

Fritz Beske: „Gesellschaft muss sich auf demografischen Umbruch mit alternder Bevölkerung einstellen“

Studie unter DAK-Versicherten zeigt Schwierigkeiten im Alltag

Berlin, 13. Mai 2009. „Der demografische Umbruch steht bevor, die Gesellschaft ist aber hierauf noch nicht vorbereitet“. Dies sagte Gesundheitssystem-Forscher Professor Fritz Beske am Mittwoch in Berlin bei der Vorstellung der Studie „Alter und Gesellschaft“.

Demnach kritisiert jeder Zweite über 65 die zu kleine Schrift in Büchern, Zeitschriften und Magazinen. Jeder Dritte gibt an, dass im Fernsehen zu schnell, aber auch zu undeutlich gesprochen wird. Ebenso viele finden Tastaturen von Handys und Fernbedienungen zu klein. Das Institut hatte Antworten von mehr als 1700 DAK-Versicherten über 65 Jahren mit über 22.000 Einzelbemerkungen zu Schwierigkeiten im Alltag ausgewertet.

Verunsicherung durch Packungsbeilagen

„Besonders problematisch wird es, wenn Packungsbeilagen von Arzneimitteln nicht lesbar sind. Dann kann dies auch gesundheitliche Folgen haben“, erklärt Beske. Rund 13 Prozent der Befragten bezogen sich aktiv auf zu kleine Schriften, zu viele Fremdwörter und die Informationsfülle. „Viele fühlen sich verunsichert und lesen sie deshalb gar nicht. Der Beipackzettel dient aber der Sicherheit des Patienten“, warnt Beske. Da aus haftungsrechtlichen Gründen der Umfang nicht begrenzt werden könne, schlägt Beske eine zusätzliche Orientierung für ältere Patienten vor: „Jede Packungsbeilage sollte mit dem Hinweis beginnen, dass es im Interesse des Patienten liegt, die Packungsbeilage sorgfältig zu lesen und zu beachten. Dann sollten in größerer Schrift und fettgedruckt die wichtigsten Informationen vorangestellt werden. Zum Beispiel wofür das Arzneimittel angewendet wird, wie es eingenommen werden muss und wann ein Arzt aufgesucht werden muss“, erklärte Beske.

Seit der 14. Novelle des Arzneimittelgesetzes im Herbst 2005 müssen die Hersteller von Arzneimitteln zuerst ihre Beipackzettel einem sogenannten Lesbarkeitstest unterziehen. „Dass hier tatsächlich noch Verbesserungsbedarf besteht, lässt sich an den vielen Bemerkungen zu dem Thema erkennen“, sagte DAK-Chef Herbert Rebscher mit Verweis auf insgesamt 226 Hinweise der DAK-Versicherten.

Neue Zielgruppe: 50- bis 85-Jährige

Nicht nur im Gesundheitswesen gibt es nach Ansicht Beskes Anzeichen eines notwendigen Umdenkens: „Die Gruppe der 50- bis 85-Jährigen wird ab dem Jahr 2020 zahlenmäßig größer sein als die der 15- bis 49-Jährigen. Allein um Kunden nicht zu verlieren, wird es tief greifende Veränderungen in Handel und Medien geben müssen“, erklärte Beske.

Mehr als 27 Prozent der älteren Menschen vermessen der Studie zufolge bei Broschüren Möglichkeiten der persönlichen Nachfrage. Dies deckt sich mit den Erfahrungen der DAK: Der persönliche Kontakt zum kompetenten Ansprechpartner ist vor allem bei älteren Kunden gefragt. „Sie wenden sich unserer Erfahrung nach nicht gern an Online-Filialen, sondern an ihren DAK-Berater vor Ort“, sagte DAK-Chef Herbert Rebscher. Neben dem dichten Netz an Servicezentren nehme die DAK ihren Versorgungsauftrag in diesem Punkt erfolgreich wahr. Zudem prüft die DAK Kundenmedien immer wieder auf Verständlichkeit für die ältere Generation hin.

Altersgerechte Angebote im Trend

Eine intensive Betreuung durch die Krankenkasse gibt es vor allem bei chronischen Erkrankungen wie Diabetes Mellitus Typ 2 oder die Koronare Herzkrankheit (KHK), von denen vornehmlich ältere Menschen betroffen sind. Deshalb steht die persönliche Betreuung auch im Vordergrund des Projekts „Besser leben“ für chronisch Kranke Menschen in der DAK. In Bayern und Baden Württemberg helfen feste Ansprechpartner ergänzend zur ärztlichen Therapie Chronikern auf Wunsch dabei, ihre Krankheit selbst zu managen und einen gesünderen Lebensstil zu entwickeln. Die eingeschriebenen Versicherten werden regelmäßig zwischen den Arztbesuchen telefonisch unterstützt. Hierdurch soll der Krankheitsverlauf verlangsamt, der Gesundheitszustand stabilisiert und möglichst verbessert werden.

„Den Bedürfnissen älterer Menschen angemessene Information sowie persönliche Kundenbetreuung wird es sicherlich künftig auch in anderen Bereichen verstärkt geben müssen. Mancher Handyhersteller, Fernsehsender oder Dienstleister wird erkennen, wie wichtig die Zielgruppe ist, die da gerade heranwächst“, fasste Beske zusammen.