

DO NOTs kommunizieren – eine Herausforderung

David Klemperer
Workshop Negativempfehlungen
Jahrestagung DNEBM 14.3.2015



DO NOT läuft quer zu Denkweisen in der Medizin

- (be)handeln ist besser als nicht (be)handeln
- Abweichungen von der Norm müssen gefunden und korrigiert werden
- Neu / mehr / teurer / früher ist besser
- Medizin ist der wichtigste Weg zur Gesundheit
- ...

- ➔ intuitive Annahmen über den Nutzen von Medizin
- ➔ verbreitet
- ➔ fördert die Do_s / erschwert die Do Not_s










Communicating information about "what not to do" to consumers

Expertise zur Psychologie






- Menschen neigen dazu,
 - positiv beschriebene Optionen zu wählen, wenn sie Optionen als sicher wahrnehmen
 - negativ beschriebene Optionen zu wählen, wenn sie die Optionen als riskant wahrnehmen
- Geschichten vermitteln Botschaften mit hoher Überzeugungskraft, insbesondere von Personen, mit denen man sich identifiziert.
- Decision aids können hilfreich sein.

Santa J. BMC Medical Informatics and Decision Making 2013

Table 1 Consumer Reports heart/vascular prevention test ratings: asymptomatic men, 45–54 years of age

Heart test	Rating	Benefits	Risks	Cost
Blood pressure		Substantial	Minimal	Minimal
Cholesterol		Substantial	Minimal	Minimal
Blood glucose (diabetes)		Minimal	Minimal	Minimal
C-reactive protein		Minimal	Minimal	Minimal
Clogged peripheral arteries		Minimal	Moderate	Substantial
Clogged carotid arteries		None	Moderate	Substantial
Abdominal aortic aneurysm		None	Moderate	Substantial
Electrocardiogram (EKG or ECG)		None	Moderate	Moderate
Stress test (EKG)		None	Moderate	Moderate

Footnote: Ratings focus on whether “benefits outweigh risk.” The symbol key is as follows:

 Very Likely
  Likely
  Uncertain
  Unlikely
  Very Unlikely

ABIMF und CR Marktforschung vor dem Launch April 2012

Consumer

- skeptisch bezüglich Botschaften von Überversorgung
- wichtig: Übereinstimmung der Botschaften mit dem, was die Ärzten sagen
- Sorge, dass die Botschaften von Versicherungen oder der Regierung kommen

Ärzte

- motivierend: „wise choices“, Patienten unterstützen, ethische Prinzipien / Physician Charter verwirklichen → positives Selbstbild
- weniger motivierend: Allgemeinwohl, faire Verteilung endlicher Ressourcen, Nachhaltigkeit des Gesundheitssystems

Fazit zu Kommunikation von overuse

- Bruch mit bisherigem Wissen, Erwartungen
- Botschaften von Quellen, denen Adressaten vertrauen, insbes. Ärzten
- Fokus auf Sicherheit, wenn möglich
- verständliche Sprache
- Verbreitung über Massenmedien und an den Einzelnen
- Unterstützung der Botschaft von großen Organisationen mit Zugang zu Nutzern
- Nutzer bleiben skeptisch, Verstärkungen erforderlich
- DO NOT ergänzen durch DO

2 Denksysteme

schnell / langsam

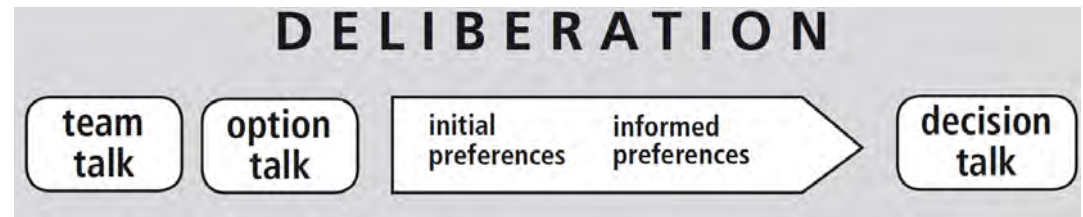
System 1 / 2

erfahrungsbezogen / analytisch

- “gute” Entscheidungen: beide Systeme
- Stimuli/Wahrnehmungen von Dingen/Ereignissen
versehen wir automatisch mit einem Affekt, der diese
Stimuli als gut oder schlecht markiert

sehr starker Affekt:

- analytisches System beeinträchtigt
z.B. „Taubheit“ für Wahrscheinlichkeiten



BMJ

Effect of evidence based risk information on “informed choice” in colorectal cancer screening: randomised controlled trial

Anke Steckelberg, senior researcher in health sciences and education,¹ Christian Hüffenhaus, study assistant,¹ Burkhard Haastert, statistician,² Ingrid Mühlhauser, professor of health sciences and education, medical doctor¹

