

Wie Unternehmen der Pharma-Branche mobile Kommunikations-Strategien umsetzen können

Mobile Health: Verlorenen Boden gutmachen

Das Verständnis für den Wert digitaler Technologien in der Healthcare-Branche ist in Deutschland zwar theoretisch angekommen, wird aber in der Praxis noch nicht gelebt. Stattdessen laufen die Unternehmen hierzulande Gefahr, von der Technologie-Führerschaft des Silicon Valley überrannt zu werden. Ein Plädoyer für mehr Tatendrang bei der Umsetzung mobiler Kommunikations-Strategien anhand modularer IT-Bausteine und unter Einbezug sämtlicher Stakeholder im Gesundheitsmarkt.

» Nicht nur bei der vergangenen Healthcare Conference in San Francisco im Januar 2016 wurden die Stimmen um die Diversifikations-Strategie von Google und Co. lauter, auch über den großen Teich hinweg löst die Offensive der IT-Experten Aufbruchsstimmung aus. Und das wird auch Zeit. Mit Produkten wie beispielsweise „Research-

Kit“ – eine App, die laut Hersteller medizinische Studien für die Erforschung von Asthma, Brustkrebs, Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Diabetes und Parkinson revolutioniert – hat Apple seit der Einführung im März 2015 mehr als einen Fuß in der Tür des Healthcare-Markts. Weltweit führende Forschungsinstitute, wie etwa die Stanford Medical

School, nutzen die Open Source-Software bereits.

Den „digitalfremden“ aber dafür branchenvertrauten Pharmaunternehmen fehlt es meist an der notwendigen IT-Expertise oder auch Manpower, um derartige intelligente Softwarelösungen in Eigenregie zu entwickeln und im Hinblick auf die unterschiedlichen Informationsbedürfnisse der Zielgruppen in der Praxis zu etablieren. Daher sind modulare Plattformkonzepte, die individuell auf eine Organisation und ihre Anspruchsgruppen zugeschnitten werden können, eine komfortable Alternative für einen raschen Markteintritt.

Status Quo - das hier und jetzt. Kommunikation in der Arztpraxis zum Patienten.



Zukunft: Die Kommunikation mit Patienten ist mobil und interaktiv. Gemeinsam und erfolgreich mit dem Patienten Erkrankungen bewältigen und meistern.



© PureSolution/ Fotolia.com

Patienten erhalten relevante Informationen zu ihrem persönlichen Krankheitsverlauf wann und wo immer sie benötigt werden.

Mobile-Strategien modular aufbauen

Einmal eingerichtet, verknüpft ein durchdachtes Mobiles-Kommunikations-Konzept mit vorgefertigten Software-Bausteinen als technologische Basis die verschiedenen Kommunikationspartner langfristig und effizient miteinander: vom Hersteller und Außendienstler über den Arzt, das Klinikpersonal oder den Apotheker bis hin zum Patienten und dessen familiäres Umfeld. Unter Verwendung ganz unterschiedlicher Kanäle, wie etwa Web Meetings, individualisierbare Websites, Webinaren, Apps, E-Mail- und SMS-Kampagnen – kann bedarfsorientierter Content nicht nur zur richtigen Zeit an den richtigen Ansprechpartner übermittelt, sondern auch mit wenigen Klicks aktuell gehalten werden. Entsprechende Feedback-Mechanismen in Apps und anonymisierte Tracking-Funktionen stellen sicher, dass Hersteller ihren Service und ihre Präparate kontinuierlich anpassen sowie verbessern können. Sprich: Statt wie bisher Informationen nur zu senden, können diese nun im Sinne einer dialogorientierten Kommunikation hin und her gespielt und im Anschluss weiterverarbeitet werden.

Kreislauf aus personalisierter Kommunikation und anonymisiertem Feedback

Von dem Konzept profitiert jeder Kommunikationspartner auf seine Weise. Patienten erhalten relevante Inhalte wann und wo immer sie benötigt werden – und zwar zugeschnitten auf ihren persönlichen Krankheitsverlauf. Sie können beispielsweise fachliche Informationen zu ihrer Indikation abrufen oder per Knopfdruck zusätzliche Hintergründe anfordern. Dabei sind sie zudem jederzeit sicher, von einer verlässlichen Quelle bedient zu werden – über das Kleingedruckte im Beipackzettel hinaus und viel anschaulicher, als bei der gängigen Recherche unter Zuhilfenahme von Suchmaschinen oder Foren, die häufig veraltete, falsche oder unverständlich aufbereitete Ergebnisse liefert. Darüber hinaus helfen zum Beispiel Push-Benachrichtigungen einer Patienten-App dabei, anstehende Untersuchungen wahrzunehmen oder Medikamenteneinnahmen einzuhalten, ganz im Sinne der Therapieerfolge. Mit einem breiten Instrumentarium wird den Störfaktoren der Compliance, wie zum Beispiel Vergesslichkeit oder eine mangelhafte Aufklärung über Nebenwirkungen und Begleiterkrankungen, somit ein Riegel vorgeschoben. Hierbei spielt bekanntlich auch das private Umfeld des Betroffenen eine wichtige Rolle: Anhand eines automatisch erstellten Behandlungsstatus kann der Patient nach Bedarf Familie und Freunde auf dem Laufenden halten.

Dem behandelnden Arzt hingegen wird einerseits ein zusätzliches Instrument an die Hand gegeben, um eine strukturierte und ganzheitliche Betreuung zu gewährleisten und somit die Arzt-Patienten-Beziehung zu vertiefen. Moderne Kommunikationswerkzeuge, wie zum Beispiel fachspezifische Webinare für Patientengruppen oder digital aufbereitete Schulungen über Follow-up- und Beratungsgespräche für das Personal, sorgen dabei für zusätzliche Effizienz im Klinik- sowie Praxisalltag. Auf der anderen Seite stehen Ärzten ebenso wie Apothekern komfortable Wege der Informationsbeschaffung zur Verfügung, was etwa neueste Studien und Präparate angeht, die anhand von Videos oder Präsentationen prägnant aufbereitet werden können.

Gleichermaßen erschließen sich die Vorzüge für Pharmaunternehmen: Mit einer intelligenten Mobile-Health-Strategie gestalten sie die Abläufe im Feld effizienter

und erhalten gleichzeitig wertvollen Rücklauf an Informationen für ihre Forschung und Entwicklung in Form von anonymisierten Patientendaten und interaktiven Feedback-Mechanismen. Als wichtiger Teil des Kommunikationskreislaufs kann der Außendienst seine Kontakte individuell verwalten und ansprechen. Dabei wahrt er im selben Zug die Bedürfnisse von Facharzt oder Apotheker hinsichtlich Zeiteffizienz und fachspezifischer Inhalte. Den dafür notwendigen Content erhält er in digitaler Form direkt vom Hersteller. Auf diese Weise können etwa aufwendig erstellte Studien, die leider viel zu oft in der Versenkung verschwinden, aktiv für die Arzt- und Patientenkommunikation genutzt werden.

Compliance dank digitalem Therapie-Plan

Als Pharmadienleister hält Marvecs die Zügel in der Hand, wenn es um die Konzeption und praktische Umsetzung von mobilen Kommunikations-Konzepten geht. So geschehen für ein Projekt im Bereich Lungenerkrankungen: Sobald der IT-Background geschaffen und der Außendienst entsprechend geschult waren, startete das Team mit der Präsentation beim Arzt. Da dieser in der Regel unter hohem Zeitdruck arbeitet, erfolgte die Aufbereitung der Eckpfeiler des Programms anhand einer individualisierten Landing-Page. Von dort aus genügt ein Mausklick des Arztes, um den Prozessstart einzuläuten und beispielsweise schriftliche Informationen anzufordern, die er im nächsten Schritt an seinen Patienten weitergeben kann. Dieser entscheidet letztendlich selbst, ob er an dem Programm teilnehmen möchte und kann sich für eine detaillierte Aufklärung anonym an ein Ser-

vice-Center wenden. Spricht er sich dafür aus, erhält er seinen eigenen Platz in dem vernetzten Kommunikationskosmos: Der Patient wird an seine Medikation und Rezeptabholungen erinnert und bekommt grundsätzliche Informationen zu seiner Erkrankung sowie ein persönliches Nebenwirkungsprofil. Zusätzliche Bausteine der Kooperation, auf die der Patient nach Bedarf zugreifen kann, sind zum Beispiel ein Fitness-Programm mit Trackingfunktion und eine Raucherentwöhnung. Dabei erfolgt die gesamte Interaktion mit dem Teilnehmer einerseits mobil über ein beliebiges Endgerät und andererseits natürlich weiterhin auch persönlich über speziell geschulte Mitarbeiter im Kompetenz-Center. Hinsichtlich des Datenschutzes und vertraglicher Rechtsbeziehungen ist das gesamte System gründlich evaluiert.

Modulares und flexibles System

Mobile Kommunikations-Konzeptekönnen für verschiedene chronische Krankheitsbilder zum Einsatz kommen, wie beispielsweise Diabetes, Lungen- oder Herz-Kreislaufkrankungen sowie onkologische Erkrankungen, Multiple Sklerose oder Rheumatoide Arthritis. Aktuell arbeitet Marvecs in Zusammenarbeit mit Universitäten und Meinungsbildnern aus den Indikationen an unterschiedlichen Programmen. Denn in jedem Fall bedarf es eines langfristigen Behandlungsplans, der in seiner Umsetzung so effizient, individuell und informationsorientiert wie möglich gestaltet werden sollte. Allgemeine Ein- oder Ausschlusskriterien gibt es dank des modularen Konzepts nicht – Für Pharmaunternehmen gilt lediglich, endlich in die Gänge zu kommen. ☞



Autor

Stefan Raupach hatte seit 1993 unterschiedliche Positionen und Verantwortungen im Healthcare Markt in Deutschland und Europa inne. Zuletzt war er bei Ernst & Young Global in der Life Science Beratung und Business Development verantwortlich für die Entwicklung strategischer Kunden, insbesondere unter dem Gesichtspunkt der Entwicklung und Umsetzung von mHealth-Strategien. Bei seiner aktuellen Tätigkeit für Marvecs liegt der Fokus auf der strategischen Entwicklung und Umsetzung von „End to End Life Science Marketing and Sales Solutions“ sowie „mHealth and Digital Solutions for Life Sciences“.

Ausbildung: BWL Studium in Göttingen, Internationaler Abschluss an der International Business School in St. Gallen

Kontakt: stefan.raupach@marvecs.de

