

Presse-Info

Com.X-Studie erforscht journalistische Einschätzungen zu Gesundheitsthemen und Gesundheits-PR

Wie sich Kommunikation und PR im Gesundheitsbereich in Deutschland zwischen aktuellen Reformdiskussionen und langfristigen Thementrends aus Journalistensicht darstellen, ermittelten die Kommunikationsforscher des Bochumer Instituts com.X im Rahmen ihrer Langzeitstudie „Journalisten-Trends“ und befragten in diesem Jahr 108 Gesundheitsjournalisten und Fachredakteure zu Themenentwicklungen im Gesundheitsbereich sowie zu ihrer Wahrnehmung von Gesundheits-PR.

22.September 2003

Top-Thema Gesundheitsreform: Angesichts der aktuellen Bemühungen und Diskussionen um eine Neugestaltung des Gesundheitssystems verwundert es nicht, dass nahezu die Hälfte der Fachredakteure – gefragt nach zur Zeit besonders wichtigen und interessanten Gesundheitsthemen – gesundheitspolitische Aspekte nennen. Der Finanzierbarkeit des Gesundheitssystems wird besondere Relevanz beigemessen: Knapp ein Viertel der Journalisten beziehen sich, neben Allgemeinem zur Reform, auf den Aspekt der Bezahlbarkeit. Das Thema „deutsches Gesundheitssystem“ wird auch in Zukunft auf der journalistischen Agenda stehen. 84% der Befragten erwarten, dass es an Bedeutung noch zunehmen wird.

Interessant sind die Thementrends jenseits des erwartbaren Dauerbrenners Gesundheitsreform. Den Einschätzungen der befragten Gesundheitsjournalisten nach zu urteilen, kristallisieren sich hier zwei Richtungen heraus: Zum Einen nehmen kontrovers diskutierte Themen an Bedeutung zu – darunter ethische Fragen wie Stammzellenforschung und Gentechnik. 70% der Befragten meinen, dass diese Fragen künftig zunehmend in den Blick des medialen Interesses rücken. Ähnliches gilt in Bezug auf neuartige Infektionskrankheiten und Seuchen. Der Fall SARS belegt: Plötzlich auftauchende Krankheiten haben hohen Nachrichtenwert, was unter anderem der Tatsache zu verdanken sein dürfte, dass in unseren international mobilen Gesellschaften jeder schnell betroffen sein kann, wenn neue Infektionskrankheiten auftauchen. Knapp zwei Drittel der Redakteure meinen denn auch, dass der Stellenwert entsprechender Themen weiter steigen wird, ein weiteres Drittel sieht eine gleichbleibende Bedeutung.

Bemühungen und Diskussion um Reformen des Gesundheitssystems ganz oben auf der Agenda.

Zukünftige Thementrends: kontrovers diskutierte Themen ebenso wichtig wie „weichere“ Themen.

Presse-Info

Eine große Zahl von Befragten (67%) spricht jedoch auch dem „weicheren“ Themenkomplex Wellness und Anti-Aging sowie entsprechenden Präventionsthemen steigende Relevanz zu.

Die eingeschätzte hohe Bedeutung dieses Themenkomplexes steht in engem Zusammenhang mit dem Phänomen des „emanzipierten Patienten“, der sich zunehmend selbständig informiert, sich aktiv um gesundheitsfördernde Maßnahmen kümmert und Leistungen wie einen Service einfordert. Auch dieser Entwicklung des Patienten zum Quasi-Konsumenten messen 59% steigende Relevanz bei. Das Thema spielt jedoch eher im ratgeberorientierten Journalismus und somit bei Publikumsmedien eine Rolle – Journalisten bei Gesundheits-Fachmedien sehen zu einem etwas geringeren Teil (50%) eine zunehmende Bedeutung des Themas.

Beim Umgang mit PR und Informationen zu den oftmals sensiblen Themen aus dem Gesundheitsbereich legen Journalisten gesteigerten Wert auf Glaubwürdigkeit. Danach gefragt, was gute PR von Gesundheits-Akteuren ausmacht, nennen über ein Drittel der Fachjournalisten explizit den Aspekt Glaubwürdigkeit (nach den Standard-Anforderungen Themenkompetenz und journalistische Professionalität) – verglichen mit den Ergebnissen aus früheren com.X-Studien zur PR anderer Branchen ein bemerkenswert hoher Anteil. Vor allem an der Fähigkeit des Absenders zur Abstraktion von Eigeninteressen machen Journalisten glaubwürdige PR fest. Wer es schafft, den Blick über den eigenen Tellerrand zu werfen, z.B. fremde Forschungsergebnisse berücksichtigt und auch neutrale, allgemein interessierende Informationen kommuniziert, hat Aussicht auf Erfolg in seiner Pressearbeit.

Wie gut und zuverlässig sind verschiedene Akteure als Informationslieferanten aus Journalistensicht? Unabhängige Forschungsinstitutionen und Universitäten genießen unangefochten das größte Vertrauen (92% der Befragten antworten: liefern sehr gute bis liefern eher gute Infos). Doch auch Patientenverbände, gesetzliche Krankenkassen und Ärzteverbände werden von jeweils über zwei Dritteln der Redakteure als zuverlässig eingestuft. Im Mittelfeld liegen Apothekerverbände und -vereinigungen, Pharma-Unternehmen sowie politische Institutionen (jeweils rund zwei Drittel). Vergleichsweise weniger Befragte werten PR-Agenturen als gute Informationslieferanten – dies dürfte jedoch auch damit zusammenhängen, dass die Gesundheits-PR von (Service-)Agenturen oft eher als vom jeweiligen Auftraggeber kommend wahrgenommen wird.

Entwicklung vom Patienten zum Konsumenten - vorrangig relevant im ratgeberorientierten Journalismus.

Worauf es den Journalisten ankommt: Glaubwürdigkeit der Kommunikation.

Forschung und Universitäten als Informationslieferanten hoch geschätzt.

Presse-Info

Geht es um Kompetenz und Glaubwürdigkeit der eigenen Kollegen, verdeutlicht die Vielzahl gemachter Nennungen zunächst die Breite des – auch aus journalistischer Sicht qualitativ hochwertigen – Medienangebots für Gesundheitsthemen. Vor allem öffentlich-rechtliche Formate fallen auf: Über ein Viertel der Befragten nennen verschiedene, einzelne Formate der öffentlich-rechtlichen Sender als kompetent und glaubwürdig. Spitzenreiter explizit gelobter Sendungen ist das ZDF-Magazin *Praxis*, das 12% der Befragten nennen. Auch überregionale Qualitätszeitungen wie z.B. Süddeutsche (14%) und FAZ (13%) werden geschätzt. Bei den Fachzeitschriften vereinigen aufgrund der breiten thematischen Aufspaltung im Gesundheitsbereich nur größere Titel wie Ärztezeitung (13%) und Deutsches Ärzteblatt (13%) viele Nennungen auf sich, während zahlreiche weitere Fachmedien einzeln genannt werden. Außerdem relevant: Online-Medien. Wer im Internet Wege zu einem vielfältigen Themenspektrum ebnet, wird am ehesten zu den kompetenten Info-Medien gezählt. Nicht Seiten einzelner Akteure oder einzelner Medien ziehen die Aufmerksamkeit auf sich, sondern übergreifende Fachportale, die Informationen aus dem Gesundheitsbereich zusammenführen – auch hier dürfte der Aspekt der Glaubwürdigkeit wieder verstärkt im Spiel sein.

**Kompetente Kollegen:
Öffentlich-rechtliche Formate und überregionale Qualitätspresse Spitzenreiter für glaubwürdige Information**

Auf Wunsch stellen wir Ihnen Grafiken aus der Studie zur Verfügung.
Fragen der Redaktion an: Annette Siemes (Tel. 0234 / 3250-830).
com.X Institut für Kommunikations-Analyse & Evaluation
Ehrenfeldstr. 34, 44789 Bochum
Tel. 0234 / 3250-830, Fax 0234 / 3250-831
E-Mail com.x@communication-x.de