

Studien

Health Equity als Grundlage für die Zukunft der Branche

Die Weltgesundheitsorganisation hat einen Leitfaden zur Bekämpfung der sozial bedingten Ungleichheit von Gesundheitschancen geschaffen. Doch dieses Ziel ist längst nicht erreicht. Eine Befragung in den USA, Großbritannien, Deutschland und Spanien zeigt die Herausforderungen auf, wie etwa den Vertrauensverlust in das Gesundheitssystem sowie ungenutztes Potenzial der Digitalisierung.

Autorin: Julia Bressemer, FleishmanHillard Germany

Kürzlich hat die Weltgesundheitsorganisation (WHO) einen operativen Rahmen für die Überwachung der sozialen Determinanten der gesundheitlichen Chancengleichheit sowie für Maßnahmen zu deren Beseitigung veröffentlicht. Was lange eher ein Thema am Rande war, entwickelt sich zu einem unverzichtbaren Eckpfeiler für die zukünftige Ausrichtung der Gesundheitsbranche.

Das Ziel ist nichts weniger als die gesundheitliche Chancengleichheit für alle Menschen – unabhängig von ihrem Geburts- oder Wohnort, dem sozialen Umfeld, ihrer finanziellen Situation, ihrer Physiognomie, sexueller Orientierung et cetera. Der Leitfaden zeigt, dass dies nicht nur die alleinige Aufgabe der Gesundheitsbranche sein kann, sondern die Politik und Unternehmen an einem Strang ziehen müssen, um die gewünschten Veränderungen voranzutreiben.

Wie die aktuelle Situation aussieht, hat die Kommunikationsagentur FleishmanHillard zusammen mit weiteren Unternehmen der Omnicom PR Group (OPRG) in einer Studie mit insgesamt 25 unabhängigen multidisziplinären Expertinnen und Experten sowie Atlantic Insights untersucht. Befragt wurden unterschiedliche Gruppen in den USA, Großbritannien, Deutschland und Spanien mit Zugang zur Gesundheitsversorgung.

Vertrauensverlust in Gesundheitsdienstleister

Die Auswertung veranschaulicht das Ausmaß der Probleme auf globaler Ebene sowie die spezifischen Herausforderungen einzelner Länder. Zusammenfassend kristallisieren sich folgende

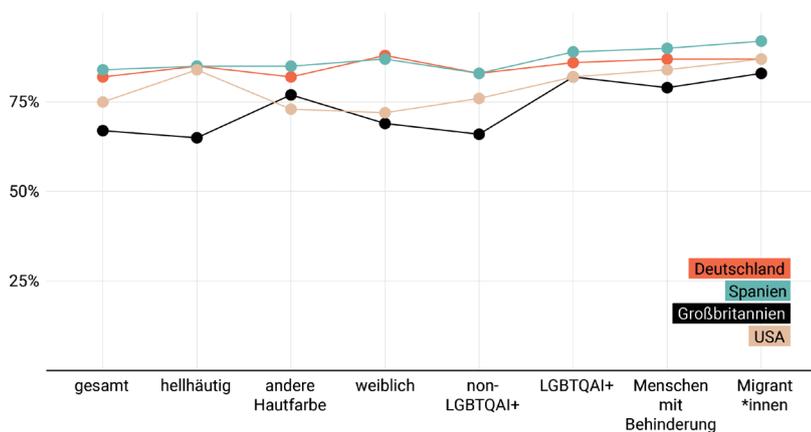
Hauptthemen heraus, aus denen sich entsprechende Handlungsempfehlungen für die Unternehmen ableiten lassen: Diskriminierung aufgrund unterschiedlicher Faktoren, Vertrauensverlust in das nationale Gesundheitssystem sowie ungenutztes Potenzial der Digitalisierung.

So gaben nahezu 80 Prozent aller Befragten an, das Vertrauen in einen Gesundheitsdienstleister oder eine medizinische Einrichtung aufgrund der Art und Weise, wie sie behandelt wurden, verloren zu haben. Mehr als 60 Prozent aller befragten Personen bestätigten, dass sie bei der Inanspruchnahme der Gesundheitsversorgung aufgrund von Alter, Gewicht, ethnischer Zugehörigkeit, Geschlecht, Finanzen, Religion oder Glauben sowie sexueller Orientierung oder Identität Diskriminierung erfahren haben. Die am häufigsten genannten Diskriminierungsgründe waren Alter (20%),



Mangelt es Ihnen an Vertrauen in das Gesundheitssystem?

Anteile in Prozent der Befragten, die diese Frage mit „Ja“ beantwortet haben



Quelle: Online-Befragung (n=6.001); FleishmanHillard 2024

Methode

In einer Online-Umfrage wurden insgesamt 6.001 Personen im Alter von 18 bis 65 Jahren (n=1.500 für jedes Land) in den Vereinigten Staaten, dem Vereinigten Königreich, Deutschland und Spanien befragt. Die Fehlermarge beträgt fünf Prozent bei einem Konfidenzniveau von 95 Prozent. Für beide nicht-englischsprachigen Märkte haben Muttersprachler die 35 Fragen übersetzt. Die Fragebögen wurden abschließend von einem unabhängigen Experten für Gesundheitskompetenz geprüft.

Das Vertrauen und die Wahrnehmung gegenüber dem Gesundheitssystem ist länderübergreifend gesunken

Körpergröße/Gewicht (19 %) sowie Ethnie (16 %). Dem daraus resultierenden Vertrauensverlust in das System beziehungsweise in einzelne Akteure des Systems kann durch die richtige Kommunikation sowie einer genauen Analyse der Bedürfnisse der Patientinnen und Patienten entgegengewirkt werden. Demnach gaben 52 Prozent der Befragten in Deutschland an, dass „Zuhören“ die für sie wichtigste Komponente sei. Das Aufzeigen sämtlicher Behandlungsoptionen sowie für Laien verständliche Erklärungen folgten mit je 46 Prozent.

Ebenso relevant ist der Faktor Zeit. Auch hier gaben 46 Prozent der in Deutschland befragten Personen an, dass es ihnen wichtig sei, ein ausführliches Gespräch über ihren Gesundheitszustand führen zu können. In diesem Zusammenhang zeigt sich, dass es in den europäischen Märkten eine große Rolle spielt, dass sich die Patientinnen und Patienten ernst genommen fühlen (alle > 53 %), während dies lediglich 48 Prozent der US-amerikanischen Teilnehmenden wichtig ist. Hier steht das Vertrauen in das behandelnde Fachpersonal mit 60 Prozent an erster Stelle. Von allen als nebensächlich (USA 10 Prozent, Europa je 5 Prozent) wurde eine kulturelle Übereinstimmung mit den Ärztinnen und Ärzten gewertet.

Soziale Medien als Informationsquelle

Weitere Daten zeigen, dass Internetrecherche und Recherche in den sozialen Medien die beiden am häufigsten genutzten Methoden sind, um Gesundheitsinformationen für sich selbst und/oder die Familie zusammenzutragen. Hier kommt YouTube mit 60 Prozent auf den ersten Platz, dicht gefolgt von Instagram und Facebook. Die Coronapandemie hat gezeigt, welche Herausforderungen, aber auch Chancen die unterschiedlichen sozialen Netzwerke für das Gesundheitswesen im Allgemeinen sowie für die Stakeholder des Healthcare-Markts bergen. Während 71 Prozent der Deutschen und 77 Prozent der Spanier im Krankheitsfall medizinisches Fachpersonal konsultieren, sind es in den USA nur 55 Prozent und in Großbritannien lediglich 47 Prozent, die ihren Ärztinnen und Ärzten Vertrauen entgegenbringen und ihren Informationen, denen aus dem World Wide Web den Vorzug geben. Hier zeigt sich der

dringende Bedarf nach Vertrauensaufbau sowie transparenter Kommunikation. Wenig verwunderlich ist, dass sich ein Großteil der Teilnehmenden eine Digitalisierung der persönlichen Gesundheitsinformationen (42 %) sowie entsprechende mobile Applikationen (44 %) wünscht. Das Thema Künstliche Intelligenz war zwar nicht Teil der Umfrage, allerdings steht außer Frage, dass dies künftig in die Lösungswege eingebunden werden muss.

Fazit

Die Studie belegt, dass Health Equity nicht nur ein moralisches Gebot, sondern auch eine wirtschaftliche Notwendigkeit sowie eine Grundlage für eine nachhaltige Entwicklung in der Gesundheitsbranche ist. Für Unternehmen bedeutet dies, dass entsprechende Maßnahmen, ganzheitlich durchdacht, geplant und umgesetzt werden müssen. Health Equity ist kein Trend, den man entweder ignorieren oder auf dessen Welle man mitschwimmen kann. Es ist eine klare Route, die von Unternehmen eingeschlagen und in ihre Strategie integriert werden muss, um zukunftsfähig und wettbewerbsfähig zu bleiben.



Foto: FleishmanHillard

Julia Bressemer

zeichnet verantwortlich als Head of Healthcare bei FleishmanHillard Germany in Frankfurt. Sie ist seit 2018 Mitglied des Leadership-Teams der Healthcare Practice der PR-Agentur, bevor sie 2023 dessen Leitung übernahm. Sie verfügt über mehr als 16 Jahre Erfahrung in der Gesundheitskommunikation. Ihr fachlicher Fokus liegt auf der strategischen Beratung, der Konzeption und dem Management von integrierten Kommunikationskampagnen sowie nationalen und internationalen Projekten.

✉ Julia.Bressemer@fleishman.com