

Arbeitsergebnisse der AG 3/ Gruppendiskussion

E-Health und Digitalisierung

<u>TEIL 1¹</u>		<u>TEIL 2²</u>		<u>Themen für die Verbände</u>
Erfahrungen	Nutzung	Zukunft/ Wünsche	Fragen/ Kritik	
Grundsätzlich: Schon beim Zusammentragen in unserer Arbeitsgruppen kamen sehr viele Ergebnisse zusammen, obwohl viele Teilnehmer zu Beginn geäußert hatten, „dass sie nichts wissen“				Digitale Entwicklungen müssen von den Verbänden verstärkt kritisch begleitet und aktiv mitgestaltet werden
				Um Entwicklungen bewerten zu können, muss zuerst klar sein, was die Bewertungskriterien sind
				Eine Tagung veranstalten, um das Thema zu vertiefen: nur wer informiert ist, kann sich einmischen

¹ Bezieht sich auf die Präsentation S. 8. Sind die Erfahrungen und Kenntnisse der TN der AG, hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit oder Richtigkeit. Auflistung ist nicht als Werbung für bestimmte Produkte zu verstehen, dient nur der Sichtung des Erfahrungsfeldes der Gruppe

² Bezieht sich auf die Präsentation S. 9, siehe auch Anmerkungen Fußnote 1

<u>TEIL 1³</u>		<u>TEIL 2⁴</u>		<u>Themen für die Verbände</u>
Erfahrungen	Nutzung	Zukunft/ Wünsche	Fragen/ Kritik	
Angebote der Krankenkassen	Für Mitglieder der KKs	„ich möchte eine elektronische Gesundheitsakte, über die ich selbst verfügen kann“		Wie können Informationen auch wieder gelöscht werden? Umgang mit Fehldiagnosen
Therapieprogramme der Krankenkassen				Wann macht ein digitales Angebot Sinn, wann ein persönliches? Muss beides kombiniert werden
Spezialangebote der KH für bestimmte Gesundheitsthemen z.B: „Lauf geht`s“				
Bonusprogramme				
Chatforen				
Spezifische Diskussionsforen in Face-Book, z.B. Trauma	Häufig Klarnamen und Details zur Person notwendig	Anonymität und Datenschutz sichern		
LV PE: Chatgruppe, Whats APP Chat mit Rainer Höflacher	Für Mitglieder IPE	Bekanntheit steigern		

³ Bezieht sich auf die Präsentation S. 8. Sind die Erfahrungen und Kenntnisse der TN der AG, hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit oder Richtigkeit t. Auflistung ist nicht als Werbung für bestimmte Produkte zu verstehen, dient nur der Sichtung des Erfahrungsfeldes der Gruppe

⁴ Bezieht sich auf die Präsentation S. 9, siehe auch Anmerkungen Fußnote 1

<u>TEIL 1⁵</u>		<u>TEIL 2⁶</u>		<u>Themen für die Verbände</u>
Erfahrungen	Nutzung	Zukunft/ Wünsche	Fragen/ Kritik	
Onlineberatungen	Anonym möglich	Bekanntheit steigern		
Telefonseelsorgen, https://www.telefonseelsorge.de/?q=taxonomy/term/760 „Seelefon“ http://www.bapk.de/angebote/seelefon.html Projekt Suicidprohylaxe beim BPE				

Online (Therapie)Programme	In der Regel kostenpflichtig, 1. Nutzung häufig kostenfrei			
Online Gehirnjogging				
z.B. Selfapy https://www.selfapy.de/				
z.B. Deprexis https://www.deprexis24.de/				

⁵ Bezieht sich auf die Präsentation S. 8. Sind die Erfahrungen und Kenntnisse der TN der AG, hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit oder Richtigkeit. Auflistung ist nicht als Werbung für bestimmte Produkte zu verstehen, dient nur der Sichtung des Erfahrungsfeldes der Gruppe

⁶ Bezieht sich auf die Präsentation S. 9, siehe auch Anmerkungen Fußnote 1

<u>TEIL 1⁷</u>		<u>TEIL 2⁸</u>		<u>Themen für die Verbände</u>
Erfahrungen	Nutzung	Zukunft/ Wünsche	Fragen/ Kritik	
Suchmaschinen/ Infoportale			Angebot der Infoportale ist viel zu unübersichtlich Informationsflut sortieren	Wie kann die Verfügbarmachung der Informationen konkret vor Ort verbessert werden
Z .B. für Therapeuten https://psych-info.de/			Ressourcen bündeln, Wartezeiten verkürzen	
Wegweiser Psychiatrie Baden-Württemberg https://sozialministerium.baden-wuerttemberg.de/de/service/publikation/did/wegweiser-psychiatrie/ regionale Wegweiser		Unübersichtlich Oft nicht aktuell: Wie finde ich schnell ein regionales aktuell richtiges Angebot?????	Schlagwortsuche Aktualität!	Wie kann die Aktualität der Informationen verbessert werden, wenn die Dinge sich so dynamisch entwickeln? Kann das Sozialministerium eine landesweite Plattform aufbauen?

⁷ Bezieht sich auf die Präsentation S. 8. Es sind die Erfahrungen und Kenntnisse der TN der AG, hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit oder Richtigkeit. Auflistung ist nicht als Werbung für bestimmte Produkte zu verstehen, dient nur der Sichtung des Erfahrungsfeldes der Gruppe

⁸ Bezieht sich auf die Präsentation S. 9, siehe auch Anmerkungen Fußnote 1

<u>TEIL 1</u>⁹		<u>TEIL 2</u>¹⁰		<u>Themen für die Verbände</u>
Erfahrungen	Nutzung	Zukunft/ Wünsche	Fragen/ Kritik	
APPS zur individuellen Nutzung				
WRAP (Recovery) https://www.wrapandrecoverybooks.com/store/the-wrap-app_moreinfo.html	Nur englische Version verfügbar	Deutsche Version		Können Empfehlungen gegeben werden?
Kontaktapps zu Ärzten und Therapeuten			Checkliste für einen Arztgespräch für mich als Patient	
ARYA https://www.aryaapp.co/				Wie kann es mehr Transparenz geben, wer hinter den Produkten steht?
Fragebogen für Betriebe zur Betrieblichen Gesundheit		Häufig unklar, wer hinter den APPs tatsächlich steckt	Was passiert mit den Ergebnissen in den Unternehmen?	Welche Ziele werden verfolgt? Klärung von Datenschutzanforderungen Ethische Grundlagen

⁹ Bezieht sich auf die Präsentation S. 8. Es sind die Erfahrungen und Kenntnisse der TN der AG, hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit oder Richtigkeit. Auflistung ist nicht als Werbung für bestimmte Produkte zu verstehen, dient nur der Sichtung des Erfahrungsfeldes der Gruppe

¹⁰ Bezieht sich auf die Präsentation S. 9, siehe auch Anmerkungen Fußnote 1

<u>TEIL 1¹¹</u>		<u>TEIL 2¹²</u>		<u>Themen für die Verbände</u>
Erfahrungen	Nutzung	Zukunft/ Wünsche	Fragen/ Kritik	
Forschungsprojekte	Siehe auch Hinweise in Präsentation			Informationelle Selbstbestimmung und Unterstützung der Autonomie muss mehr Beachtung finden
EmmA: ein Avatar soll bei psychischen Problemen am Arbeitsplatz helfen https://idw-online.de/de/news703501 eMMA: patientenorientiertes digitales Medikationsmanagement https://www.magic.com/blog/e-health-projekt-emma/	Verwirrung: manchmal sind sogar die Namen gleich, nur die Schreibweise anders!			Wie findet die Information zu den Forschungsprojekten im Land statt?

¹¹ Bezieht sich auf die Präsentation S. 8. Es sind die Erfahrungen und Kenntnisse der TN der AG, hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit oder Richtigkeit. Auflistung ist nicht als Werbung für bestimmte Produkte zu verstehen, dient nur der Sichtung des Erfahrungsfeldes der Gruppe

¹² Bezieht sich auf die Präsentation S. 9, siehe auch Anmerkungen Fußnote 1