



STIFTUNG GESUNDHEIT

unabhängig • gemeinnützig • werbefrei



**Prüfung und Zertifizierung
gesundheitsbezogener Medien**



Inhaltsverzeichnis

Das Gütesiegel	Seite 03
Die Gutachter	Seite 06
Das Zertifizierungs-Verfahren	Seite 07
Die Methode	Seite 15
Der Nutzen	Seite 17
Gut zu wissen	Seite 18
Kontakt	Seite 23



Das Gütesiegel der Stiftung Gesundheit

Die Stiftung Gesundheit zertifiziert verlässliche, vertrauenswürdige und verständliche Gesundheitsinformationen.

Die Fach-Gutachter der Stiftung prüfen klassische Publikationen wie Bücher und Broschüren sowie neue Medien wie Hörbücher, DVDs und auch Websites.

Nach erfolgreicher Begutachtung verleiht die Stiftung Gesundheit ihr Gütesiegel:

Für Drucksachen, Hörbücher und DVDs:



Für Internetauftritte:





STIFTUNG GESUNDHEIT

unabhängig • gemeinnützig • werbefrei

Unser Thema heute: Das Gütesiegel für gesundheitsbezogene Websites





Das Gütesiegel der Stiftung Gesundheit

Das Gütesiegel steht für:

Verlässlichkeit

Juristische Gutachter prüfen, ob die Publikation den rechtlichen Anforderungen entspricht.

Vertrauenswürdigkeit

Fach-Gutachter prüfen, ob die dargestellten Inhalte sachlich und methodisch vertrauenswürdig sind.

Verständlichkeit

Publizistische Gutachter prüfen, ob die Inhalte zielgruppengerecht verfasst und dargeboten sind.



Der Gutachter-Pool der Stiftung Gesundheit

Medizinrechtler

Experten für die rechtlichen Rahmenbedingungen des Gesundheitssektors

Mediziner

Fach- und Allgemeinmediziner je nach Themenspektrum des Mediums

Gesundheitsjournalisten

Fachleute für publizistische und stilistische Qualität und Zielgruppenbedürfnisse

Internet-Spezialisten

Spezialisten für Web-Programmierung, User Experience, Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Barrierefreiheit



Die Entwicklung des Zertifizierungs-Verfahrens



- 1996** Errichtung der Stiftung Gesundheit als Stiftung bürgerlichen Rechts durch das Innenministerium. Zu ihren **Satzungszwecken** gehört seitdem die „Würdigung von insbesondere populärwissenschaftlichen Werken sowie sonstigen Leistungen, die zum qualifizierten Verständnis von Gesundheitsthemen in der Öffentlichkeit beitragen.“
- 1997** Zu diesem Zweck entwickelt die Stiftung Gesundheit ein **Zertifizierungs-Verfahren für Gesundheitsratgeber**.
- 2000** Entwicklung des Zertifizierungs-Verfahrens für **neue Medien** wie Hörbücher und DVD.
- 2008** Gemeinsam mit den Professores Sander und Schult (Hannover) wird das neue gutachter-basierte Zertifizierungs-Verfahren für **gesundheitsbezogene/medizinische Websites** entwickelt.



Das Zertifizierungs-Verfahren

- **Richtungsentscheidung:** Selbstauskünfte der Autoren oder Herausgeber von Medien sind unzureichend.
- Methodische Basis der Zertifizierung ist deshalb das **evidenzbasierte gutachterliche Verfahren**.
- Der aktuelle Prüfkatalog ist eine Weiterentwicklung des ursprünglichen Verfahrens unter Mitarbeit von Wissenschaftlern der Fachhochschule Hannover (Prof. Dr. Uwe Sander und Dr. Thomas J. Schult, **Fachbereich Information und Kommunikation**).
- Das Verfahren fußt auf den bewährten **DISCERN-Qualitätskriterien für Patienteninformationen**, die ursprünglich 1996-1997 an der Universität Oxford entwickelt wurden.
- Nicht bewertet werden medizinische Lehrmeinungen und die Therapieverfahren selbst.



Zertifiziert werden ...

Gesundheits-Portale



Marken-Websites



Praxis-Homepages





Die Prüfkategorien

Die Gutachter bewerten Ihre Website während des Zertifizierungsverfahrens anhand eines Prüfkatalogs mit mehr als 100 Prüffragen, die nach Noten bewertet werden: Punkte 0 (schlecht) bis 5 (sehr gut).

Diese sind in 4 Kategorien eingeteilt:

- Rechtliche Güte
- Publizistische Güte
- Nutzerfreundlichkeit
- Ergänzend: Suchmaschinenfreundlichkeit

Anschließend folgt eine Gewichtung der Items in der Gesamt-Bemessung (über das Noten-System hinaus).



Prüfkategorie rechtliche Güte

Die Publikation muss den **geltenden juristischen Anforderungen** entsprechen. Zu berücksichtigen sind dabei besonders:

- Heilmittelwerbegesetz (HWG)
- Berufsrecht der Heilberufe
- Wettbewerbsrecht
- Datenschutz
- Urheberrecht (UrhG)
- Presserecht
- Telemediengesetz (TMG)



Prüfkategorie publizistische Güte

Aufgabe, Zweck, Nutzen und Nutzung einer Website muss für die jeweilige Zielgruppe klar erkennbar sein. Das betrifft vor allen folgende publizistische Grundsätze:

- sachlich korrekte, klar strukturierte, informative und für Laien verständliche Informationen,
- eine zutreffende Dimensionierung von Sachverhalten, also keine einseitige Gewichtung von Risiken oder Chancen (insbesondere bei der Darstellung von Therapiemethoden oder Therapeutika müssen Grenzen und Risiken angemessen benannt werden),
- die klare Erkennbarkeit des Autors einer Information inklusive seiner Qualifikation,
- die deutliche Trennung von redaktionellen Inhalten und Werbung und die klare Auszeichnung letzterer,
- die eindeutige Benennung von Kooperationspartnern und Sponsoren.

Die Prüfung gilt jedoch nicht einer möglichen medizinischen Wirksamkeit der angebotenen Therapien.



Prüfkategorie Nutzerfreundlichkeit

Diese Kategorie gibt Auskunft darüber, wie gut eine Website in Aufbau, Layout und Nutzerführung ihrem Leser **angemessene Orientierung** bietet. Dabei geht es vor allem darum, dass:

- gewünschte Informationen von der Zielgruppe zielsicher aufzufinden sein müssen,
- die technische Umsetzung keine potenziellen Nutzergruppen unwillentlich ausschließen darf,
- Nutzer mit Handicaps nicht unwillentlich und unnötig ausgeschlossen werden dürfen (Barrierefreiheit),
- die technische Integrität der Nutzer-Hardware möglichst respektiert werden sollte (Software, Plugins und Cookies dürfen nur nach angemessener Aufklärung installiert werden).



Ergänzende Prüfkategorie Suchmaschinenfreundlichkeit

Als „Bonus“ nehmen IT-Spezialisten eine Prüfung der Suchmaschinenfreundlichkeit vor, um eventuelle Hindernisse für die Nutzung von **Suchmaschinen als Multiplikatoren** auszuräumen. Dabei wird unter anderem geprüft:

- ob technische Hindernisse der Erfassung der Website durch Suchmaschinen im Wege stehen.
- ob die gängigsten Maßnahmen der Suchmaschinenoptimierung getroffen wurden.

Die Suchmaschinenfreundlichkeit und die Positionierung der Website im Netz haben jedoch keine Auswirkungen auf das Ergebnis des Zertifizierungsverfahrens.



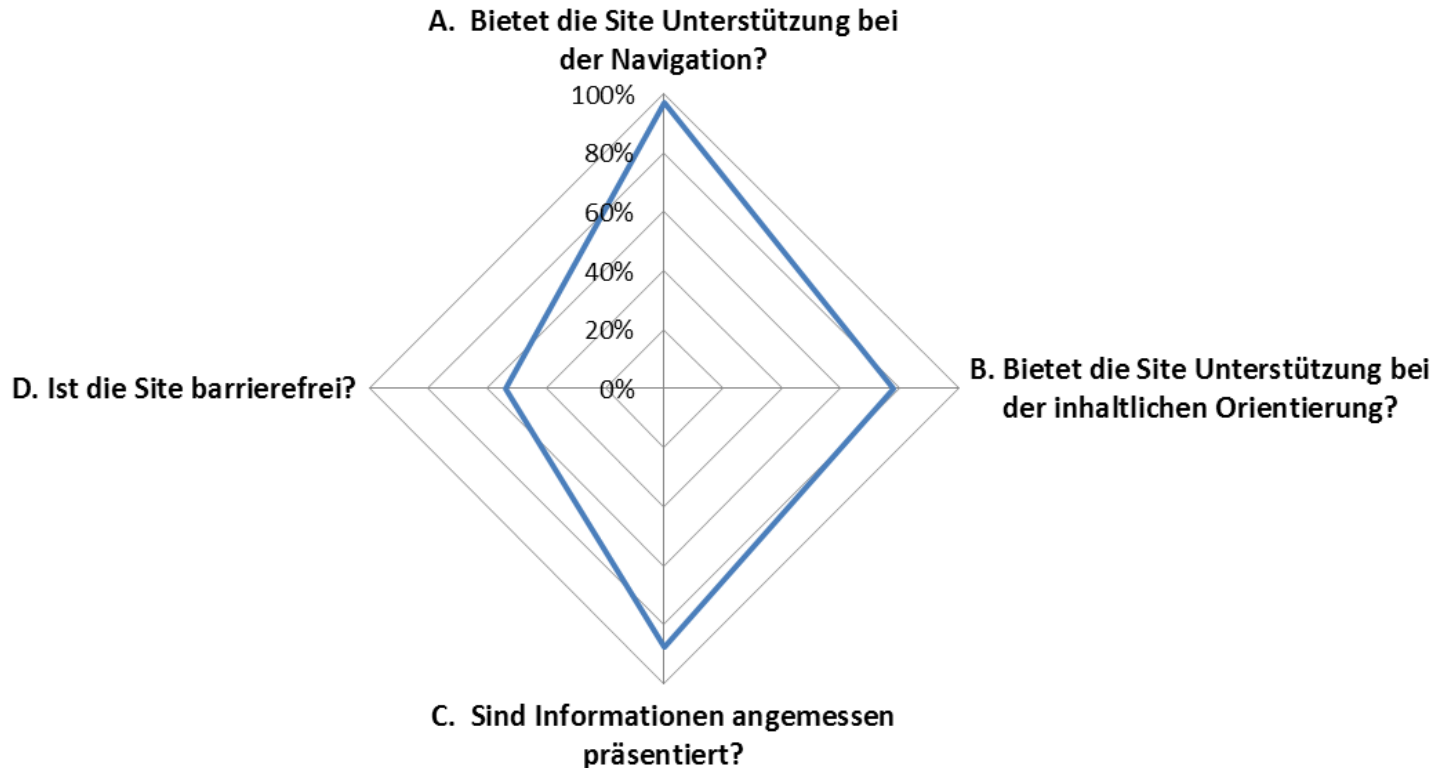
Wie sieht das konkret aus?

Frage	Anwe	Punkte	Anmerkung, Link	Erläut	Gew.	Ergebnis	%
B. Ist die Publikation zuverlässig?						66	94%
Sind die Ziele klar?	1	5		Q1	4	20	
Erreicht die Publikation ihre Ziele?	1	5		Q2	4	20	
Ist sie relevant?	1	4		Q3	1	4	
Wird deutlich, welche Informationsquellen benutzt wurden um die Publikation zusammenzustellen? (Zusätzlich zu Autoren oder Produzenten)	1	4		Q4	3	12	
Wird deutlich, wann die Information erstellt wurde, welche in der Publikation benutzt oder über die berichtet wurde?	1	5		Q5	2	10	
Weitere Angaben							
C. Beachtet die Website Methodentransparenz und Methodenkritik?						30	75%
Sind die Inhalte in differenzierter Art und Weise und nicht verzerrt dargestellt (im Sinne der Methodentransparenz und Methodenkritik)?	1	5		Q6	3	15	
Stellt sie Informationen über zusätzliche Möglichkeiten der Hilfestellung oder Information bereit?	1	0		Q7	2	0	
Beachtet sie auch ungeklärte Sachlagen?	1	5		Q8	3	15	
Weitere Angaben							
D. Wie gut ist die Qualität der Information über die Auswahl von Behandlungsoptionen?						48	44%
Beschreibt sie, wie die jeweiligen Therapien funktionieren?	1	4		Q9	4	16	
Beschreibt sie die Vorteile der jeweiligen Therapien?	1	3		Q10	4	12	
Beschreibt sie die Risiken der jeweiligen Therapien?	1	4		Q11	4	16	

Die Wertungsmatrix passt sich an Medien unterschiedlichen Zuschnitts an. Fehlen einzelne Komponenten (wie z. B. ein Forum), entfällt dessen Teilbewertung. Das Ergebnis wird in Prozenten von der maximalen Punktzahl dargestellt.



Beispiel des Ergebnisses einer Website-Evaluation – Analyse Nutzerfreundlichkeit



Bei Abweichungen erhält der Betreiber konkrete, handlungsleitende Empfehlungen, damit in der nächsten Prüfung das Ergebnis verbessert werden kann und die Besucher die Website sicher benutzen können.



Ihr Nutzen

- Durch das wissenschaftlich validierte gutachterliche Verfahren belegt das Gütesiegel die inhaltliche und formale Qualität der Gesundheitsinformationen. Für die Besucher bedeutet das Gütesiegel: „Dieser Homepage kann ich vertrauen“.
- Leser und User erhalten die Gewissheit, sich mithilfe der zertifizierten Publikation vertrauenswürdig und sachlich richtig informieren zu können.
- Ihre Website wird für ihre Qualität deutlich sichtbar mit dem Gütesiegel ausgezeichnet.
- Sie erhalten konkrete, handlungsleitende Empfehlungen zur Optimierung der Website (Usability, Barrierefreiheit, SEO u.a.m.),
- die zudem zu einem verbesserten Google-Ranking führen können.





Andere Gütesiegel für medizinische Websites

- **Aktionsforum Gesundheitsinformationssystem (afgis) e.V.**
 - 1999 vom Bundesministerium für Gesundheit initiiert, 2003 in Verein überführt
 - basiert auf reiner Selbstauskunft

- **Health on the Net Foundation (HON)**
 - 1996 als NGO in der Schweiz gegründet
 - bis 2009 ausschließlich basierend auf Selbstauskunft, dann zusätzlich Beginn einer Sichtung der Seiten
 - stark vertreten in Frankreich und USA





Regularien und Entgelte

- Das Gütesiegel wird **für die Dauer eines Jahres** verliehen. Für eine Verlängerung der Gültigkeit ist eine Nachprüfung erforderlich.
- Auch größere strukturelle Umbauten oder Erweiterungen der Website erfordern eine Nachprüfung.
- Die Kosten des Zertifizierungsverfahrens orientieren sich an Art und Umfang der zu zertifizierenden Website.
- Die Stiftung Gesundheit macht dabei lediglich die anfallenden Aufwandsentschädigungen für die Gutachter sowie die effektiven eigenen Auslagen geltend.
- Vor dem Beginn des Zertifizierungsverfahrens werden die maximal anfallenden Kosten von der Stiftung Gesundheit unentgeltlich festgestellt und dem Antragsteller mitgeteilt.





Was ist, wenn...

- ... Sie eine neue Homepage oder einen Relaunch Ihrer Website planen und sie zertifizieren lassen möchten?

Die Gutachter prüfen den tatsächlichen Zustand einer Site – so wie sie der User im Internet vorfindet.

Doch schon bei der Konzeption und Erstellung der Homepage können wesentliche Kriterien berücksichtigt werden, die für eine erfolgreiche Zertifizierung notwendig sind.

So verringert sich zum einen der Aufwand der Gutachter, zum anderen reduzieren sich auch mögliche Nachbesserungen an der finalen Website.





Zertifizierungswissen bereits bei der Konzeption der Website

- Mit dem interessierten Betreiber schließt die Stiftung Gesundheit eine Rahmenvereinbarung ab – der Auftrag zur Zertifizierung der neuen Website.
- Diese orientiert sich auch an dem zu erwartenden Umfang und den vorgesehenen Komponenten des künftigen Internetauftritts.
- Der Betreiber erhält einen Prüfkatalog an die Hand, der u.a. die rechtlichen Anforderungen an die Website oder Hinweise zur Barrierefreiheit bzw. Suchmaschinenfreundlichkeit aufzeigt.
- Nach Fertigstellung der Website erfolgt die Prüfung nach Publizistik und Usability.
- Anhand des tatsächlichen Umfangs der Site wird die abschließende Umlage festgestellt sowie die Höhe einer freiwilligen Re-Zertifizierung nach einem Jahr.



Was ist, wenn...

- ... Sie eine Homepage betreiben, die die Stiftung Gesundheit bereits erfolgreich zertifiziert hat. Nun wollen Sie nachträglich ein Forum einbauen lassen oder einen Online-Shop oder einen Pressebereich oder ein Lexikon oder ...
Erhält dieser Baustein dann auch den Status „zertifiziert“?

Nicht automatisch, sondern sobald er durch die Gutachter im Rahmen der Re-Zertifizierung geprüft wurde.

Oder Sie lassen den neuen Baustein eigenständig nachzertifizieren, dann trägt wieder Ihre gesamte Homepage das Gütesiegel „Geprüfte Homepage“.





Entwicklung und Gremien



Prof. Dr. Uwe Sander

Fachhochschule Hannover



Prof. Dr. Thomas Schult

Fachhochschule Hannover



Prof. Dr. Dr. h. c. Peter Oberender

Universität Bayreuth



Dr. Peter Müller

Stiftung Gesundheit

Projektmanager: Ihre Ansprechpartner



Cindy Forster

Projektleitung Zertifizierung Websites



Birgit Pscheidl

Projektleitung Zertifizierung Publikationen



Gabriele Lindner

Vertrieb

Stiftung Gesundheit

Behringstraße 28 a
22765 Hamburg

040 / 80 90 87 – 0
zertifizierung@stiftung-gesundheit.de
www.stiftung-gesundheit.de