



BMW BKK

Wir. Füreinander.

Hilfe im digitalen Dschungel.
Gesund informiert. Und zwar digital.



Die Gesundheitsrecherche im Internet ist heutzutage selbstverständlich. Viele Internetnutzer informieren sich online zu Themen wie Ernährung, Krankheitssymptomen, Fitness oder Behandlungsmethoden - doch wie sucht man eigentlich richtig?

Die bekannteste und am häufigsten genutzte Suchmaschine in Deutschland heißt Google. Deshalb hat sich der Begriff „etwas googeln“ als Synonym für die Suche nach Informationen im Internet etabliert.

Geben Sie **www.google.de** in das Browserfenster ein und drücken Sie nun die Entertaste.

In der Mitte der Google Seite sehen Sie das Suchfeld:

The Google logo, consisting of the word "Google" in its characteristic multi-colored font.

Klicken Sie mit der linken Maustaste in dieses Feld und geben Sie ihren Suchbegriff ein. Sie müssen mindestens ein Wort eingeben, wobei die Groß- und Kleinschreibung nicht wichtig ist. Auch Wörter wie „der, die, das“ oder „eine“ können Sie einfach weglassen.

SO KONKRET WIE MÖGLICH.



Gibt man den Begriff „Schmerzen“ bei Google ein, werden innerhalb einer halben Sekunde über 55 Millionen Treffer erzielt. Das zeigt, wie wichtig es ist, die Fragestellung so genau wie möglich zu formulieren.

Um irrelevante Treffer zu vermeiden,...

- sollten Sie sich genau überlegen was Sie suchen und auch,
- ob sich das, was Sie suchen, besser oder anders bezeichnen lässt.
- Versuchen Sie zudem, Ihre Anfrage nicht zu allgemein sondern konkret zu benennen, z. B. „Kopfschmerzen beim Aufwachen“ anstelle „Schmerzen“.



Die Suchmaschinen geben eine Fülle von Gesundheitsinformationen wieder. Oft ist es allerdings nicht einfach einzuschätzen, ob diese korrekt, ausgewogen und seriös sind.

Folgende 10 Tipps zur Gesundheitsrecherche im Internet können dabei helfen:



1. Passendes Portal auswählen.

Während allgemeine Gesundheitsportale teils über ein sehr breites Spektrum von Erkrankungen informieren, gibt es auch spezialisierte Webseiten für bestimmte Krankheiten.

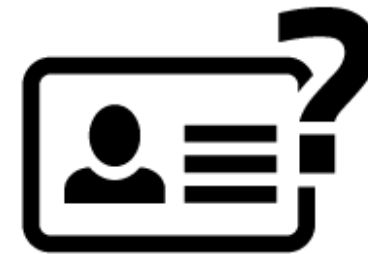
Als Faustregel gilt: Je spezialisierter ein Portal, desto detaillierter und fundierter sind oft die Informationen.

Beispiele für spezialisierte Webseiten.

- Deutsche Krebshilfe: **www.krebshilfe.de**
- Krebsinformationsdienst des Deutschen Krebsforschungszentrums: **www.krebsinformationsdienst.de**
- Stiftung Deutsche Schlaganfall-Hilfe: **www.schlaganfall-hilfe.de**
- Deutsche Depressionshilfe: **www.deutsche-depressionshilfe.de**
- Demenz: **www.wegweiser-demenz.de**
- Deutscher Schwerhörigenbund e.V.: **www.schwerhoerigen-netz.de**
- Deutscher Blinden- und Sehbehindertenverband e.V.: **www.dbsv.org**

2. Urheber prüfen.

Um die Qualität von Gesundheitsinformationen einschätzen zu können, sollte man wissen, wer der Urheber ist. Der Betreiber einer Seite sollte bestenfalls schon auf der Homepage oder unter „Kontakt“ klar identifizierbar sein, spätestens aber mit einem Blick ins Impressum.





3. Qualitätssiegel.

Einige Websites werden von unabhängigen Experten geprüft und können ein entsprechendes Qualitätssiegel vorweisen.

Zu diesen Prüfzeichen zählen zum Beispiel

- das HON-Siegel,
- das Logo des bundesweiten „Aktionsforums Gesundheitsinformationssystem“
- und das Zertifikat „Geprüfte Homepage“ der Stiftung Gesundheit.

4. Mehrere Quellen heranziehen.

Ein Vergleich unterschiedlicher Seiten kann helfen, einzuschätzen, ob die jeweiligen Informationen glaubwürdig sind oder nicht. Wenn beispielsweise in einem Laien-Forum eine Therapie empfohlen wird, lohnt es sich, diesen Vorschlag anschließend auf einer Experten-Website gegen zu checken.





5. Ausgewogenheit der Informationen.

Kaum eine Therapie ohne Risiken, kaum ein Medikament ohne Nebenwirkungen. Deshalb gilt: Wenn Arzneimittel oder Behandlungsmethoden auf einer Website durchweg positiv dargestellt werden, sollte man misstrauisch werden. Auch die möglichen Folgen einer ausbleibenden Behandlung sollten benannt werden.



6. Belege für Informationen.

Professionelle und seriöse Autoren untermauern ihre Aussagen mit Belegen und Quellenangaben. Wer beispielsweise die Wirksamkeit eines Präparats anpreist, sollte hierzu entsprechende Studien benennen bzw. verlinken.





7. Aktualität der Informationen.

Die Zahl der Medikamente und Therapieansätze steigt permanent. Sogar Experten fällt zuweilen schwer, stets auf dem neuesten Stand der Forschung zu bleiben. Wenn eine Information im Internet schon seit Jahren nicht aktualisiert wurde, ist es, je nach Thema, gut möglich, dass sie veraltet ist.



8. Vorsicht vor Werbung.

Inhalt und Werbung sollten auf seriösen Seiten klar voneinander getrennt sein. Wenn zum Beispiel Produktbilder passend zur jeweiligen Information auf der Website platziert sind, kann man die Unabhängigkeit des Artikels in Zweifel ziehen.





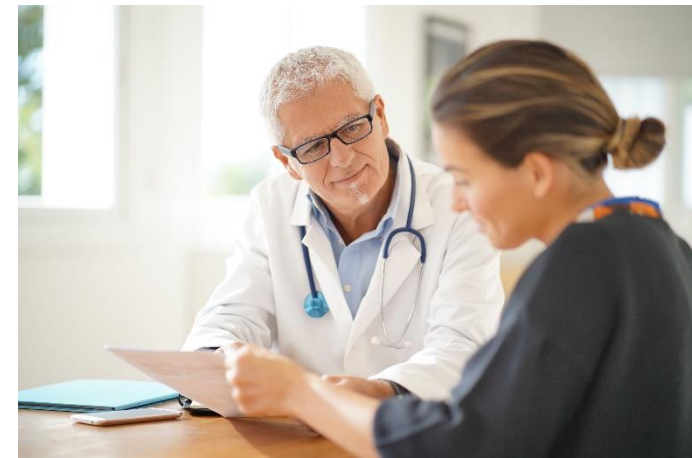
9. Allgemeiner Eindruck.

Wer regelmäßig im Internet unterwegs ist, dem genügt häufig schon ein Blick auf eine Webseite, um die Seriosität eines Angebots einzuschätzen. Macht die Website insgesamt einen aufgeräumten Eindruck? Oder ist sie unübersichtlich und wimmelt nur so vor Rechtschreibfehlern? Werden gar Angst und Panik geschürt? In solchen Fällen: Finger weg.



10. Kein Arzt-Ersatz.

Die Informationen aus dem Internet können einen ausgebildeten Mediziner nicht ersetzen. Wenn Beschwerden stärker werden oder länger anhalten, sollte man deshalb unbedingt zum Arzt gehen. Die Informationen aus den Portalen können aber dabei helfen, einen guten Arzt zu finden und sich auf den Arztbesuch vorzubereiten.





Google sammelt bei jedem Suchvorgang **Informationen über das Surfverhalten** des Nutzers. Es wird festgehalten, was gesucht wird, welcher Treffer angeklickt wird und so weiter.

Zu diesem Zweck speichert Google auf Ihrem PC sogenannte **Cookies**. Das sind kleine **Dateien**, die **keinen Schaden** auf dem Computer anrichten. Dadurch ist aber Google in der Lage, zu erkennen, dass Sie die Google-Suche bereits genutzt haben.

Google verwendet diese Informationen einerseits, **um die Suchergebnisse zu verbessern**. Andererseits zeigt uns Google aufgrund dieser Spuren, die wir hinterlassen, so genannte **personalisierte Werbung** an. Das ist Werbung, die sich auf das bezieht, was wir gesucht haben. In der Folge erscheint sie auf Internetseiten, die Sie aufrufen.

Es gibt andere Suchmaschinen, die nach eigener Aussage unser Surfverhalten nicht beobachten und auswerten. Beispiele sind **<https://www.startpage.com>** und **<https://duckduckgo.com>**.

Probieren Sie einfach einmal etwas Neues aus, es lohnt sich.

Cookies: englisch, gesprochen kuki, deutsch Keks. Dabei handelt es sich um eine Textdatei auf einem Computer. Sie enthält typischerweise Daten über besuchte Webseiten, die der Webbrowser beim Surfen im Internet speichert. Im besten Fall dient er dazu, dass man sich beim wiederholten Besuch Internet-Seite nicht erneut anmelden muss – das Cookie teilt dem besuchten Rechner mit, dass er schon einmal da war. Im schlechtesten Fall speichert das Cookie Informationen über komplexes privates Internetverhalten und übermittelt diese ungefragt an einen Empfänger. Sie sind vom Anwender im benutzten Browser einseh- und löschar.

Personalisierte Werbung: Werbung, die auf das jeweilige Surfverhalten zugeschnitten ist.

Surfen: englisch, gesprochen sörfen. Der Begriff kommt aus dem Sportbereich des Wellenreitens. Im Internet surfen heißt, im Internet nach Informationen zu suchen, sich im Internet „zu tummeln“.

Treffer: Von einer Suchmaschine gefundene Internetseite mit der passenden Information.

Download, gesprochen daunlod, englisch: herunterladen. Hier bedeutet es eine Sendung aus dem Internet auf den heimischen Rechnerherunterladen und zu speichern.

Livestream, gesprochen leifstrim, englisch: Liveübertragung. Hier: Das Anhören einer laufenden Sendung.

Podcast, gesprochen Podkaast ist ein Kunstwort, gebildet aus dem Namen des ersten MP3-Abspielgeräts, iPod, und dem englischen Wort für Rundfunk, broadcast. Bei Podcasts handelt es sich um Dateien, die mit geringem Datenverbrauch heruntergeladen werden können. Der große Vorteil von Podcast-Angeboten ist, dass Radiobeiträge nicht mehr nur zu den Zeiten der jeweiligen Ausstrahlung, sondern jederzeit individuell konsumiert werden können.

Scrollen, gesprochen skrollen, englisch für rollen, blättern, schieben. Die Bildschirm Inhalte werden z. B. mit Hilfe der Maus nach oben oder unten geschoben, so dass man die weiteren Inhalte der jeweiligen Seite anschauen kann.

Streaming, gesprochen strieming, englisch: strömen. Übertragung des Datenstroms vom Anbieter auf den heimischen Rechner. Eine Datei wird nicht vollständig, sondern fortlaufend in kleinen Datenpaketen übermittelt. Damit kann die Wiedergabe, auch bei sehr großen Datenmengen, sofort starten.

IMPRESSUM.

Herausgeber.

BMW BKK
Mengkofener Str. 6
84130 Dingolfing

Homepage: **www.bmwbkk.de**

Service-Rufnummer der BMW BKK:
0800 112 82 40
(gebührenfrei innerhalb Deutschlands)

Texte und Inhalte nach:

BAGSO – Bundesarbeitsgemeinschaft der
Seniorenorganisationen e.V.

„Anleitung 08. Gesundheitsinformationen im Netz –
kompetent nutzen“, Digital Kompass, BAGSO, DsiN,
CC-BY 4.0

„Anleitung 04. Suchmaschinen – erst recherchieren,
dann profitieren“, Digital Kompass, BAGSO, DsiN, CC-
BY 4.0