

good healthcare group veranstaltet „Patient Experience Hub“

## Der Human Touch in der Patientenbetreuung

Der Patient und seine Bedürfnisse im Gesundheitssystem standen bei der Kundentagung, die von der Berliner good healthcare group (ghg) Mitte Mai veranstaltet wurde, im Mittelpunkt der Vorträge und Diskussionen. Dr. Heike Niermann, Chief Operating & Performing Officer bei der ghg, machte in ihrem Vortrag deutlich, dass bei allen Möglichkeiten, die digitale Lösungen bei Patientenmanagementprogrammen bringen, ein Aspekt nicht unterschätzt werden sollte, nämlich der „Human Touch“. „Digital braucht Persönlichkeit“, lautete Niermanns Fazit, das auch gleichzeitig als Empfehlung an die anwesenden Teilnehmer verstanden werden durfte. Erfolgreiche Patientenmanagementprogramme zeichnen sich ihrer Einschätzung nach dadurch aus, dass sie bei der Unterstützung der Patienten in ihren individuellen Bedürfnissen die richtige Balance zwischen dem Human Touch und den technologischen Möglichkeiten bilden. Thomas-Marco Steinle, Gründer und CEO der ghg, hob in seinen Ausführungen seine langjährigen Erfahrungen mit der Entwicklung und Umsetzung von Patientenmanagementprogrammen hervor. Um die Bedeutung der Kombination von digital und persönlich zu unterstreichen, zitierte er Goethe mit den Worten: „Es muss von Herzen kommen, was auf Herzen wirken soll.“

» Zunächst begrüßte Wolfgang Höfers, CSO der good healthcare group, die Teilnehmer in den Räumen des Unternehmens im Berliner Hauptbahnhof. Die Veranstaltung stand dieses Mal unter dem Motto „feel the heartbeat – manage health“. Höfers führte in die Thematik des „Patient Experience Hub“ ein, indem er auf die Frage, wie digital die Gesundheit werde, antwortete: „Das Vertrauen in diese Lösungen entscheidet über den Erfolg.“ Gesundheit sei nun mal das höchste Gut, deshalb sei die Frage nach dem Vertrauen zentral. Und Höfers weiter: „Der Faktor Mensch ist gerade auch bei digitalen Lösungen nicht wegzudenken.“ Dass es eine konkrete digitale Entwicklung im Gesundheitswesen gebe, machte Höfers an dem vom Bundesgesundheitsministerium geplanten Digitale Versorgung Gesetz (DVG) fest. Interessant sei, dass Ärzte Honorareinbußen zu befürchten hätten, wenn sie bis 2021 nicht an der Telematik-Infrastruktur teilnähmen. „Noch viel interessanter finde ich den Aspekt, dass das Thema Video-Sprechstunde ganz deutlich nach vorne gestellt wird.“ Ebenso hervorzuheben sei die Planung, dass Krankenkassen in Zukunft Gesundheits-Apps erstatten können, so Höfers.

### *Vertrauen in diese Lösungen entscheidet über den Erfolg*

Wie dringend notwendig gesetzliche Rahmen für die digitale Entwicklung im Gesundheitswesen tatsächlich sind, zeigte Sascha Glanemann, Geschäftsführer Specialty Medicines bei Teva, in seinem Vortrag „Erfolg durch Patienten-

betreuung im digitalen Zeitalter“. Denn Glanemanns Ansicht nach sind Patienten wichtige Treiber der digitalen Entwicklung. Da Patienten einfach Menschen seien, gelten für sie die Trends, die die digitale Entwicklung bestimmen werden. Als wichtige Digital-Trends identifizierte Glanemann: Power to the people, Unique is the new common, Sharing is the new satisfaction sowie The end of the eye contact. Was bedeute „Power to the people“? Durch mobile Technologien und Social Media werde es den Menschen ermöglicht, sich zu jeder Zeit und an jedem Ort notwendige Informationen abzurufen. Mit der Konsequenz, dass sich die Menschen informierter, engagierter und proaktiver um viele Aspekte ihres Lebens kümmern – auch um ihre Gesundheit. Patienten kämen nun zunehmend informierter in die Arztprechstunde. Was wiederum zur Folge habe, dass sich die Ansprüche und Anforderungen der Patienten an Ärzte und medizinisches Fachpersonal ändere.

### *Nutzer sind bereit, ihre Gesundheitsdaten zu teilen, wenn ...*

Der Trend „Unique ist the new common“ mache deutlich, dass viel mehr individuelle Lösungen gefragt seien. Als spannend betrachtet Glanemann die Entwicklung des „Sharing is the new satisfaction“. In seinem Vortrag zeigte er auf, dass laut Umfragen 94 Prozent der Patienten bereit seien, ihre Healthcare-Daten mit dem Arzt zu teilen. Interessant sei darüber hinaus, dass ebenfalls 94 Prozent der Social-Media-Nutzer sagten, dass ihre Gesundheitsdaten für

Forschung genutzt werden könnten, wenn dadurch andere betroffene Patienten einen Nutzen davon hätten. Da Convenience auch in digitalen Lösungen im Healthcare-Bereich von großer Bedeutung sei, werde auch der Trend „The end of the eye contact“ weiter zunehmen. Glanemanns Fazit angesichts dieser Trends lautete denn auch: „Digitale Tools werden das medizinische Wissen verstärkt in die Sprache des Patienten übersetzen und diese somit befähigen, besser ihre eigenen Entscheidungen aufgrund dieser Informationen zu treffen.“ Auch sei die Zeit der „one fits all“-Maßnahmen überholt, da Patienten noch stärker individuelle Lösungen einforderten.

### *Der Faktor Mensch ist zentral*

Dr. Heike Niermann präsentierte in ihrem Vortrag „Digital braucht Persönlichkeit – Human Touch im Patienten-Management“ die Bedeutung des Faktor Mensch für die Entwicklung erfolgreicher Patientenmanagementprogramme. Wie die Nutzung digitaler Möglichkeiten schon heute das Verhalten der Consumer und Patienten beeinflusst habe, machte Niermann an Daten aus einer Bertelsmann-Studie von 2018 deutlich: So recherchiere jeder Zweite mindestens einmal im Monat Gesundheitsthemen im Netz. 58% befragten laut Studie erst Dr. Google, bevor sie wegen Beschwerden einen Arzt konsultierten. Auch nach einem Arztbesuch würden 62 Prozent nochmals im Internet recherchieren.

Mit Blick auf die Möglichkeiten digitaler Lösungen im Bereich der Pati-

Berufsverband der Pharmaberater e.V. Deutschland:

## Ärzte und Kliniken sperren sich gegen Besuche der Pharmaindustrie!



Es war erst ein Einzelfall, jedoch jetzt nehmen die Ausmaße zu, dass Pharmaberater der Pharmaindustrie in Kliniken und Arztpraxen wegen unqualifizierter Beratung nicht mehr empfangen werden.

Die Begründung der Ablehnung liegt in der nicht ausreichenden fachlichen und verbindlichen Beratung der Fachgruppen. Ein weiterer Faktor sind Rahmenverträge mit

den Krankenkassen, KV-Aktivitäten und Unterlaufen der Pharmakovigilanz der Pharmaindustrie.

Die Stimmung in den Fachkreisen ist sehr unterschiedlich, denn die ureigenste Aufgabe des Pharmaberaters ist die Fachkreise interdisziplinär zu beraten. Jedoch haben einige Anbieter bei dem Gesetzestext auch nach über 40 Jahren immer noch nicht verstanden, dass es sich hierbei schwerpunktmäßig um eine Beratung handelt und kein Verkauf erste Priorität hat.

Pharmakovigilanz, das Begleiten eines Arzneimittels solange es am Markt ist und bei Patienten zur Anwendung kommt, wird zum Teil nicht erfüllt. Der hieraus zu erwartende volkswirtschaftliche Gesamtschaden ist somit vorprogrammiert.

Der Berufsverband vertritt nach wie vor die Ansicht, dass die Beratung der Fachkreise unabdingbar ist, und wenn Defizite in der Beratung entstanden sind oder entstehen, diesen Problemen massiv entgegenzutreten ist. Deshalb ist eine gesetzlich regel-

te und firmenneutrale Pflichtfortbildung unverzichtbar.

Täglich suchen Pharmaaußendienstler Praxen auf, um dort zu informieren, sagen die einen. Um zu beeinflussen, die anderen. Sie sind umstritten wie eh und je, doch konkreter als früher, fordern Kritiker Distanz – und der Berufsverband mehr Qualität in einer unabhängigen Beratung. Pharmaberaterinnen und -berater werden höchst unterschiedlich beurteilt. Ihre Kritiker, darunter auch Politiker, würden sie am liebsten sofort abschaffen.

Jedoch ist das Gespräch mit dem Außendienstmitarbeiter die wichtigste Informationsquelle für Ärzte zu Präparaten von Pharmaunternehmen noch vor den Fortbildungsveranstaltungen, Veröffentlichungen in Fachzeitschriften und Informationsmaterial, das der Pharmareferent in der Arztpraxis zur Verfügung stellt.

Von Ärztinnen und Ärzten werden 73 Prozent der Gespräche mit Pharmaberatern als wertvoll eingestuft und 57 Prozent sehen keine Alternative zum Pharmaaußendienst.

Der Berufsverband plädiert dafür, industrieunabhängige Informationen über neue Arzneimittel durch die Berater anzubieten. Deshalb müssen wir das Niveau der Beratung der Pharmaindustrie durch entsprechende Pflichtfortbildungen für Pharmaberater anheben und so die Fachinformationen für die Zukunft für die Fachkreise sicherstellen. Es ist Aufgabe des Berufsverbandes, sich bei den Ärzten und Kliniken dafür einzusetzen, dass in Zukunft CPE-zertifizierte Berater wieder empfangen werden.

Wolfgang Vogel  
Vorsitzender des BdP e.V. Deutschland

entenbetreuung definierte Niermann entscheidende Erfolgsfaktoren. „Patientenzentrierte Unterstützung bedeutet, die individuellen Präferenzen, Bedürfnisse und Werte des Patienten zu respektieren und auf diese einzugehen.“ Idealerweise würden die verschiedenen Facetten mit Hilfe aller Kanäle aufeinander abgestimmt transportiert. Die richtig ausgewogene Balance von Technologie und dem Human Touch bestimmten schließlich den Erfolg der Programme.

### One-size-fits-all-Lösungen funktionieren schon längst nicht mehr

Thomas-Marco Steinle verwies in seinem Vortrag auf die langjährige Erfahrung und profunde Expertise des Teams der good healthcare group in Sachen Patientenmanagementprogramme. Ein

weiterer zentraler Erfolgsfaktor sei neben den bereits von Niermann genannten, dass die ghg-Lösungen auf dem Prinzip „arztgesteuert und patientenzentriert“ basierten. Gleichzeitig betonte Steinle, dass trotz der langen Erfahrung in dem Bereich keine One-size-fits-all-Patientenmanagementprogramme existierten. Um die Erfahrung zu untermauern, nannte der CEO entsprechende Zahlen: Seit 2012 würde solche Programme von den Berliner Spezialisten entwickelt und umgesetzt; Kontakt mit mehr als 25.000 Patienten in unterschiedlichsten Adhärenz-Programmen in diversen Indikationen; sowie mehr als 50.000 Kontakte mit Ärzten pro Monat. „Wir sorgen für adhärenz und zufriedene Patienten“, konstatierte Steinle. Und zwar durch ganzheitliche sowie empathische Begleitung, Berücksichtigung individueller Therapiebedürfnisse sowie Beachtung

persönlicher Informationspräferenzen. Erreicht würden diese Zufriedenheit und gesteigerte Adhärenz durch den Einsatz von hochqualifizierten und speziell geschulten Nurses.

In Anlehnung an den 50. Jahrestag der Mondlandung bemerkte Steinle, dass Patientenmanagementprogramme keine Mission zum Erdtrabanten darstellen. Vielmehr müsse man sich angesichts der digitalen Entwicklungen und der damit einhergehenden Verhaltens- und Präferenzveränderungen der Patienten vor Augen führen: „Future is now.“ Auch wenn die Zukunft bereits begonnen hat, begab sich Thomas-Marco Steinle am Ende seines Vortrages in die Vergangenheit, um mit Worten von Goethe den Grundbaustein der ghg-Lösungen zu versinnbildlichen: „Es muss von Herzen kommen, was auf Herzen wirken soll.“ ☺