

### 3. Fotos

|   |  |
|---|--|
|   | <p><b>Empfehlung</b></p> <p><b>„Zu dem Einsatz von Fotos kann keine Empfehlung gegeben werden.“</b></p> <p>Zustimmung: 10, Ablehnung: 0, Enthaltung: 0</p> <p><b>Qualität der Evidenz:</b> mittlere Qualität</p> |
| <p><b>Kommentar der LEG zur Empfehlung:</b></p> <p>Zu dem Vergleich von Text, der durch Fotos ergänzt wird, mit dem Text allein, kann keine Empfehlung gegeben werden.</p> <p>In einer Studie konnten keine Effekte auf die kognitiven Endpunkte Wissen und Verständlichkeit / Lesbarkeit sowie auf den affektiven Endpunkt Akzeptanz / Attraktivität gezeigt werden. Bei einer großen Heterogenität von Fotos und ihrer Anwendbarkeit, ist die Übertragbarkeit dieser Ergebnisse fraglich.</p> |  |

## Zusammenfassung der Ergebnisse

### Charakteristika der eingeschlossenen Studien

Zu diesem Vergleich wurde eine Studie eingeschlossen. In dieser wurden 143 Darmkrebspatientinnen und Patienten, mittleres Alter 68 Jahre, in den Niederlanden untersucht (1). Die Intervention bestand aus einer Information zu einem endoskopischen Operationsverfahren ergänzt durch affektive Illustrationen in Form von Fotos, auf denen Professionelle (z.B. Ärztinnen, Ärzte oder Pflegende) mit und ohne Patientinnen / Patienten abgebildet sind.

### Ergebnisse zu den relevanten Endpunkten

Zu den Endpunkten Wissen, Verständlichkeit und Akzeptanz / Attraktivität konnte kein Effekt durch ergänzende Fotos gezeigt werden (1).

### **Wissen**

Wissen wurde anhand elf offener Fragen zu dem Operationsverfahren abgeprüft. Es wurde kein signifikanter Unterschied zwischen der Gruppe mit Fotos und der mit Text allein gezeigt (1).

### **Verständlichkeit / Lesbarkeit**

Die Verständlichkeit der Information wurde durch die Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf einer Likert-Skala (ein Item) eingeschätzt. Es wurde kein signifikanter Unterschied zwischen den Gruppen gezeigt (1).

### **Akzeptanz / Attraktivität**

Die Attraktivität der Information wurde auf einer Likert-Skala (ein Item) eingeschätzt. Es wurde kein signifikanter Unterschied zwischen den Gruppen gezeigt (1).

### **Begründung für die Empfehlung**

Da nur aus einer Studie Ergebnisse vorliegen, können diese nicht verallgemeinert werden. Bei der Wirkung von Fotos, auf denen Personen abgebildet sind, spielen vermutlich Genderaspekte sowie die kulturelle und ethnische Vielfalt eine Rolle. Insofern ist die Übertragbarkeit der Ergebnisse auf eine andere Zielgruppe oder auch auf vergleichbare Interventionen fraglich. Fotos mit anderen Inhalten, also bspw. Gegenstände oder Räumlichkeiten, wurden in dieser Studie gar nicht adressiert.

Zudem wurde in der LEG diskutiert, dass diese eine Studie, in der keine Unterschiede gezeigt werden konnten, nicht genauso gewertet werden kann, wie eine Studie mit relevanten Ergebnissen (vgl. 2. Cartoons). Daher stimmte die LEG gegen eine offene Empfehlung und dafür, dass keine Empfehlung zum Einsatz von ergänzen Fotos gegeben werden kann.

Weitere Informationen zu den Ergebnissen und Erhebungsmethoden können den Evidenztabelle und den Zusammenfassungen der Studien (*study fact sheets*) entnommen werden.