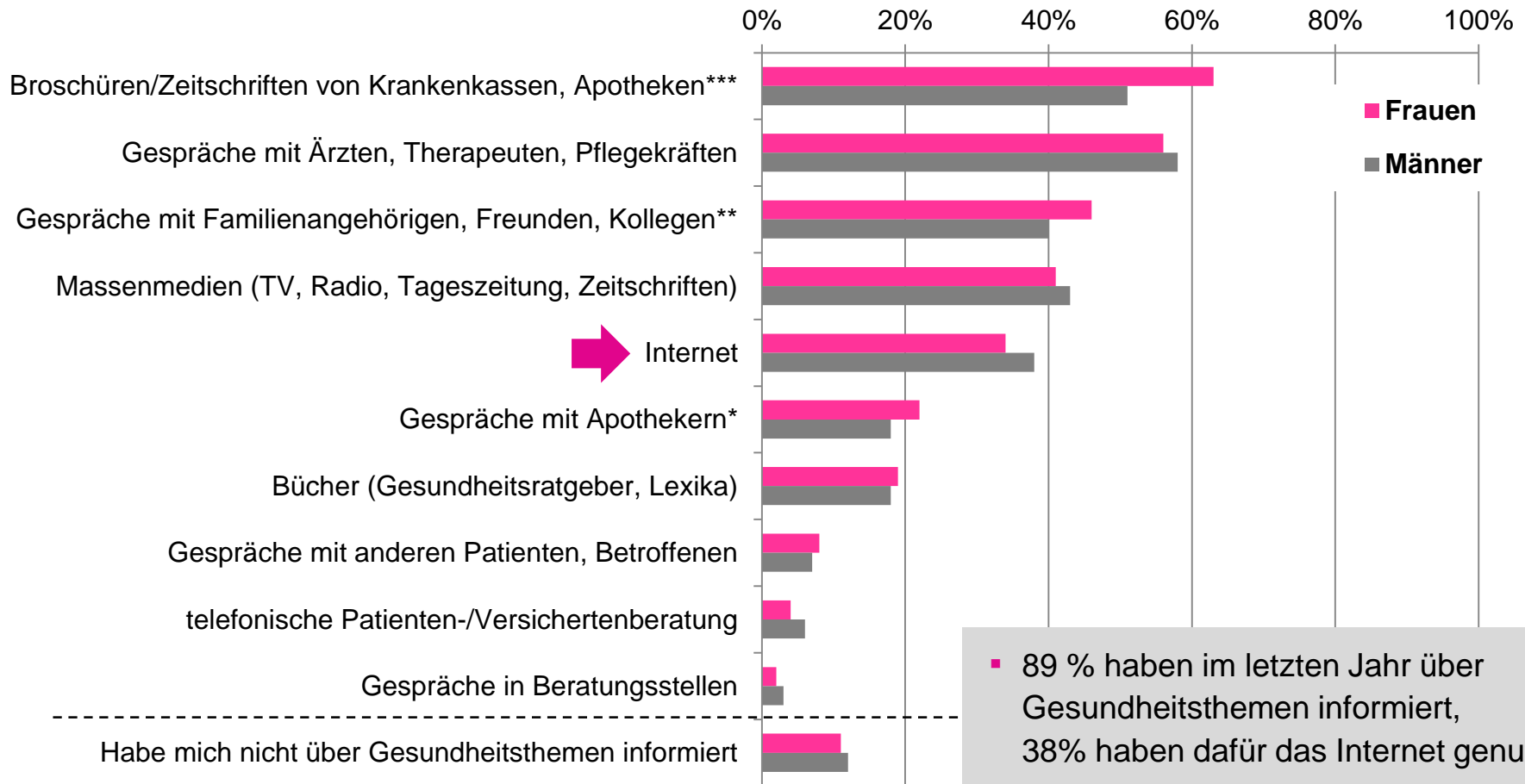
Wirkungsstufe	Möglichkeiten der Kommunikation
Kontakt	<ul style="list-style-type: none">• Genderspezifische Kommunikationskanäle• Lebensweltansatz• Unterhaltungsangebote• Angehörige oder Experten als Vermittler
Interesse	<ul style="list-style-type: none">• Interesse an anderen Themen nutzen• Interessante Botschaften formulieren• Schwerpunkte auf relevante Aspekte legen
Verständnis	<ul style="list-style-type: none">• Verständliche Formulierungen und Sprache• Verstehbare Zeichen
Einstellungen	<ul style="list-style-type: none">• Zielkonflikte berücksichtigen

Genderspezifische Gesundheitskommunikation



- die Einteilung von Zielgruppen kann anhand des Geschlechts erfolgen, aber auch anhand anderer Kriterien und birgt immer die Gefahr der Pauschalisierung

Quellen der Information über Gesundheitsthemen



- 89 % haben im letzten Jahr über Gesundheitsthemen informiert, 38% haben dafür das Internet genutzt
- Wer Gesundheitsinfos sucht, nutzt im Durchschnitt 3,2 verschiedene Quellen.

*p<.05; **p<.01; ***p<.001; Basis: alle Befragten (N=1.728)

Genderspezifische Gesundheitsangebote...

- ...versuchen die Bedürfnisse der Ratsuchenden herauszufinden.
- ...berücksichtigen verschiedene Bedürfnisse nach Information, Kommunikation und Unterstützung.
- ... bieten ihre Inhalte in unterschiedlichen Kommunikationskanälen an.
- ...prüfen, ob die Bedürfnisse der Ratsuchenden erfüllt werden konnten.



VIELEN DANK.

Doreen.reifegerste@ijk.hmtm-hannover.de

Reifegerste, D. (2014). Gesundheitskommunikation für schwer erreichbare Zielgruppen. In K. Hurrelmann & E. Baumann (Eds.), *Handbuch Gesundheitskommunikation* (pp. 170–181). Bern: Verlag Hans Huber.

www.hc-quadrat.de