

www.evita.care

PROOF



Hintergrund



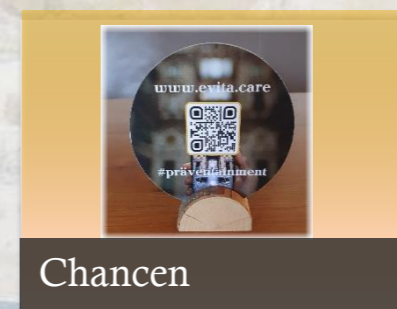
Wartezeit



Gesprächszeit



Marketing



Chancen



Kompetenz



KI Chatbot



Quellen



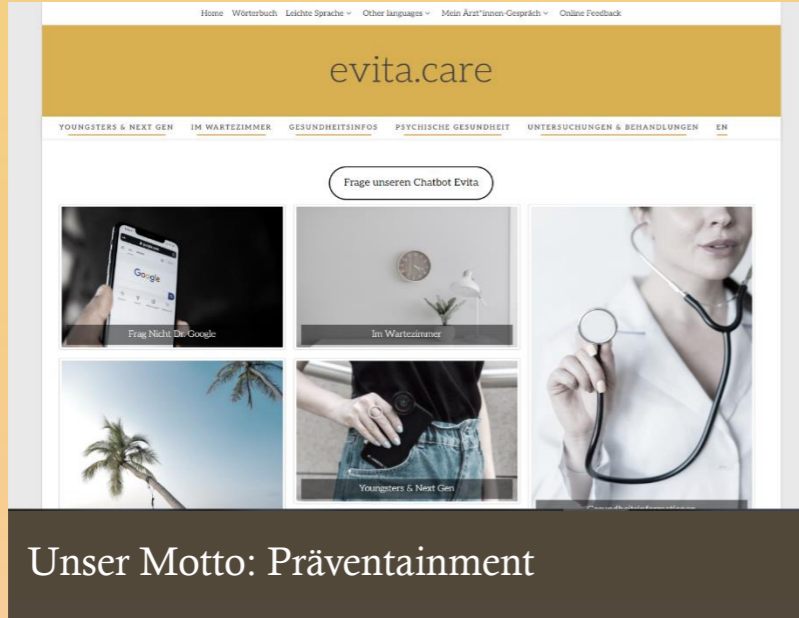
Präventainment



Validierung



www.evita.care



„evita.care“: Hochwertige Quellen und Referenzen zu Informationen. Validierung über Darstellung, Bedarfsanalyse und Setting (Wartezimmer, Vorbereitung)



Motto: “Präventainment“ - Mischung aus Prävention und Entertainment - Anforderungen an evidenzbasierte Gesundheitsinformationen (NAP)



Basis: Institut für Qualität und Wirtschaftlichkeit im Gesundheitswesen (IQWiG) und Deutsches Netzwerk Gesundheitskompetenz e.V. (DNGK)

☑ Ansatz & Idee



10

Durchschnittliche
Anzahl
Arztbesuche pro Jahr



27 min

Durchschnittliche
Wartezeit pro
Besuch



93 %

haben ihr Handy
dabei
(sind „online“)



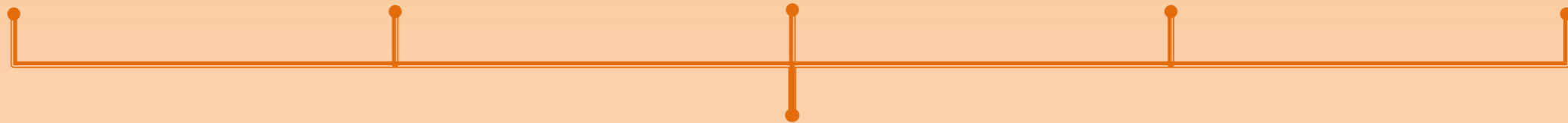
99 %

Bedarf an
Informationen &
Vorbereitung



54 %

eingeschränkte
Gesundheits-
kompetenz



www.evita.care

* Quellen: Umfrage / Health Literacy Survey Germany 2 (HLS-GER2)

⌚ Idee & Konzept



- ➔ Entwicklung aus Studienarbeit der RWU – Pflege
- ➔ Facharbeit – Gesundheitskompetenz
- ➔ Marktanalyse / Bedarf / Quellen / Netzwerk (inkl. Literaturrecherchen)
- ➔ Technik: SSL Domain Registrierung – WordPress
- ➔ Abstimmung RWU Mediendesign sowie Start-Up RWU: Professoren/-innen Feedback

Netzwerk:

Hogrefe Verlag, BioLago e.V., interreg, Stiftung für gesundheitliche Prävention Ba.-Wü., Kommunale Gesundheitskonferenz, DNGK e.V., Landesausschuss für Gesundheitsförderung und Prävention, DG-BW Digitale Gesundheit e.V., usw.

⊖ Konzept & Umsetzung



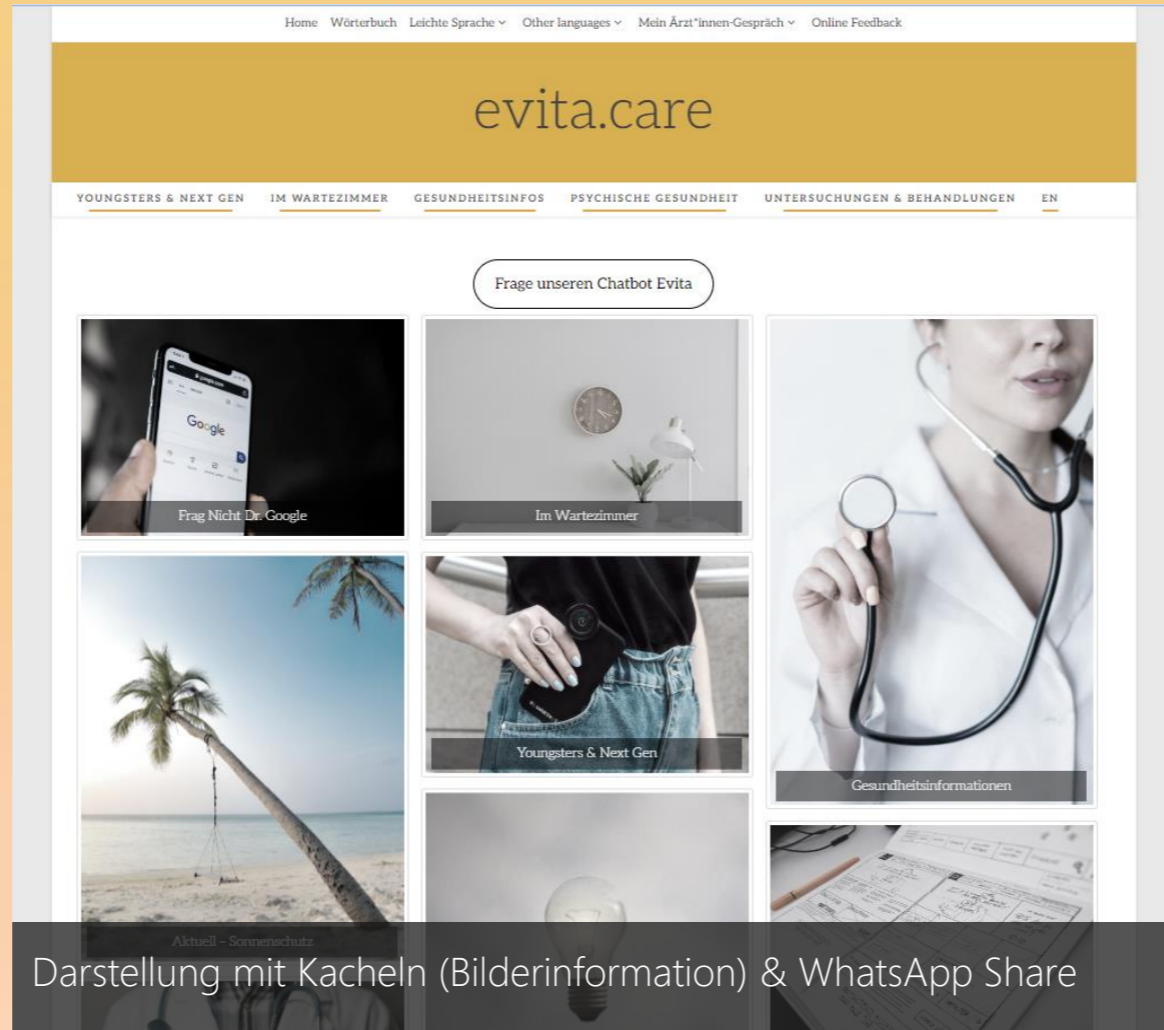
Basis aus Literaturrecherche (Auszug):

- ⊖ Gute Praxis Gesundheitsinformation (GPG) und Nationaler Aktionsplan Gesundheitskompetenz (DNGK)
- ⊖ Eckpunkte **evidenzbasierter Gesundheitsinformationen**
- ⊖ Effect of **waiting time** on patient satisfaction in outpatient
- ⊖ Gesundheitsinformationen im Internet – Status quo, Qualität und Ausblick
- ⊖ Infodemics and health misinformation: a systematic review of reviews (Infodemics – Infodemie nach WHO)
- ⊖ Systematic Literature Review on the Spread of Health-related **Misinformation** on Social Media
- ⊖ **Dr Google** as the source of health information – the results of pilot qualitative study
- ⊖ ARD/ZDF-Onlinestudie Ergebnispräsentation 2023 (Social Media – Zielgruppen – Internetnutzung)

⌚ Umsetzung & Möglichkeiten



Aktive Einbindung



Darstellung mit Kacheln (Bilderinformation) & WhatsApp Share

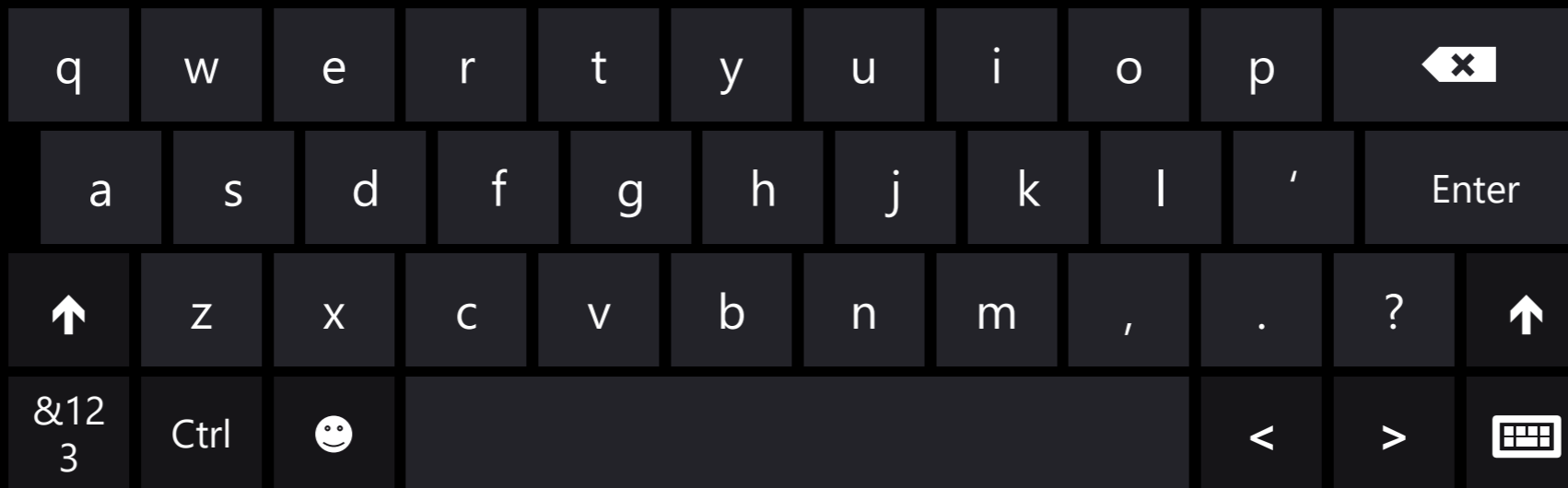


Komplettes Quellenverzeichnis

⌂ Möglichkeiten & Chancen



- ➔ Eigener & moderner KI ChatBot
- ➔ Auf Basis Microsoft Copilot
- ➔ KI gefüttert nur mit evidenzbasierten Quellen
- ➔ Ausführlicher Disclaimer
- ➔ Eignet sich auch als Wörterbuch
- ➔ Interaktive Möglichkeiten



← Chancen & Optionen

The image shows two digital assets. The top one is a website interface with a yellow background. It features the text 'Frag bloss nicht Dr. Google?' and a cartoon illustration of a man with a beard and glasses shrugging. Below this are four white buttons: 'Quellen' (Serios und geprüft), 'Vertrauenswürdig' (Korrekt und bestätigt), 'Informationen' (Klar und einfach), and 'Entscheidung' (Basis und Wissen). At the bottom are two buttons: 'Unsere Services' and 'Unsere Quellen'. The bottom part of the image is a brochure cover with a green and blue background. The title is 'Mein Gespräch mit der Ärztin oder dem Arzt - Fragen und Antworten'. It includes illustrations of a pill blister pack, a bandage, a notepad with glasses, and a pen. The logo 'GESUND INFORMIERT ENTSCHEIDEN' is visible. At the bottom, it says 'Vorbereitung auf den Praxisbesuch' and 'Inhaltsverzeichnis'.

- ➔ Patientenedukation – Vorträge und Events
- ➔ Lebenskompetenzen und Kompetenzförderung (BZgA) und Selbsttests
- ➔ Spezielle Seiten für Teenager & Schulen
 - ➔ www.durch-blickt.de; www.blu-base.de; www.loveline.de
- ➔ Mein Gesprächsheft – Vorbereitungszeiten ideal nutzen & Informationen einholen

⌂ Optionen & Werte



- ➔ Eigene Subdomains möglich
 - ➔ www.praxis-müller.evita.care
- ➔ Vernetzung zwischen Praxen / Zentren
- ➔ Option: Mein Ärzt*innen-Gespräch
- ➔ Marketing Material
- ➔ Gesprächshefte (individualisiert)

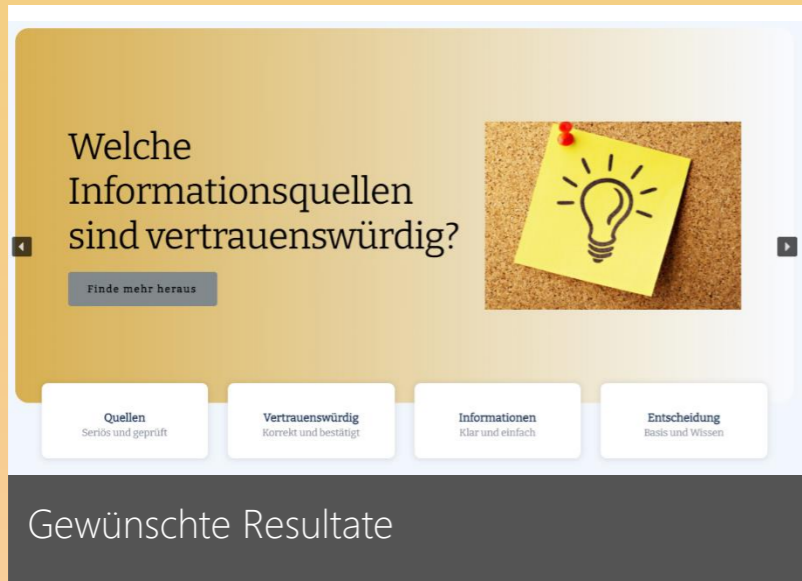
Schlechte und gefährliche Gesundheitsinformationen und dadurch initiierte unkluge oder schlechte Entscheidungen durch Patienten verursachen jährliche Kosten im deutschen Gesundheitssystem von **geschätzten 9 bis 15 Milliarden Euro** (Quelle: Nationaler Aktionsplan und WHO).

⌚ Werte & Gewinne



- ➔ Traditionelle Patientenedukation als „Unterweisung“ und Schulung - Paradigmenwechsel: „Unterweisungs“-Konzept mit verengtem Lernverständnis
- ➔ Verhaltensänderungen allein durch Wissensvermittlung als nicht haltbar erwiesen hat!
- ➔ Neue Ziele der CDR-Initiative („Corporate Digital Responsibility“-Initiative)
- ➔ Digitale Prävention und Gesundheitsförderung als Erweiterung in „Leistungen zur individuellen verhaltensbezogenen Prävention“ (§ 20 Abs. 4 Nr. 1 SGB V), „Gesundheitsförderung und Prävention in Lebenswelten“ nach § 20a SGB V (§ 20 Abs. 4 Nr. 2 SGB V) sowie der „betrieblichen Gesundheitsförderung“ nach § 20b SGB V (§ 20 Abs. 4 Nr. 3 SGB V)

← Gewinne & Ziele



- ➔ Eigenständiges Erkennen von Fehlinformationen
- ➔ Übersicht über Soziale Medien und Messenger, Instagram, Twitter (X), TikTok, YouTube, Facebook, WhatsApp, Snapchat, Twitch, Mastodon...
- ➔ Unter 30 Jährige pro Tag 69 Minuten in Social Media; 50- bis 69-Jährigen nur auf 18 Minuten
- ➔ Internetnutzung (Maximalwert): Bei 14- bis 29-Jährigen mit über vier Stunden (257 Min.) täglich
- ➔ Informationsqualität erhöhen
- ➔ Entscheidungskompetenz erhöhen
- ➔ Praxis-Teams entlasten

⌂ Ziele & Benutzer



- ➔ Interessante = attraktive Angebote
- ➔ Selbsttests
- ➔ eHealth Games
- ➔ YouTube Videos, z.B. Angst vor dem Zahnarzt
- ➔ Ausbau Newsletter
- ➔ Ausbau auf Social Media
- ➔ Ständiges Monitoring der Seite (Interessen vs. Angebote prüfen)
- ➔ Weiterer Ausbau in Netzwerke
- ➔ Demo Phasen

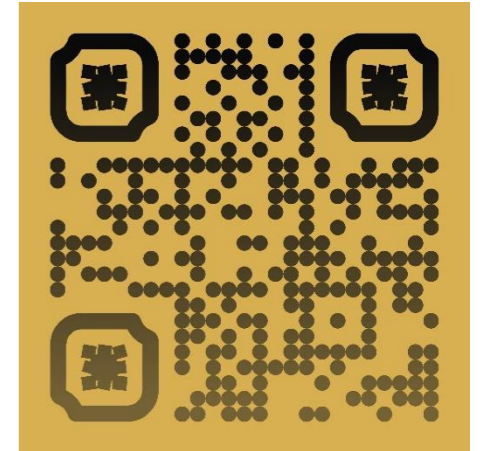
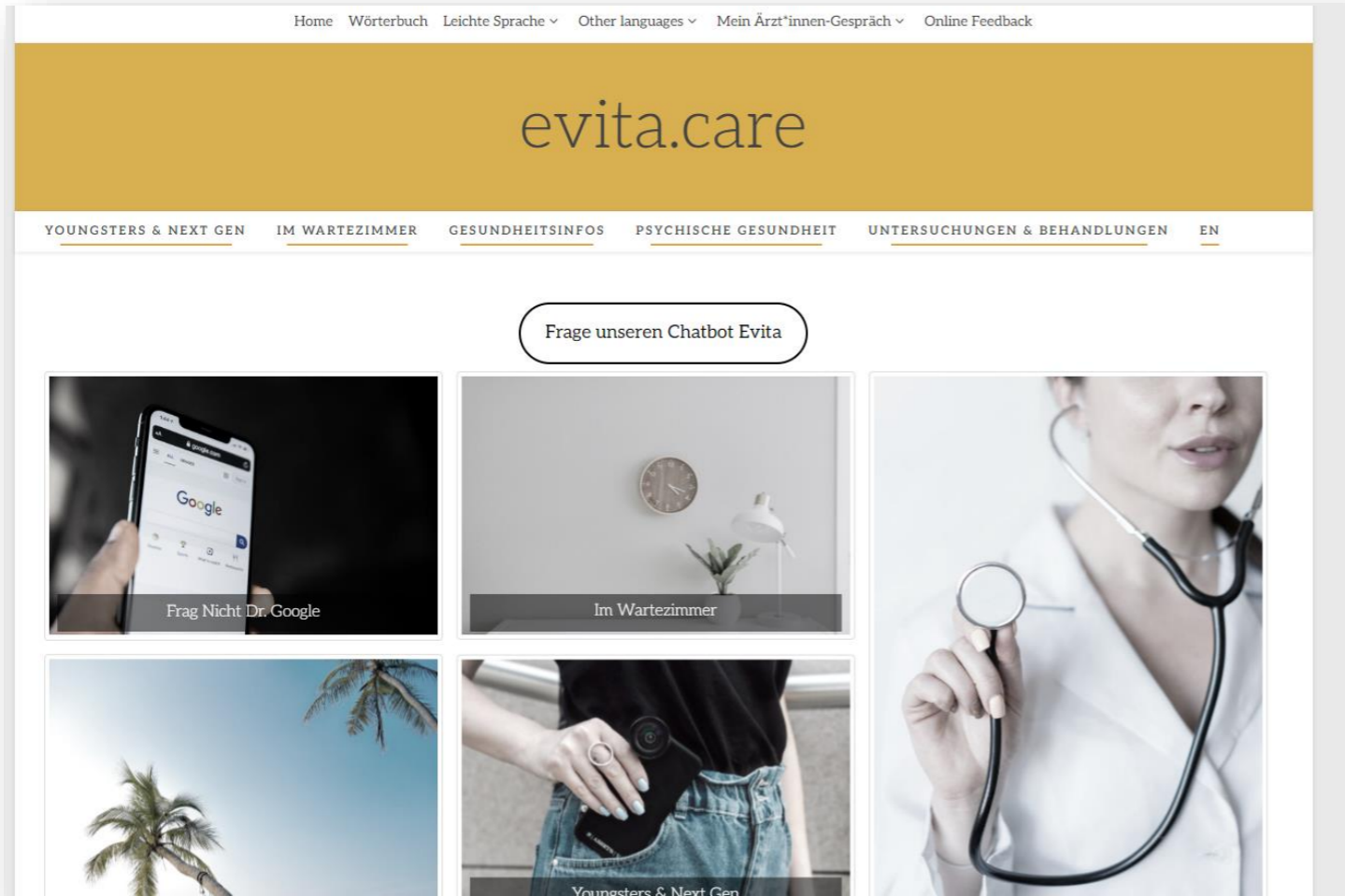
⌚ Wie – Was - Wohin



- ➔ Start: www.evita.care – 25. Juni 2024
- ➔ Teil des Nationalen Aktionsplans (Plan)
- ➔ Informations-Hub (anerkannt)
- ➔ Webseite soll mit **Validierung** betrieben werden
- ➔ Im besten Fall geht die Seite „viral“
- ➔ Aktuell: Demo Phase mit Feedback Bogen (online)
- ➔ Umsetzung in Praxis mit QR Codes
- ➔ Offene Finanzierungsanfragen und Support



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



Silke Roemer-Scheerer
sr@evita.care

Markus Roemer
mr@evita.care