

STRUKTURREFORMEN

Wenn Digitalisierung,
Ambulantisierung
und Zentralisierung anrollen

GRUNDLAGENFORSCHUNG

Schlüsseldisziplin einer
Schlüsselindustrie

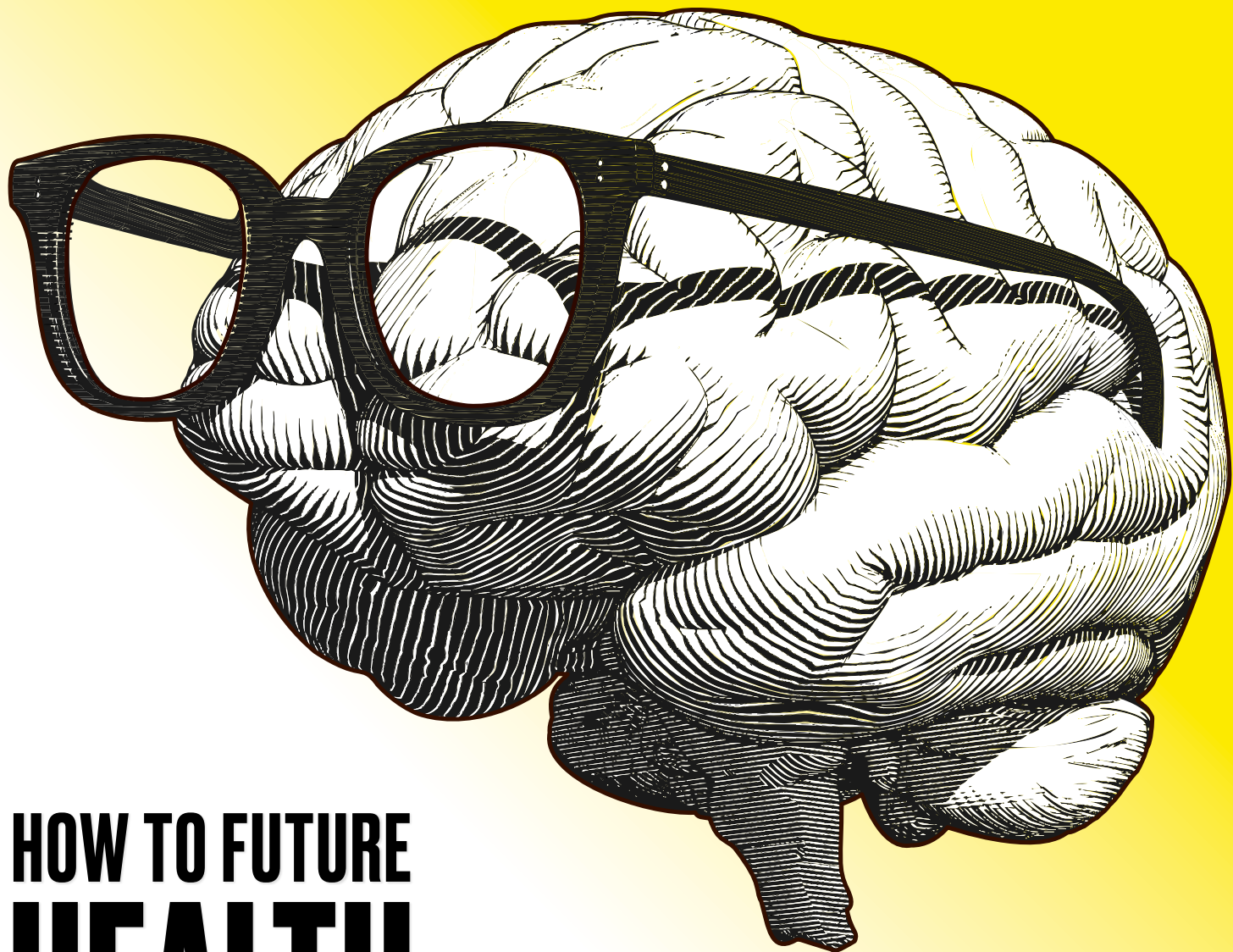
REAL WORLD DATA

International längst Routine,
Deutschland vor dem
Durchbruch?

Handelsblatt **Journal**

Eine Sonderveröffentlichung von Euroforum Deutschland

NOVEMBER 2024 | WWW.HANDELSBLATT-JOURNAL.DE



HOW TO FUTURE HEALTH

euroforum

Medienpartner

Handelsblatt

Substanz entscheidet.

Radikale Vorsorge:

Public Health-Targeting Tools

von Corinna Mühlhausen

Global betrachtet besteht Einigkeit, dass eine präventive, populationsbasierte Medizin die Basis für ein funktionierendes, hochvernetztes Gesundheitssystem bildet. Doch Zahlen etwa aus Deutschland zeigen, dass der Anteil derjenigen, die regelmäßig Vorsorgeprogramme in Anspruch nehmen, nur bei knapp 60 Prozent liegt (B4P, 2023 III). Um dieses Engagement auszubauen, wagt sich der Public Health-Bereich derzeit in immer extremere Bereiche vor.

Da wäre zum Beispiel das Thema Hodenkrebs, eine bislang stark tabuisierte Krankheit, an der nach Angaben des Robert-Koch-Instituts jährlich mehr als 4.000 Männer in Deutschland, zumeist im Alter unter 50 Jahren, erkranken. Die Ausbreitung vieler dieser Tumore könnte durch regelmäßiges Abtasten verhindert werden – die TK zum Beispiel macht darauf mit einem (umstrittenen) Spot mit einer Pornodarstellerin aufmerksam, der zum Selbstabtasten animiert.

Wünsche und Werte von Patient:innen

Doch reicht es in Zukunft aus, bei der Gestaltung einer Public Health-Kampagne rein auf das Alter der Zielgruppe zu setzen? Schaut man sich an, wie stark sich gesellschaftliche Micromilieus in ihrem Vorsorgeverhalten unterscheiden, wird klar, dass wir künftig noch genauer die Einstellungen und Werte der anvisierten Patientengruppen analysieren müssen.

Corinna Mühlhausen,
Trendcoach und Lead Future Research, Uranos GmbH

Wir müssen noch genauer auf die Einstellungen und Werte der anvisierten Patientengruppen schauen. ”

So liegt der Anteil der Präventionsbegeisterten etwa bei Menschen aus dem „verantwortungsbewussten Bürgertum“ bei weit über zwei Dritteln, während nicht einmal die Hälfte der „jungen Traditionellen“ regelmäßig zur Vorsorge gehen (Uranos Micromilieus, B4P, 2023 III).

Mehr Vorsorge durch Micromilieu-Targeting

Auch Arbeitsmediziner und die Verantwortlichen der BKKs sollten ihre Präventionskampagnen in Zukunft noch dezidiierter auf einzelne gesellschaftliche Segmente zuschneiden. Dabei hilft es, nicht nur zu wissen, wem die einzelnen Micromilieus in gesundheitlichen Fragen vertrauen oder wie ihre Haltung zu digitaler Gesundheitsservices ist, sondern auch, welche Ernährungsvorlieben sie haben, wie groß die Angst vor Datenmissbrauch ist oder welche Kommunikationskanäle zu ihren bevorzugten gehören.

Erste internationale Beispiele zeigen, wie das aussehen kann: So verkauft ein Lebensmitteldiscounter in Peru Voucher im Wert von 24 Euro, die in etlichen Kliniken gegen ein Mammascreeing eingetauscht werden können. Und Straßenarbeiter in Liverpool werden via Billboard auf die Möglichkeit eines kostenlosen Live Text-Chats mit einem Psychologen hingewiesen, um das Thema Mental Health zielgruppengenaue ins Bewusstsein zu rücken. ■

Foto: Matthias Moeller-Friedrich; Scribble: Getty