

KONGRESSBERICHTE » APPLE, GOOGLE & CO

PATIENTENTYPEN

Vom Arztkritiker bis zum Co-Therapeuten

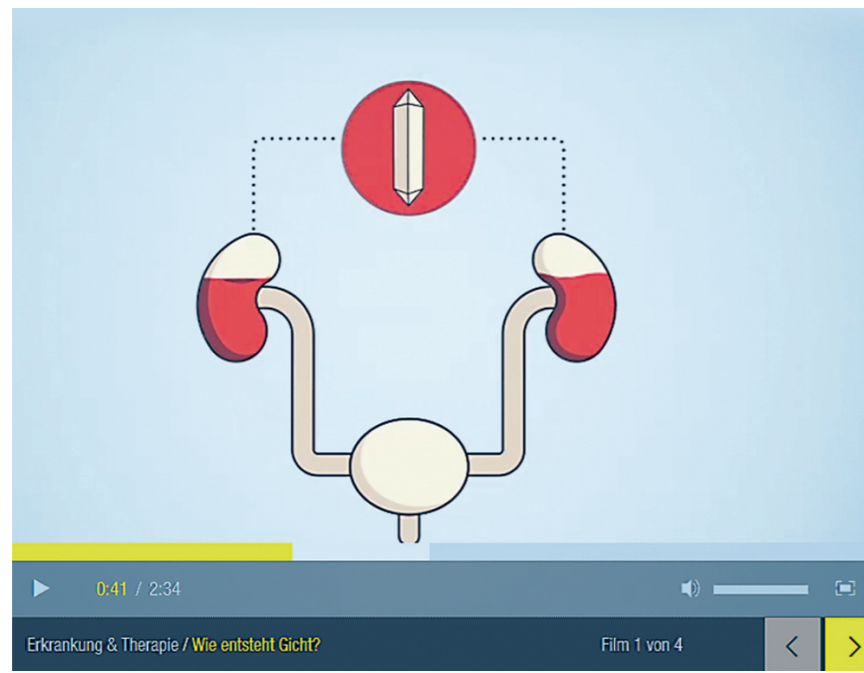
Auch der Einsatz neuer Medien sollte sich am jeweiligen Patiententypen ausrichten. Die größten Chancen bieten Ärzten die Co-Therapeuten.

In Sachen Informationsbedürfnis haben es Ärzte mit insgesamt vier Patiententypen in der Praxis zu tun. Darauf hat Dr. Ilona Köster-Steinebach, Gesundheitsreferentin beim Verbraucherzentrale Bundesverband, hingewiesen. Das gelte auch für den Einsatz von Online-Medien und das Wissen, das die Patienten sich vor dem Arztbesuch aus dem Web holen, erklärte sie beim Kongress „Apple, Google & Co: Wie die zunehmende Digitalisierung Ihren Praxisalltag verändern wird“ in Berlin.

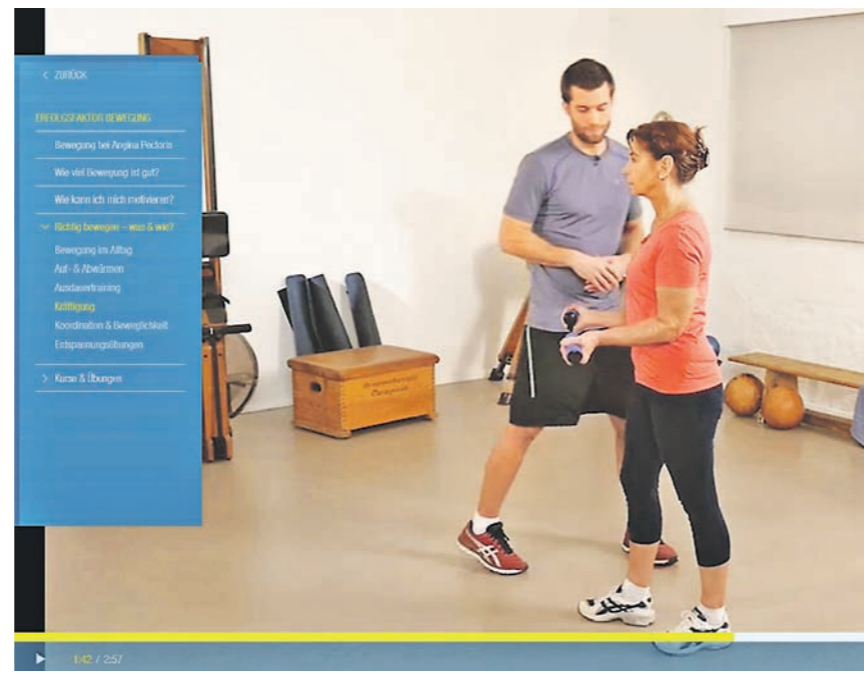
Die größte Chance bieten die Praxen dabei der Co-Therapeut. Er hat ein sehr hohes Informationsbedürfnis, und zugleich viel Vertrauen in die Medizin. Allerdings benötigt er eine gemeinsame Entscheidungsfindung und hat hohe Erwartungen an den Arzt. „Die Co-Therapeuten kommen mit vielen Infos aus dem Web und erwarten, dass der Arzt diese Infos produktiv umsetzt“, so Köster-Steinebach. Hier sei es wichtig, die selbsterhobenen Daten anzunehmen. Und elektronische und mobile Gesundheitsangebote gezielt in den Behandlungsverlauf und die Therapie einzubringen. Der Co-Therapeut erwartet dabei eine Empfehlung vom Arzt.

Auch der arztkritische Patient kommt mit vielen im Web recherchierten Infos in die Praxis. Er hat allerdings nur wenig Vertrauen in die Medizin. Hier geht es laut Köster-Steinebach darum, dass der Arzt die Infos bewertet und Risiken und Chancen benennt. Dazu muss er die Angebote natürlich kennen. Doch auch der Arztkritische bietet die Chance, ihn zu lenken, indem man neue Technologien ganz bewusst in die Therapie einbezieht.

Arztgläubige Patienten haben hingegen ein relativ geringes Informationsbedürfnis, sie vertrauen dem, was der Arzt sagt. Das heißt auch, dass sie bei der Therapie für Web- und App-Angebote die von den Kassen und vom Arzt kommen, sehr offen sind. Das kann die Compliance stärken. Selbst beim gleichgültigen Patienten kann der Versuch lohnen, ihn mit den eher spielerischen Mitteln der Web-Angebote zu mehr Therapietreue zu bewegen. (rh)



Gicht: Animierte Videos erklären das Krankheitsbild. © BERLIN-CHEMIE (2)



Wie trainieren Patienten mit Angina pectoris richtig? Ein Expertenvideo hilft.

TheraKey: Neutral und wissenschaftlich begleitet

Ein Online-Portal zur Arzt-Patienten-Kommunikation muss nicht nur nützlich und nutzerfreundlich sein, sondern auch produktneutral und gut evaluiert. Königsdisziplin ist der Nachweis von Effekten auf relevante Endpunkte wie Lebensqualität und Therapieadhärenz.

VON PHILIPP GRÄTZEL VON GRÄTZ

Schon vor Jahren hat die WHO konstatiert, dass eine Verbesserung der Therapietreue in vielen Fällen einen größeren Einfluss auf die Gesundheit haben dürfte als spezifische medizinische Behandlungen. Mit dem Online-Portal TheraKey® versucht Berlin-Chemie, dazu einen Beitrag zu leisten. Bei TheraKey® übergibt der Arzt dem Patienten oder auch den Angehörigen einen Web-Key. Dieser schafft dem Patienten Zugang zu dem Online-Portal und den darauf angebotenen krankheitsspezifischen Informationen. „Diese Informationen sind absolut produktneutral“, betonte Torsten Flöttmann, Leiter Marketing bei Berlin-Chemie, beim Kongress „Apple, Google & Co“ in Berlin. „Patienten und Angehörige werden keinerlei Hinweise auf irgendein Produkt finden. Die Plattform ist so ausgelegt, dass sie keinen Eingriff in die Therapiefreiheit darstellt.“

TheraKey®

- **TheraKey** steht als Kunstwort für den Schlüssel zur Therapie, den der Patient vom Arzt bekommt.
- **TheraKey-Konzept:** Das innovative Kommunikationskonzept ist der verlängerte Arm des Arztes in der Therapiebegleitung. Es dient der umfassenden Patientenaufklärung - auch über die ärztliche Sprechstunde hinaus. Hierzu wird die Berlin-Chemie AG künftig verschiedene einsetzbare Materialien und Maßnahmen zur Verfügung stellen, die kombiniert und/oder isoliert einsetzbar sind - Herzstück ist das TheraKey Onlineportal.
- **Zielsetzung:** Ziel ist es, den Arzt in seinem Alltag zu entlasten und gleichzeitig, unter Einbindung der Angehörigen, die Kommunikation mit dem Patienten zu verbessern. Dies soll zur gesteigerten Patientenzufriedenheit und damit zum Therapieerfolg beitragen.
- **Indikationen:** Bisher Diabetes Typ I und II, COPD, arterielle Hypertonie, Gicht, Angina pectoris und Ejaculatio praecox

Für die Konzeption der Inhalte auf den TheraKey®-Seiten ist zudem ein Team aus beratenden Ärzten verantwortlich. Auch Patienten und Angehörige sind eng in die Entwicklung eingebunden. „Unser Unternehmen zieht sich komplett aus der Informationskette raus“, so Flöttmann.

Klar ist, dass eine komplexe Plattform wie das TheraKey® Online-Portal nie wirklich „fertig“ werden kann. Sie muss regelmäßig evaluiert, optimiert und ergänzt werden. Für die Evaluations- und auch bei Datenschutz und Datensicherheit kooperiert Berlin-Chemie mit dem Fraunhofer Institut für Digitale Medientechnologie (IDMT). Das IDMT hat in der Pilotstudie MoNI-Tor den Bedarf seitens der Ärzte ermittelt und festgestellt, dass es eine hohe Bereitschaft gibt, digitale Medien für die Patientenkommunikation zu nutzen.

Konkret evaluiert wurde und wird das TheraKey® Online-Portal in den beiden Studien ThESIS I (Diabetes Typ 1 und 2, Hypertonie, Ejaculatio praecox und COPD) und ThESIS II (Angina pectoris und Gicht) mit jeweils mehreren hundert Ärzten und je 2000 bis 3000 Patienten und Angehörigen - wobei ThESIS für TheraKey-Evaluationsstudie zur Interaktion und Systemfunktionalität steht. Insgesamt gibt es bereits Datensätze von rund 5000 Studienteilnehmern (ThESIS I). Weitere 5000 werden gerade in der ThESIS II-Studie evaluiert, die noch bis Jahresende läuft.

„Unser Hauptziel besteht in der Bewertung der Informationsqualität und der Informationsquantität sowie in der

Analyse der User Experience“, erläuterte Dr. Peter Pharow, Leiter des Geschäftsfelds Human Centered Media am Fraunhofer IDMT. Hier konnten in der ThESIS-I-Studie bereits ausgezeichnete Ergebnisse erzielt werden. Konkret beurteilten die Ärzte die Informationsqualität in den Domänen Objektivität, Aktualität, Fehlerfreiheit und Vollständigkeit hervorragend, und Patienten und Angehörigen gaben bei Verständlichkeit, Auslegbarkeit, Übersichtlichkeit und Relevanz Bestnoten.

In Sachen User Experience wurden Gesamteindruck und Bedienbarkeit von Patienten und Angehörigen gelobt, und das Konzept wurde als interessant und innovativ angesehen. „In den Bereichen Effizienz und Steuerbarkeit lagen wir dagegen noch nicht im grünen Bereich. Hier haben wir aber schon einige Korrekturen vorgenommen, so dass wir für die ThESIS II-Studie noch bessere Ergebnisse erwarten“, so Pharow.

Stehenbleiben wird das TheraKey® Online-Portal auch nach ThESIS II nicht: „Eine wichtige Perspektive ist aus unserer Sicht die Individualisierung des Portals“, betonte Pharow. In künftigen Versionen könnten Ärzte etwa die Möglichkeit bekommen, die Inhalte schrittweise zugänglich zu machen und so die Informationsweitergabe zu steuern. Wichtig ist daher auch, dass sich „die Ärzte selbst mit den Inhalten auf dem Portal beschäftigen“, um die Patienten zu motivieren, die Informationen auch zu nutzen, betonte Flöttmann.

Langfristig ist auch eine Analyse der Ergebnisqualität geplant.

KONGRESSBERICHTE » APPLE, GOOGLE & CO

Ärzte sollten das Web als Werkzeug nutzen

Voltaire wird das Bonmot zugeschrieben, dass es Aufgabe der Medizin sei, den Patienten so lange zu unterhalten, bis die Natur ihn geheilt hat. Der Satz zeigt, dass Kommunikation schon lange als zentraler Bestandteil der ärztlichen Tätigkeit gilt. Nur: Wird das heute wirklich gelebt? Der Kommunikationsexperte und Facharzt für Neurologie und Psychiatrie PD. Dr. Volker Busch nimmt Stellung.

DAS INTERVIEW FÜHRTE PHILIPP GRÄTZEL VON GRÄTZ

ÄRZTE ZEITUNG: Dr. Busch, wie wichtig ist denn eine gelungene Kommunikation für den Erfolg einer therapeutischen Maßnahme?

VOLKER BUSCH: Die ist sehr wichtig, auch wenn das nicht ganz einfach zu evaluieren ist. Es gibt Übersichtsarbeiten, die zeigen, dass eine effektive Aufklärung der Patienten die therapeutische Wirksamkeit verschiedener Maßnahmen effektiv steigert. Nicht zu unterschätzen sind dabei die Wirkung der Kommunikation auf die Therapieadhärenz. Die häufigsten Gründe für eine mangelhafte Medikamenteneinnahme ist mangelhaftes Verstehen oder Vorbehalte gegenüber dem Arzt beziehungsweise seinen Empfehlungen. Kommunikation wird somit zum entscheidenden Schlüssel im Hinblick auf eine höhere Therapietreue. Nur ein Bruchteil dessen, was der Arzt dem Patienten vermitteln will, bleibt diesem tatsächlich im Gedächtnis. Gute Kommunikation und individuelle Information können diese Quote verbessern und damit die Chancen auf einen Therapieerfolg erhöhen.

Und wie steht es aus Ihrer Sicht derzeit um die Arzt-Patienten-Kommunikation in den Arztpraxen?

Es könnte besser sein. Die Zeit, die der Arzt für Gespräche mit den Patienten zur Verfügung hat, ist kurz. Darunter leidet zwangsläufig die Arzt-Patienten-Kommunikation. Der Arzt will und muss möglichst rasch zur Diagnose kommen und gegebenenfalls eine Therapie einleiten. Der Patient will sich dagegen in erster Linie mitteilen. Er will sich austauschen, Erfahrungen anderer Patienten hören und mit dem Arzt besprechen, in welcher Weise sich möglicherweise Umstände seines Lebensalltags ändern



Auf den Patienten abgestimmtes Infomaterial hilft laut Dr. Volker Busch, Missverständnisse zu vermeiden. © DR. VOLKER BUSCH

Die Patienten vertrauen in erster Linie nicht Dr. Google und Co, sondern sie vertrauen dem Arzt. Was nicht heißt, dass die Patienten das Internet nicht nutzen.

PD Dr. Volker Busch

- **Ist Facharzt** für Neurologie und Psychiatrie/Psychotherapie.
- **Er leitet** die AG Psychosozialer Stress und Schmerz am Lehrstuhl der Psychiatrie der Universität Regensburg.
- **Publikationen:** Busch ist Autor zahlreicher wissenschaftlicher Publikationen, Buchautor und gefragter Referent auf den Gebieten Stress, Schmerz und Kommunikation.

werden. Das geht oft nicht gut zusammen. Hier müssen Lösungen gefunden werden.

Kann bei durchschnittlichen Kontaktzeiten in der Sprechstunde von wenigen Minuten überhaupt sinnvolle Kommunikation stattfinden?

Die Patientenwahrnehmung einer gelungenen Kommunikation hängt nicht in erster Linie von der Zeit des Arztes für ihn ab, sondern davon, ob dieser es schafft das Anliegen seines Patienten zu klären. Kommunikation wird von dem Patienten also immer zuerst qualitativ gemessen, dann erst quantitativ.

Ziel des Arztes sollte es sein, das Gespräch effektiv zu führen und den Patienten gleichzeitig das maximale Gefühl von Zuwendung zu vermitteln. Werden dann noch die richtigen Informationen vermittelt, ist die Arzt-Patienten-Kommunikation gelungen - trotz kurzer Gesprächszeiten. Natürlich würde es mehr Zeit für das jeweilige Gespräch einfacher machen, das Problem zu erkennen und eine Lösung zu finden. Die Zeit, während der sich der Arzt dem Patienten kommunikativ zuwendet, wird von ihm überproportional intensiv wahrgenommen. Das Mehr an Zeit ist also in der Regel immer gut investiert, denn am Ende machen zufriedene Patienten weniger Arbeit als unzufriedene.

Wie kann ein Arzt eine hohe Gesprächsqualität konkret umsetzen? Ganz wichtig ist es, Wertschätzung zu vermitteln. Wer die Patienten bspw.

persönlich im Wartezimmer begrüßt und es versteht, sich an ein paar persönliche Dinge seines Patienten zu erinnern und diese anzusprechen, der vermittelt dem Patienten das Gefühl, etwas Besonderes zu sein. Beobachtungen an wahren Meistern der Kommunikation konnten zeigen, dass diese öfter den Namen ihres Gesprächspartners nannten, Augenkontakt hielten, die richtigen Fragen stellten und sich ggf. sogar zwischenzeitlich Notizen machten, um ihrem Gegenüber zu signalisieren, „was du mir erzählst, ist mir wichtig“. Neben der Wertschätzung ist die Fähigkeit, dem Patienten Sicherheit zu geben wesentlich. Eine sinnvolle Aufklärung versucht in diesem Zusammenhang vor allem, Missverständnisse zu vermeiden. Dazu gehört eine kluge Auswahl und Aufbereitung der Informationen, beispielsweise in Form von individuell auf den Patienten abgestimmtem Aufklärungsmaterial, das es erlaubt, die wichtigsten Informationen zu Hause in Ruhe noch einmal durcharbeiten. Relevante Details sollten explizit gemeinsam besprochen werden. Der Patient muss die Möglichkeit erhalten, offene Fragen klären zu können. Besonders effektiv ist es, wenn der Arzt mit dem Patienten gemeinsam am Ende des Gesprächs die wichtigsten Inhalte noch einmal kurz zusammenfasst.

Auf welche Weise können denn digitale Anwendungen wie das TheraKey® Onlineportal die Arzt-Patienten-Kommunikation unterstützen?

Digitale Anwendungen können Anwender für ihre Gesundheit sensibilisieren, über Gesundheitsthemen informieren, und dem Patienten beim Management seiner Krankheit helfen. Dies ist alles jedoch wenig wert, wenn der emotionale Faktor nicht hinzukommt. Insofern sollte der Arzt als Vertrauensperson nicht ausgegrenzt, sondern einbezogen werden, wenn ein Mehrwert generiert werden soll - und zwar von Anfang an. Das ist etwas, das uns alle Befragungen zum Thema Medizin und Internet in schöner Regelmäßigkeit zeigen: Die Patienten vertrauen in erster Linie nicht Dr. Google und Co, sondern sie vertrauen dem Arzt. Was nicht heißt, dass die Patienten das Internet nicht nutzen. Im Gegenteil: Bis zu 80 Prozent der Patienten informieren sich heute über das Internet. Aber im Zweifel zählt das Wort des Arztes. Aus diesem Grund ist der Übergabemodus des TheraKey® Onlineportals so wichtig, sodass die oben genannten zwei Aspekte erfüllt werden: Es ist eine umfassende und hochwertig sowie sinnvoll aufbereitete Informationsquelle, die in Form eines persönlichen und beschützten Zugangs zum Portal direkt an den Patienten und seine Angehörigen zugänglich gemacht wird. Dies fördert das Sicherheitsgefühl und ist von einer besonderen Art der Wertschätzung geprägt.

Und was ist mit Google? Findet man hier nicht auch die relevanten Informationen?

Das kostet den Arzt meist Zeit. Die diagnostische Genauigkeit medizinischer Informationen von Google liegt derzeit bei 58 Prozent. Mit entsprechend vielen Fehlinformationen muss der Arzt im Gespräch aufräumen. Aber das Internet ist eben auch eine Chance, wenn es richtig angepackt wird. Wenn der Arzt in die Lage versetzt wird, auf das Internet nicht immer nur reagieren zu müssen, sondern es aktiv nutzen zu können, dann hilft ihm die digitale Welt. Sie spart ihm letztlich sogar Zeit.

Deswegen ist es so wichtig, dass jetzt zunehmend webbasierte Tools mit qualitätsgesicherten Informationen wie das TheraKey® Onlineportal entwickelt werden, die durch den Arzt bewertet und empfohlen werden und als Kommunikationstool zwischen Arzt und Patient dienen können. Vertraut der Arzt den Inhalten, dann vermittelt er das bewusst oder unbewusst, und dann wird auch der Patient diesen Inhalten vertrauen. Er wird sich Wissen anlesen, und die Arzt-Patienten-Gespräche werden fokussierter und qualitativ besser.

Lesen Sie auch „Digitale Medizin: Ärzte müssen sich an die Spitze setzen“ auf www.aerztezeitung.de/889423

Baustelle Adhärenz: Untersuchungen zeigen viel Optimierungsbedarf

Lassen sich die digitalen Medien als Motivationshelfer für Patienten einsetzen, bei der ärztlich verordneten Therapie zu bleiben - und dadurch auch den Therapieerfolg zu steigern? Bedarf dafür gibt es - das belegen nicht nur Studien der WHO. Auch eigene Untersuchungen der Berlin-Chemie AG zeigen, dass die Adhärenz der Patienten mit chronischen Erkrankungen in vielen Indikationsgebieten noch stark verbessert werden könnte:

■ **Angina Pectoris:** Bei etwa 50 Prozent der neu eingestellten Patienten wurde die Therapie innerhalb des ersten Jahres nach Einstellung auf das Medikament nicht mehr kontinuierlich weitergeführt. Bei **Diabetes Mellitus** (orale Antidiabetika) sieht es ähnlich aus.

■ **COPD:** Nur 10-20 Prozent der Patienten erhalten innerhalb der ersten Jahre nach Neueinstellung die nötige Anzahl an Inhalern.

■ **Gicht:** Bei 65 Prozent der Patienten wurde die Therapie innerhalb des ersten Jahres nicht mehr kontinuierlich weitergeführt.

Mit dem Online-Portal TheraKey® wolle Berlin-Chemie als Mittler mit den Möglichkeiten der digitalen Welt die Ärzte in der Beziehung zum Patienten unterstützen - zur Stärkung der Adhärenz, sagte Marketingleiter Torsten Flöttmann auf dem Kongress in Berlin. (ger)

DATEN UND FAKTEN

53 %

der App-Anbieter sehen in den kommenden fünf Jahren die größten Marktpotenziale von Gesundheits-Apps in der Therapiesteuerung bzw. Verlaufskontrolle. Das zeigt eine Umfrage der Strategieberatung research2guidance aus 2014 unter über 2000 App-Entwicklern. Für rund 56 Prozent der Anbieter steht zudem fest, dass die größten Einsparungen im Gesundheitswesen durch Health-Apps eben durch eine verbesserte Therapietreue erzielt werden. (ret)

Digitale Medizin mit Bedarf in Qualität und Transparenz

Mehr Qualität für Apps und Web-Anwendungen zum Thema Gesundheit hat Susanne Mauersberg vom Verbraucherzentrale Bundesverband beim Kongress „Apple, Google & Co“ in Berlin gefordert. In vielen medizinischen Apps gebe es erhebliche Defizite, etwa beim Datenschutz, auch der medizinische Nutzen sei häufig unklar. Transparente und für Patienten gut verständliche Qualitätsstandards seien notwendig, so Mauersberg weiter. Sie rege auch an, Patienten mit einbeziehen. Mauersberg: „Die Technologie ist leicht, schwierig sind die neuen sozialen Prozesse, die sich entwickeln.“ (ger)

STIMMEN VOM KONGRESS



Der Erfolg von Web-Angeboten und Apps liegt darin, dass sie das Vakuum abdecken, wo der Patient auf sich alleine gestellt ist.

Dr. Markus Müschenich
Vorstand des Bundesverbandes InternetMedizin



Drei Viertel unserer Versicherten informieren sich vorm Arztbesuch im Web. Die Frage ist, wie kommen sie an wertvolle Infos.

Thomas Ballast
Stellv. Vorstandsvorsitzender der Techniker Krankenkasse



Das Internet baut viele Ängste bei Patienten auf. Wenn es da seröse Angebote gibt, auf die ich verweisen kann, ist das hilfreich.

Dr. Volker Kunzelmann
Dermatologe



Wenn Patienten informiert in die Praxis kommen, erleichtert das das Gespräch. Das, was stört, ist eher das Pseudowissen.

Dr. Irina Wittmann und Dr. Hera Bluhm
Hausärztinnen