

Tipps für das erste afgis-Qualitätslogo

Inhalt

Die afgis-Transparenzkriterien.....	1
Tipps zum Vorgehen: Sie wollen Ihre Webseite prüfen lassen	1
Wie Sie die Transparenzkriterien umsetzen können	2
Was die Prüfung im Einzelnen erfordert	3
Hinweise zu einzelnen Kriterien.....	6

Die afgis-Transparenzkriterien

Die Transparenzkriterien beschreiben im Einzelnen, worum es eigentlich geht: Die Nutzer*innen sollen nachvollziehen können, wer Sie sind und wie Sie Ihre Gesundheitsinformationen erstellen.

*Transparenz ist immer Transparenz für die Nutzer*innen.* Wenn es die Gesundheit betrifft, ist die Qualität von Online-Informationen eventuell lebenswichtig für Ihre Leser*innen.

Zum Beispiel Kriterium 7 - die Trennung von Werbung und redaktionellem Beitrag - erfordert die Erläuterung Ihrer „grundsätzlichen Haltung zu Werbung und Sponsoring“. Dies mit Blick auf die Bedürfnisse der Nutzer*innen zu tun, bedeutet, sich als vertrauenswürdigen Ansprechpartner zu präsentieren, der die Qualität von Gesundheitsinformation ernst nimmt und keine Vermischung mit Produktangeboten toleriert.

Tipps zum Vorgehen: Sie wollen Ihre Webseite prüfen lassen

- Sich vorbereiten: Es ist sinnvoll, sich die Transparenzkriterien und die weiteren Informationen vor der Prüfungsanmeldung gut anzusehen. Am besten testen Sie die Prüfungspunkte einzeln durch. Erfahrungsgemäß sind bei nach dem ersten Prüfungsdurchgang noch einige Änderungen einzuarbeiten. Je besser Sie sich und Ihre Webseite vorbereiten, desto schneller können Sie die Prüfung abschließen.
 - [Transparenzkriterien](#)
 - [Transparenzbausteine](#)

- Ist meine Webseite afgis-tauglich?
- afgis-Webseiten: Die Anbieter, die das Siegel schon tragen, präsentieren viele verschiedene Beispiele für eine Umsetzung der afgis-Transparenzkriterien. Wenn Sie sich dort „durchklicken“, erfahren Sie auch aus Besucher*innen-Sicht, wie die Qualitätslogo-Seiten funktionieren.
 - Wer hat das afgis-Qualitätslogo?
- Art der Prüfung: Bei einer Standard-Prüfung kann das Angebot nur zweimal insgesamt zur Prüfung abgegeben werden, das ist meistens für Erst-Einreicher nicht ausreichend. Da wir keinen Support über die Prüfung hinaus anbieten können, stellt das Premium-Modul mit viermaligem Einreichen innerhalb von 2 Monaten eine gute Lösung dar.
 - Qualitätsprüfung, Kosten
- Angebot einreichen: Erst wenn Sie soweit alle Anforderungen abgedeckt haben und Ihre Webseite entsprechend angepasst ist, melden Sie Ihr Angebot zur Prüfung an. Das hat den Vorteil, dass Sie Zeit gewinnen, da die Laufzeit des Logos schon mit dem Anlegen des Prüfungsmoduls beginnt.
 - Von der Anmeldung zur Prüfung bis zum Qualitätslogo

Wie Sie die Transparenzkriterien umsetzen können

Die Umsetzung der Transparenzkriterien kommt in verschiedenen Bereichen eines Webangebots zum Tragen: Neben den Pflicht-Seiten empfehlen wir Ihnen, die geforderten Informationen an einem oder zwei anderen Orten - wie einer Editorial Policy bzw. Redaktionsrichtlinien - unterzubringen.

Erforderliche Web-Dokumente

Gesetzlich vorgeschrieben sind das Impressum, die Datenschutzerklärung und gegebenenfalls eine Erklärung zur Barrierefreiheit. Ebenso ist die Trennung von Werbung und redaktionellen Inhalten ein Muss für Online-Medien. Näheres dazu hier: Transparenzbausteine , Barrierefreiheit

Weitere Bausteine

Wenn Sie die notwendigen Erklärungen für Ihre Nutzer*innen zusammenfassen möchten, können Sie eine Seite mit einer Editorial Policy bzw. Redaktionsrichtlinien anbieten. Darin lassen sich die Angaben zu den Punkten 2-6 unterbringen:

- Zielgruppe
- Autor*innen

- Quellen
- Aktualisierungen
- Qualitätssicherung und
- Feedback-Möglichkeiten

Alles zu Werbung, Finanzierung und Sponsoring sowie Kooperationen und Vernetzung kann dort auch Platz finden oder auf Seiten wie „Über uns“ oder ähnlichen Menüpunkten unterkommen.

Hauptsache ist, dass die Erläuterungen vollständig vorhanden und gut zu finden sind.

Beispiel-Seiten

Um zu demonstrieren wie z.B. die Aktualisierung eines Artikels angezeigt wird oder wie Sie Werbung kennzeichnen, wird die Angabe von einzelnen Beispiel-Seiten von Ihnen erwartet. Das bedeutet auch, dass diese Seiten während der Laufzeit des Logos öffentlich zugänglich sein müssen.

Was die Prüfung im Einzelnen erfordert

Ort/Dokument: Wo die entsprechende Information unterbracht werden kann

afgis-Qualitätslogo: Angaben befinden sich auf der Logo-Seite des Anbieters bei afgis.de

url: Ja - Sie müssen eine url angeben | (Ja) - Nur dann, wenn Sie die Auswahl ankreuzen

Die genauen Prüfungspunkte finden Sie bei [Ist meine Webseite afgis-tauglich?](#)

Transparenzkriterium		Prüfungsformular		Ort / Dokument	url
1.	Die Anbieter	1.	1 Angaben zur Organisation und zur rechtlich verantwortlichen Person:	Impressum	Ja
		1.2	Tätigkeitsbereich der Anbieterin/des Anbieters	afgis-Qualitätslogo	
		1.3	Benennung der Auftraggeberin/des Auftraggebers	afgis-Qualitätslogo	
2.	Zweck und Zielgruppe(n) der angebotenen Information	2.1	Zweck des Angebotes	Editorial Policy Redaktionsrichtlinien Über uns etc.	Ja

Transparenzkriterium	Prüfungsformular	Ort / Dokument	url	
	2.2	Elemente des Angebotes	afgis-Qualitätslogo	
	2.3	Zielgruppe(n) des Angebots	Editorial Policy Redaktionsrichtlinien Über uns etc.	Ja
3. Autoren und Informationsquellen	3.1	Benennung von Autoren- und Urheberschaft	Beispiel-Seite	Ja
	3.2	Allgemeine Informationen über die Autoren	Editorial Policy Unsere Autor*innen Die Redaktion etc.	Ja
	3.3	Erfassung und Offenlegung von potentiellen Interessenkonflikten der Autoren	Wenn ja: Editorial Policy Unsere Autor*innen Die Redaktion etc	(Ja)
	3.4	Kennlichmachung externer Quellen	Wenn ja: Beispiel-Seite	(Ja)
	3.5	Nutzung von Informationsmodulen (z.B. Nachrichtendienste, Datenbanken) externer Anbieter	Wenn ja: Nutzungserklärung (Über uns etc.) und Beispiel-Seite	(2)
4. Ersterstellung, Aktualität und geplante Pflege der Inhalte und Daten	4.1	Redaktionelle Beiträge	Beispiel-Seite	Ja
	4.2	Editorial Policy	Editorial Policy Redaktionsrichtlinien	Ja
	4.3	Strukturdaten oder systematische Datensammlungen zur Gesundheitsversorgung (Datenbanken, Verzeichnisse von	Wenn ja: Nutzungserklärung	(2)

Transparenzkriterium		Prüfungsformular		Ort / Dokument	url
			Kliniken, Selbsthilfegruppen etc.)	(Über uns etc.) und Beispiel-Seite	
5.	Möglichkeit für Rückmeldungen seitens der Nutzer	5.1	Ansprechpartnerin/Ansprechpartner für Kontakt und Problemfälle	afgis-Qualitätslogo	
		5.2	Zeitnahe Bearbeitung von Rück- und Fehlermeldungen	afgis-Qualitätslogo	
6.	Verfahren der internen Qualitätssicherung	6.1	Folgende Elemente bzw. Instrumente zur Qualitätssicherung werden eingesetzt	afgis-Qualitätslogo	
		6.2	Das Vorgehen zur Qualitätssicherung kann an folgender Stelle eingesehen werden	Editorial Policy Redaktionsrichtlinien Über uns etc.	Ja
7.	Trennung von Werbung und redaktionellem Beitrag	7.1	Kennzeichnung von Werbung	Wenn ja: Beispiel-Seite	(Ja)
		7.2	Grundsätzliche Haltung zu Werbung und Sponsoring	Editorial Policy Redaktionsrichtlinien Über uns etc.	Ja
8.	Finanzierung und Sponsoring	8.1	Das Angebot finanziert sich durch	afgis-Qualitätslogo	
		8.2	Diese Angaben finden sich an folgender Stelle	Editorial Policy Redaktionsrichtlinien Über uns etc.	Ja
9.	Kooperationen und Vernetzung	9.1	Wenn ja:	afgis-Qualitätslogo	(Ja)

Transparenzkriterium	Prüfungsformular	Ort / Dokument	url
	Angaben zu Kooperationen		
	9.2 Diese Angaben finden sich an folgender Stelle	Editorial Policy Redaktionsrichtlinien Über uns etc.	(Ja)
10. Datenschutz, Datenübermittlung und Datenverwendung	10.1	Datenschutzerklärung	Ja
	10.2 Analyse und Verwendung von Nutzer- oder Nutzungsdaten	Datenschutzerklärung	Ja
	10.3 Übermittlung von Anfragen persönlichen Inhalts	Datenschutzerklärung Kontakt	Ja
			13-22

Hinweise zu einzelnen Kriterien

Trennung von Inhalt und Werbung

Eine Frage, die immer wieder gestellt wird: Wie müssen Werbung, Anzeigen oder gesponserte Artikel gekennzeichnet werden, um den afgis-Kriterien zu entsprechen?

In der Grafik rechts sehen Sie Möglichkeiten, Werberebereiche abzugrenzen. Wichtig ist, dass die Nutzer*in **auf den ersten Blick** erkennt, dass es sich um einen Werbe-Link oder eine Anzeige handelt. Hier darf es keine Zweifel geben. Daher empfehlen wir, diese Bereiche neben einer Benennung, farblich deutlich abzugrenzen.

Auch bei gesponserten Artikeln sollte die Kennzeichnung sofort erkennbar am Seitenanfang stehen, Es ist nicht ausreichend, am Ende des Artikels zu erwähnen, wer den Artikel gesponsert hat.

Die afgis-Kriterien basieren auf den *gesetzlichen Vorschriften des Telemediengesetzes (TMG) und des Gesetzes zum unlauteren Wettbewerb*, siehe Transparenzbausteine

