

Daniel Schaller, Director Sales & Business Development [good healthcare group](#)

Die App auf Rezept: Digitale Lösungen für die Patientenversorgung

Mit der Annahme des Entwurfs zum Digitalen-Versorgungs-Gesetz (DVG) durch den Bundestag im Dezember 2019, wurde die „App auf Rezept“ endlich auf den Weg gebracht. Damit haben gesetzlich Versicherte nun einen Leistungsanspruch für Digitale Gesundheitsanwendungen, kurz DiGA. Das Besondere dabei? Zum ersten Mal können Patienten die viel diskutierte Digitalisierung im Gesundheitswesen in Form der neuen, progressiven Medizinprodukte deutlich wahrnehmen und am eigenen Leib spüren. In Zukunft wird es möglich sein neben konventionellen Arzneimitteln auch DiGA zur Erkennung, Überwachung, Behandlung oder Linderung von Krankheiten verschrieben zu bekommen.

Bereits zugelassene digitale Gesundheitsanwendungen unterstützen beispielsweise bei der psychotherapeutischen Behandlung von Angststörungen oder versprechen Linderung bei chronischem Tinnitus. Was Krankenkassen bereits seit einiger Zeit Versicherten als Mehrwertangebot bereitstellen, dürfen Healthcare-Professionals (HCPs) jetzt auch zu Lasten der Gesetzlichen Krankenversicherungen verschreiben! Mit der Einführung entstehen allerdings auch Fragen. Wo für Gesundheits-Startups, aber auch Pharmaunternehmen, ein vielversprechendes Marktsegment entsteht, ist besonders älteren Menschen der Einzug digitaler Tools in das Gesundheitswesen fremd. Für den erfolgreichen Einsatz der App auf Rezept bedarf es demnach vor allem an aufgeklärten und geschulten HCPs, die sich deren Funktionalität bewusst sind und diese für die angemessene Therapie einsetzen. Die Aufklärung muss dahingehend optimiert werden. Patientenmanagement-Programme können bei dieser neuen digitalen Therapie eine sinnvolle Ergänzung sein.

How-to DiGA: Von der Zulassung bis zu positiven Versorgungseffekten

Wie kommen die ersten Apps auf das Kassenrezept? Digitale Anwendungen werden nach einem erfolgreichen „Fast Track“ [Zulassungsprozess](#), der etwa drei Monate dauert, vom BfArM für zwölf Monate vorläufig in das DiGA-Verzeichnis aufgenommen. Im Anschluss an dieses Jahr wird entschieden, ob die Anwendung einen medizinischen Mehrwert bietet. Dafür müssen weitere positive Versorgungseffekte bewiesen werden. Ein solcher Effekt kann beispielsweise bestehen, wenn die App die Behandlung des Patienten in Ergänzung zu einer herkömmlichen Therapie verbessert. Darüber hinaus lassen sich die Wirksamkeit durch die Hersteller mittels wissenschaftlicher und auf positiven Zahlen beruhender Studien nachweisen.

So befinden sich derzeit rund 21 Anwendungen beim BfArM in der Prüfung ([Stand Oktober 2020](#)). Zu Beratungsgesprächen angemeldet sind die Hersteller weiterer 75 Applikationen. Voraussetzung für eine vorläufige Zulassung: Die Anwendung muss bereits zuvor als Medizinprodukt CE-zertifiziert worden sein und umfangreiche Ansprüche an den Datenschutz sicherstellen. Nach eben dieser Zulassung wird die Verschreibung dann von den gesetzlichen Krankenversicherungen (GKV) übernommen. Mit der Übernahme werden die GKV vor allem endlich der Erwartungshaltung der Patienten gerecht, die das Potenzial der Anwendungen für eine zeitgemäße (Rundum-)Versorgung längst erkannt haben.

HCPs unterstützen: Aufklärung via Omni-Channel-Ansprache

Offen bleibt, wie positiv Ärzte die neuen Anwendungen langfristig annehmen, von denen sie letztlich für eine abschließende Verordnung an ihre Patienten überzeugt sein müssen. So werden innerhalb der Ärzteschaft erste Zweifel laut, die das Erprobungsjahr auf Grund weniger Informationen und offenen Haftungsfragen kritisieren – steht die „App auf Rezept“ doch bezüglich Qualität und Datenschutz unter genauester Beobachtung. Zudem

wissen viele Ärzte nicht, welche Angebote es gibt und welche davon wiederum erstattungsfähig sind. Abhilfe kann da zunächst das [DiGA-Verzeichnis](#) der kassenärztlichen Bundesvereinigung schaffen, wo alle Anwendungen zu finden sind. Künftig sollen Ärzte aber auch über die Arzneimittelsuche im eigenen System, neben den klassischen Medikamenten, Zugriff auf die digitalen Medizinprodukte haben. Ebenso wie bei herkömmlichen Medikamenten muss die Funktionalität und Wirkweise der digitalen Gesundheitsanwendung jedoch mit dem verschreibenden Arzt besprochen werden. DiGA-Anbieter arbeiten hier bisher mit Informationsveranstaltungen, Info-Briefen und redaktionellen Beiträgen. Das ist jedoch mit einem vergleichsweise hohen Aufwand für die HCPs verbunden. Einfacher und schneller können Informationen über die Omni-Channel-Ansprache im virtuellen Raum geteilt werden – und das vollkommen flexibel, bedarfsgerecht und präferenzorientiert.

Digital statt analog? Sicher, nutzerfreundlich und barrierefrei

Auch Patienten fühlen sich laut einer [Studie der Siemensbetriebskrankenkasse](#) teils allein gelassen. Statt Medikamenten und „persönlicher Beratung“, wie beispielsweise einer ausgewiesenen Verhaltenstherapie, wird plötzlich „nur noch“ eine App verschrieben. Dies spricht für viele gegen eine langerprobte, allgemeingültige Gewohnheit. Dabei bieten die digitalen Anwendungen durch ihre Flexibilität und die ortsunabhängige Nutzung einen echten Mehrwert. Darüber hinaus fallen lange Wartezeiten weg, die Nutzung ist barrierefrei. Kurz: Seitens der Patienten muss Aufklärung betrieben werden. Hier kommen Patientenmanagement-Programme ins Spiel. Mittels ihrer Unterstützung kann Betroffenen bei der Nutzung einer DiGA geholfen werden. Indem zum Beispiel über das digitale Angebot hinaus offene Fragen geklärt oder an den regelmäßigen Einsatz erinnert wird. Zum anderen lassen sich durch die Patientenmanagement-Programme wichtige Daten erfassen und auswerten, die Herstellern wiederum als wertvolle Grundlage für den zu erbringenden Wirkbeweis dienen.

Was jetzt wichtig ist: Versorgungsvorteile beweisen!

Für DiGA-Anbieter gilt ab jetzt: Aufklärung betreiben und motivieren! Denn wenn Ärzte die Anwendungen wegen Zweifeln nicht verschreiben, haben die Anbieter keine Möglichkeit in den ersten zwölf Monaten genug Nutzer für eine valide Datenerhebung zusammenzubekommen. Gehen Patienten während der Nutzung einer digitalen Gesundheitsanwendung erneut zum Arzt und lassen sich eine klassische Therapie verschreiben, geraten Anbieter zudem in Rechtfertigungsschwierigkeiten. Umso mehr gilt es hier Ärzten für den Einsatz innovativer Therapieformen aufzuklären und Patienten über das digitale Angebot hinaus zu begleiten.

Fazit: Mehr Vorteile für Ärzte und Patienten dank digitalem Support

Die Digitalisierung der Gesundheitsbranche schreitet mit großen Schritten voran. Mit der Annahme des Entwurfs zum Digitalen-Versorgungs-Gesetz (DVG) durch den Bundestag finden wir uns aktuell nicht mehr nur in der Entwicklungsphase, vielmehr wurden erste Schritte getan, um Vorteile für Patienten und Ärzte zu implementieren. Nicht nur die Arbeit von Medizinern wird flexibler, auch die Lebensqualität kranker Menschen wird durch ein breiteres Versorgungsportfolio durch die GKV's verbessert. Unser Ansatz liegt hier bei der kommunikativen Unterstützung aller Akteure: Die Einführung digitaler Anwendungen führt durch aktive Aufklärung und strategische Beratung zu einer optimierten Patientenversorgung.

Über Daniel Schaller

Daniel Schaller verfügt über langjährige Erfahrungen im Gesundheitswesen. Aus einem Ärztehaushalt kommend, begleiten ihn die Thematiken bereits seit Kindheitstagen. Selbst gehörten innovative und digitale Lösungen von Anfang an zu seiner Expertise. Nach einer Anstellung als Sales Manager bei einem Online-Ärztetzwerk, wechselte Schaller 2014 zur good healthcare group. Hier war er als Senior Consultant zunächst für die strategische Beratung und die operative Durchführung von Omni-Channel-Projekten im Tochterunternehmen in//touch verantwortlich. Anschließend hatte er die Stelle des Head of Business Development für die Betreuung und Weiterentwicklung der Bestandskunden inne, bevor er 2019 als Director Sales

und Business Development neben der Betreuung der aktiven Kunden auch das Neukundengeschäft übernahm. Schaller ist Experte für innovative Marketing- und Vertriebslösungen sowie Patientenmanagement-Programme und agiert dabei stets zukunftsgerichtet und wegweisend.

Über die good healthcare group:

Die **good healthcare group** hat es sich zum Ziel gesetzt, die anspruchsvolle Kommunikation zwischen Pharmaindustrie, Healthcare-Professionals und Patienten zu verbessern und damit alle Beteiligten dabei zu unterstützen, sich auf das kostbarste Gut zu konzentrieren: Die Gesundheit des Menschen. Dafür entwickelt das Team unter der Leitung von Chief Operating & Performance Officer Dr. Heike Niermann, Chief Executive Officer Thomas-Marco Steinle, Chief Sales Officer Wolfgang Höfers und Chief Financial Officer Sebastian Schröter passgenaue Lösungen für alle Akteure des Gesundheitssystems, mit Fokus auf einem digitalen Ansatz, immer auf Augenhöhe und genau auf dem Kanal, der jeweils am besten passt. Von der Strategieentwicklung für Pharmaunternehmen über die individuelle Beratung von Healthcare-Spezialisten bis hin zu einer umfassenden Patientenbetreuung, alle Services und Produkte werden stets von hochqualifizierten Experten entwickelt. Nachdem das Team bereits seit 2012 erfolgreiche Lösungen im Healthcare-Markt etabliert hat, wurde die good healthcare group 2015 als Dachmarke ins Leben gerufen, die als Allianz aus über 450 Healthcare-Spezialisten die Geschäftszweige **in//touch**, **+49 med**, **patient+** und **cso+** in einem Haus vereint. Der Firmensitz der ghg good healthcare GmbH ist in Berlin mit einer weiteren Betriebsstätte in Potsdam.

Pressekontakt:

Manja Rehfeld | Mashup Communications GmbH | +49.30.25749580 | ghg@mashup-communications.de