

10 > < 10



EXCLUSIV
STORY

SpaceX Starlink
Telemedizin in der Antarktis

Food for AI
Daten und Qualität

Führung als Game-Changer
Markus Leyck Dieken

Digitale Gesundheitskompetenz
in der Krankenversicherung

LIFE CHANGER im Gesundheitswesen

Nr. 8
2024
10,00 Euro

10x>D



LIFE CHANGER AND GAME CHANGER



Editorial

Im Kern geht es im Geschäftsleben um Probleme und deren Lösungen. Es gibt Menschen, die jeden Tag darauf brennen, etwas anbieten zu können, was das Leben anderer Menschen positiv verändert. Das Thema Gesundheit ist Leben und kann das Leben von einem Monat auf den anderen schlagartig in die eine oder andere Richtung verändern. „Life Changer“ und „Game Changer“ sind beides idiomatische Ausdrücke, die etwas beschreiben, das eine Situation oder Erfahrung signifikant verändert oder verbessert. Ein „Life Changer“ bezieht sich auf etwas, das einen tiefgreifenden Einfluss auf das Leben einer Person hat und oft zu einer bedeutenden persönlichen Entwicklung oder Transformation führt. Dabei kann es sich um ein wichtiges Ereignis, eine Entscheidung, eine Gelegenheit oder eine Erfahrung handeln, die den Lebensweg einer Person grundlegend verändert. Auf der anderen Seite bezieht sich ein „Game Changer“ typischerweise auf etwas, das eine bestimmte Branche, Industrie oder Situation revolutioniert oder stört. Der Begriff wird häufig in Zusammenhängen wie Wirtschaft oder Technologie verwendet, um Innovationen, Strategien oder Entwicklungen zu beschreiben, die die Art und Weise, wie Dinge getan werden, vollständig verändern und einen Wettbewerbsvorteil bieten oder neue Möglichkeiten eröffnen. Während beide Begriffe die Idee von etwas Verändertem vermitteln, konzentriert sich „Life Changer“ eher auf die persönlichen Auswirkungen, während „Game Changer“ die größeren Auswirkungen und Veränderungen in einem bestimmten Bereich - wie der digitalen Gesundheitsszene - hervorhebt. Ein Kernelement des Magazins ist die Auswahl von Charakteren, Persönlichkeiten und klugen Köpfen aus der Digital Health-Szene, die in Porträts aus ihrer Perspektive ihre Motivation für das, was sie tun, aufzeigen. Und das von A wie Apotheke bis Z wie Zahnmedizin. Auf dem Cover ist diesmal Marcus Leyck Dieken, Ex-Geschäftsführer der gematik, der einen exklusiven Beitrag zum Thema „Führung als Game Changer im Gesundheitswesen“ geschrieben hat, in dem er uns tiefe Einblicke in seine bisherige Arbeit bei der gematik und seine Prinzipien als Führungskraft gibt. Und weiter geht es mit vielen weiteren Life-Changing-Autoren, die auf der Suche nach der nächsten digitalen Gesundheitsinnovation sind oder sie bereits gefunden haben.

Euer,

David Matusiewicz | Editor-In-Chief
Düsseldorf, den 01.05.2024



Inhaltsverzeichnis

Editorial I Seite 3

Inhaltsverzeichnis I Seite 4

TITELSTORY

Führung als Game-Changer im digitalen Gesundheitswesen I Seite 6
Marcus Leyck Dieken

LIFE CHANGER IM GESUNDHEITSWESEN

Connecting the Unreachable I Seite 12
Kai Müller

Food for Artificial Intelligence I Seite 15
Jochen Klenk

BGM braucht disruptive Innovationen I Seite 18
Milad Geravand

Medwatcher: Das digitale Zuhause der Patienten I Seite 21
Friderike Bruchmann

Wir müssen reden: Demenz darf kein Tabu mehr sein I Seite 24
Désirée von Bohlen und Halbach

Mehr Kapazität in der Psychotherapie I Seite 27
Maja Krishnabhakdi

DIGITALE VERSORGUNG UND NEUE MODELLE

Der Gesundheitskiosk I Seite 30
Nicole Ginter

Digital Campus Zollverein als Innovationstreiber I Seite 33
Christian Kleinhans

Innovation im Gesundheitswesen I Seite 35
Vera Roedel

Digitale Zugangssysteme: Türöffner in der ambulanten Pflege I Seite 37
Martin Pansy

Kann Architektur den Genesungsprozess positiv beeinflussen? I Seite 40
Axel Ekkernkamp

Inhaltsverzeichnis

DIGITAL HEALTH: DER MENSCH IM FOKUS

Personal Branding in drei Stufen I Seite 43
Marina Lommel

Fortbildung für die Digitalisierung in der Medizin I Seite 46
Verena Drebing

Digitale Gesundheitskompetenz in der GKV I Seite 50
Julia Ulbrich

Frauengesundheit in Unternehmen I Seite 53
Judith Bildau

Digitalisierte Arzt-Patientenkommunikation I Seite 58
Jan Arbter

Medical Influencer: Einmal Arzt, immer Arzt! I Seite 61
Sylvia Manteufel

KOLUMNEN, KUNST UND ZAHLEN

10x Recht I Seite 68

TechLee erklärt I Seite 69

Instahelp I Seite 70

DocPfoe Kolumne I Seite 71

10xD Framework I Seite 72

JAW Analoge Klokunst I Seite 73

Zahlen, Daten und Fakten I Seite 74

10xD Advisory Board I Seite 75

Impressum I Seite 76

Letzte Seite I Seite 77



Marcus
Leyck Dieken



Führung als Game-Changer im digitalen Gesundheitswesen

In der sich rasch verändernden Landschaft des digitalen Gesundheitswesens, in der bahnbrechende Technologien und innovative Lösungen ständig die Art und Weise, wie wir Gesundheitsversorgung angehen, neu gestalten, bleibt ein Faktor entscheidend: Führung. Führung, oft übersehen in Diskussionen, die von technologischen Fortschritten und datengesteuerten Strategien dominiert werden, ist der unbesungene Game-Changer, der den Schlüssel dazu hält, das volle Potenzial des digitalen Gesundheitswesens zu entfalten. Aber wie packt man es an, wenn's konkret wird?

Die entscheidende Rolle der Führung

Führung ist nicht nur das Verwalten von Teams oder das Treffen von Entscheidungen auf höchster Ebene; es geht darum, Visionen zu inspirieren, Zusammenarbeit zu fördern und bedeutende Veränderungen voranzutreiben. Das gilt insbesondere bei der gematik (damals noch Gesellschaft für Telematikanwendungen der Gesundheitskarte mbH), wo der Wandel aus der Paralyse in die Performance der unabdingbare politische Auftrag ist.

Visionäres Denken: Da Führung darauf angewiesen ist, aufrichtige Gefolgschaft zu bei den Geführten auszulösen, braucht es eine gut inszenierte Initialzündung als Basis des Führungsanspruches. Mitarbeitende spüren sehr rasch, ob es nur um Buzz-Wörter und Self-Promotion geht oder die Sache Substanz & Kragenweite hat. Zum Start an Tag 1 brachte ich daher ein auf zwei Seiten formuliertes Selbstverständnis der zukünftigen gematik mit. Es ging um ein neues Rollenverständnis, Kundennähe, überzeugende Produkte, Außenwirkung, Partnerschaften, Freude am Erfolg und Kompetenzen ungehindert Einbringen. Dieses Selbstverständnis wurde nirgendwo plakatiert, sondern von jedem Einzelnen persönlich adaptiert und „inhaliert“ - und bald merkten die Ersten: Man wurde „high“ davon, das Selbstbewusstsein stieg nach jahrelanger gebückter Haltung. Die Abteilungen, die sich auf den Weg machten, lieferten bald bessere Mitarbeiter-Stimmungsbarometer ab - und die Museumswärter-Zonen verblieben eben noch ein Weilchen im faden Takt. Aus dem Selbstverständnis schöpften viele Mitarbeiter mehr Selbstbewusstsein in zweierlei Hinsicht: Ich darf für meine Überzeugungen mehr einstehen als früher und ich muss mich selbst bewusst beobachten, ob das, was ich erarbeite so auch sinnvoll von Kunden empfangen wird.

Expeditions-Ausstattung: Das eindrucksvollste Erlebnis der ersten Wochen: Es gibt kein Gäste-WLAN, kein Outlook-WebEx, keine digital moderne Datenverarbeitung. Die Personaldaten in Excel, kein ERP-System in Finance, kein CRM im Haus. Eine Digitalagentur spielt auf Kohlepapier. Daher muss Führung hier auch apodiktisch werden, keine langen Beteiligungsdebatten führen, sondern stringent moder-

ne Technik ins Haus holen und Muster durchbrechen. Ich habe im ersten Jahr auf das "Sie" bestanden, um in vielerlei Hinsicht genügend Kommando geben zu können. Nicht umsonst heißt es: Je höher die Not, desto mehr führt. Und dann kommt auch der richtige Moment in's "Du" überzugehen – und es hat zugegebenermaßen einen erfrischenden Effekt. In vielen Führungsrollen habe ich die Abteilungsleiter gebeten, sich nicht zu lange mit den Mitarbeitenden zu beschäftigen, die nach dreimaliger Darlegung des Plans immer noch danach rufen „sie wollten mitgenommen werden“. Dieser vermeintliche Ruf nach Beteiligung kommt leider nicht selten von Komfort-Zonesiern der ewigen Verharrung.

Neues Spiel braucht neue Regeln: Der Game-Changing Effekt benötigt eine sehr rasche Umstellung des Hauses in Arbeitsweise und Mannschaftsaufstellungen. Beispiele: Der Führungskreis wurde erweitert, um mehrstimmig die unternehmerischen Entscheidungen bis zur besten Lösung zu durchdringen. Die starre Entwicklung von Spezifikation im Wasserfallmodus wurde durch iterative Verfahren mit Kundenfeedback ersetzt und eine Vielzahl von Dialogformaten mit Praxis, Klinik, Apotheke, Pflege und Industrie aufgebaut – damit man uns besser versteht und wir eine Menge dazulernen.

Zugewandtheit: Es ist wie in der privaten Liebe. Alles lebt von der aufrichtigen Zugewandtheit. Wer sich nicht gerne am Sonntag über sein Team Gedanken macht, sollte nicht Führen wollen. Veränderung erfordert ständige Erläuterung von Kontext, Mitarbeiter dürfen erwarten, die Zusammenhänge selbst nachzuvollziehen. Mitarbeitende bewegen sich meist, wenn für ihr eigenes Leben dabei ein bereicherndes Erlebnis winkt. Führungsmenschen geben daher sehr viel von sich selbst preis. Vertrauen ist implizit die offene Preisgabe von Verwundbarkeit – wenn es aufrichtig geschenkt wird, berührt es viele Mitarbeitende sehr. Überhaupt war die gematik emotional ein recht nüchternes Miteinander. Wir haben sehr bewusst mehr Gefühl eingebracht, um mehr High-Five-Momente gemeinsam zu haben, Erfolge wirklich auch zu feiern und um Fehlerkultur mit Rückendeckung zu ermöglichen. Meine Emotionen zu zeigen, half zudem den Kollegen und Kolleginnen mich verlässlich lesen zu können und meinen Stolz & Zuversicht für den weiteren Change im Auge zu erkennen. Wer die Chance verpasst, seine Mitarbeitenden aufrichtig und tief zu berühren, wird sie auch nie wirklich fundamental bewegen.

Anpassungsfähigkeit im politischen Umfeld: Die Landschaft des digitalen Gesundheitswesens verändert sich ständig – in Deutschland nicht nur in Technik, sondern übermäßig viel in Regulation und Limitierung. Politische Vorgaben sind nicht selten gesellschaftliche Kompromisse – weit entfernt von technisch besten Lösungen

existiert eine in die Jahre gekommene Infrastruktur und werden Forderungen an die gematik gestellt, die damit nicht immer leistbar sind. Unsere Antwort nach 18 Monaten der Analyse war eine TI 2.0 – initial übrigens aus eigener Not in einer Selbstreflektion entworfen. Führung gab hiermit wieder Perspektive und musste ein Jahr lang nach innen und außen vermitteln, damit die Mannschaft die Einordnung des limitiert Möglichen annimmt. Mittlerweile gibt es weitere Einsichten: Die zentrale Infrastruktur im freien Marktmodell durch eine Vielzahl von Anbietern zu stellen führt in ein fehleranfälliges Koordinierungsballett. Infrastruktur ist dann stabil, wenn uniform mit möglichst wenigen Übergabepunkten ausgeführt wird. Das weitere Angebot der Produkte kann dann umso überzeugender aus Anbietervielfalt erblühen. Sollte sich dieser Erkenntnis durchsetzen, wäre das Resultat wahrlich ein systemischer Game-Changer.

Kooperativer Geist: Zusammenarbeit ist im digitalen Gesundheitswesen entscheidend, wo der Erfolg oft davon abhängt, wie effektiv über disziplinäre Teams und Stakeholder hinweg zusammengearbeitet wird. Führungskräfte müssen geschickte Kommunikatoren sein. Ich habe viel mit Bildern gearbeitet und bin bewusst in der ein oder anderen öffentlichen Debatte für die Mitarbeitenden eingetreten. Und Humor war angesichts des Gegenwindes das beste Stärkungsmittel der Resilienz.

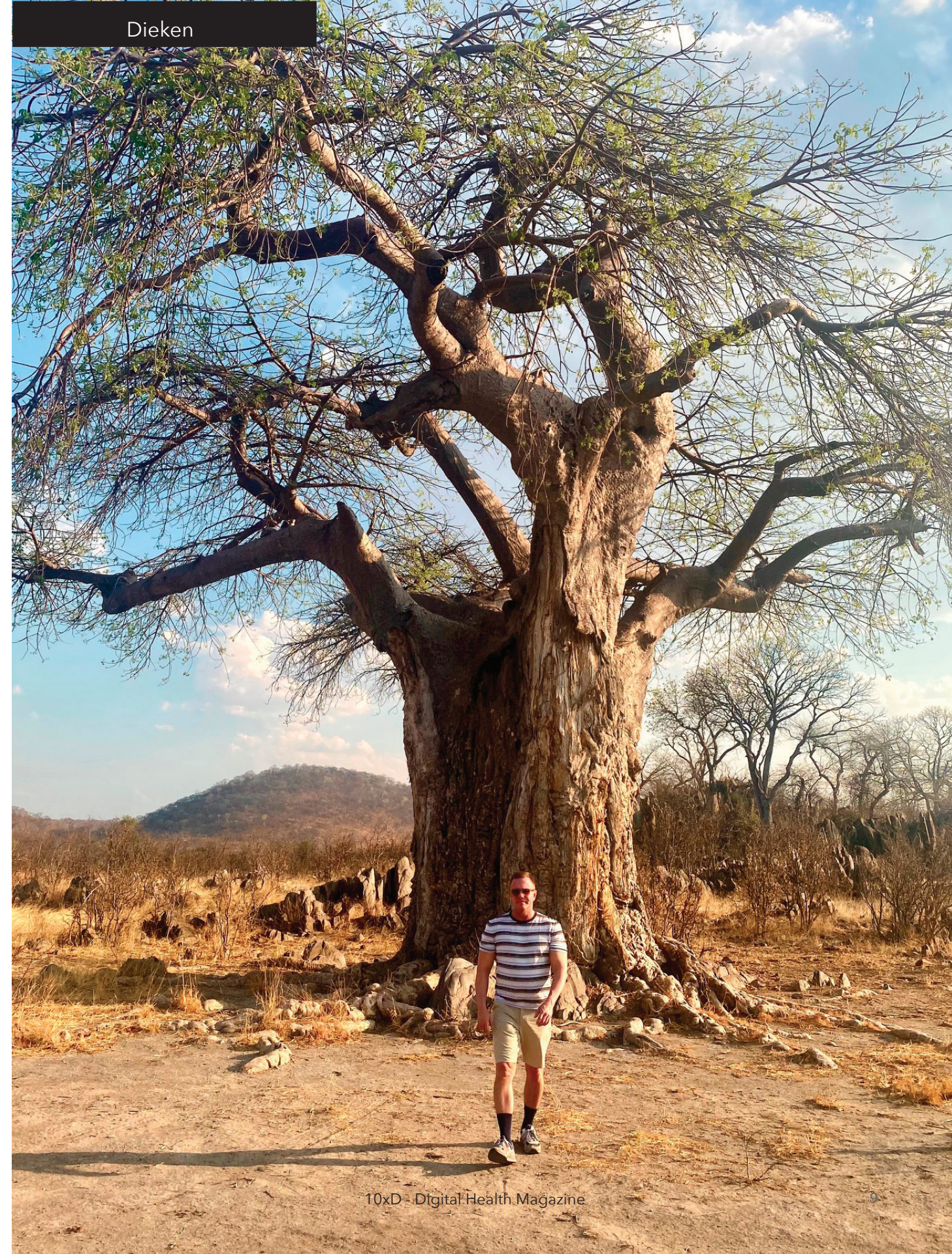
Ethik und Integrität: Mit dem Fortschritt der digitalen Gesundheitstechnologien werden ethische Überlegungen zu Data-Privacy, Patienteneinwilligung und gerechtem Zugang zur Versorgung immer wichtiger. Führungskräfte müssen unerschütterliche ethische Integrität und ein Engagement für die Einhaltung der höchsten Standards von Professionalität und Rechenschaftspflicht zeigen.

Transformative Führung in Aktion

Die Auswirkungen von transformativer Führung im digitalen Gesundheitswesen zeigen sich in den Erfolgsgeschichten von Organisationen und Initiativen, die bemerkenswerte Ergebnisse erzielt haben, indem sie visionäre Führung und Innovation priorisiert haben. Die Reise der gematik geht glücklicherweise weiter. Die gematik ist noch nicht da, wo sie sein kann. Und so wird die Herangehensweise weiterhin neue frische Ansätze wählen.

Die Zukunft der Führung im digitalen Gesundheitswesen

Wenn wir in die Zukunft des digitalen Gesundheitswesens blicken, wird die Rolle der Führung nur noch entscheidender. Mit Fortschritten in der künstlichen Intelligenz, Telemedizin, tragbaren Technologien und personalisierter Medizin am Horizont sind die Möglichkeiten für Innovation und Wachstum im digitalen Gesundheitswesen nahezu unbegrenzt. Um dieses Poten-



zial zu realisieren, werden visionäre Führungskräfte benötigt, die in der Lage sind, die Komplexitäten einer sich schnell verändernden Landschaft zu navigieren und andere dazu zu inspirieren, sie auf dieser transformatorischen Reise zu begleiten. Um die nächste Generation von Führungskräften im digitalen Gesundheitswesen zu fördern, müssen Organisationen in Führungsentwicklungsprogramme, Mentoring-Möglichkeiten und interdisziplinäre Zusammenarbeit investieren. Indem wir Führungskräfte mit dem Wissen, den Fähigkeiten und den Ressourcen ausstatten, die sie benötigen, um erfolgreich zu sein, können wir sicherstellen, dass das digitale Gesundheitswesen weiterhin gedeiht und sein Versprechen erfüllt, die Gesundheitsversorgung zu revolutionieren und die Ergebnisse für die Patienten zu verbessern. Gerade im Gesundheitswesen ist Zuwendung zwischen Menschen das Urelement – nicht nur zwischen Arzt und Patient, sondern auch zwischen allen Beteiligten.

The Beauty of the Project

Zusammenfassend ist Führung der ultimative Game-Changer im digitalen Gesundheitswesen. Durch Förderung visionären Denkens, vermittelnder Anpassungsfähigkeit, aufrichtiger Zuwendung, Zulassen von Emotion und ethischer Integrität haben Führungskräfte die Macht, bedeutende Veränderungen voranzutreiben und das volle Potenzial des digitalen Gesundheitswesens zu entfalten. Es gibt kaum etwas Schöneres.

Dr. med. Markus Leyck Dieken ><

Elektronische Patientenakte:
leicht erklärt. Youtube:



28. Mai 2024

Jahrhunderthalle Bochum



Ein gutes Feuerwerk braucht Zündstoff

Big Bang Health Festival 2023
07.09.2023

Dr. med. Markus Leyck Dieken
CEO gematik

DIGITAL HEALTH TOWN STAGE
DIGITAL HEALTH TOWN EXHIBITORS



ruhrHUB

#DWNRW Digitale Wirtschaft
Ein Förderprojekt des Ministeriums für Wirtschaft, Industrie,
Klimaschutz und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen



Kai Müller



>> The learnings will help guide future implementations of satellite-enabled telehealth networks globally. <<

Connecting the Unreachable

The groundbreaking telemedicine research project “Connecting the Unreachable” is underway in Antarctica, achieving a major milestone in the provision of healthcare access in remote locations around the globe. Led by expedition leader Kai Müller and supported by the Institute for Remote Area Risk and Medicine (IRARAM), an expert team has been conducting the first-ever use of SpaceX’s Starlink satellite internet for telemedicine purposes on the icy continent. The project evaluates the feasibility and effectiveness of using Starlink to enable telemedicine consultations and ICU-level data transfers. By setting up a specialized hardware configuration designed to withstand the harsh Antarctic conditions, the team seeks to demonstrate Starlink’s potential for enhancing healthcare access even in the most remote locations on Earth. The research has profound implications for the future of telemedicine, proving the capabilities of new satellite internet options for delivering quality medical care and expertise to challenging locations and isolated communities worldwide.

Project Overview

The expedition team has set up a specialized telemedicine station on a ship travelling in Antarctica. The hardware setup utilizes Starlink terminals and dishes to connect to the low Earth orbit satellite network. The team has designed the station to be completely power-independent, with solar panels and a wind turbine providing continuous electricity even during the long polar nights. This ensures continuous internet connectivity to facilitate real-time audiovisual consultation and transmission of medical data.

Technology Setup

To ensure continuous operation of the Starlink equipment and other electronics, the project utilizes two renewable power sources - Powerfilm solar panels and a Shine wind turbine. The solar panels can charge batteries during daylight hours, while the wind turbine generates additional power around the clock from Antarctic winds.

This combination of Starlink satellite equipment and renewable off-grid power sources provides a setup engineered for the challenges of Antarctica and in the future also for other remote locations, even fully without infrastructure. It enables the continuous, real-time communication necessary for evaluating Starlink’s capabilities for telemedicine without relying on local power infrastructure or fuel-based generators.

Data Transfer

The project focuses on transferring relevant ICU-level data to an external „medical oversight” to optimize the use of medical resources with the expertise of professionals in secure locations. The Starlink setup allows for high-bandwidth, low-latency data transfers not previously possible in such remote environments.

Specifically, the researchers are transferring the following types of data:

- Vital signs from medical devices including heart rate, blood pressure, oxygen saturation, respiratory rate, and temperature. This allows constant monitoring from medical professionals remotely.
- High-resolution ultrasound and x-ray imaging to obtain more diagnostic information and detect issues early.
- Images can be quickly transferred and interpreted by radiologists around the world.
- Two-way audio and video for telemedicine consultations. Doctors can visually assess patients and communicate in real-time.
- Electronic health records to seamlessly share medical histories, allergies, medications and more. This prevents dangerous medical errors.

By leveraging Starlink's capabilities, the researchers enable real-time monitoring, rapid expert consultation, and data-driven decision making. Rather than relying solely on limited on-site medical personnel and equipment, they can tap into expansive medical resources through data sharing. This allows them to mimic an ICU environment and optimize patient outcomes even in the remotest locations on Earth. The implications are far-reaching, from expedition groups and research stations to rural communities globally as well as NGO and disaster response units that want to exchange their data with the HQ.



Kai Müller
Medic Chief Expedition Officer ><



This article comes with support of DigiHealthStart.NRW, a project funded by the Ministry of Economic Affairs, Industry, Climate Action and Energy of the State of North Rhine-Westphalia, with the aim to shape, bridge and transform NRW's Digital Health Ecosystem.



DigiHealthStart.NRW is the central product of the project „Digital Health Ecosystem NRW - Focus Start-ups 2025“ under the direction of Prof. Dr Sebastian Merkel, holder of the junior professorship „Health and E-Health“ at the faculty for Social Sciences at the Ruhr University in Bochum.

To the website: www.digihealthstart.nrw



Jochen
Klenk



>> Die Qualität von KI-Anwendungen hängt allerdings stark von der zur Verfügung stehenden Datenbasis ab. <<

Food for Artificial Intelligence

Die Nutzung Künstlicher Intelligenz (KI) im Gesundheitswesen für Prävention, Diagnostik und Therapie hat ein großes Potential. Sie kann helfen, die Versorgungsqualität zu verbessern sowie die limitierten personellen und finanziellen Ressourcen optimal einzusetzen. Einige KI-basierte Anwendungen, wie die Analyse von EKG-Signalen oder Röntgenbildern, haben bereits den Weg in den klinischen Alltag gefunden.

Die Qualität von KI-Anwendungen hängt allerdings stark von der zur Verfügung stehenden Datenbasis ab. Lernende System können nur so gut sein, wie die Informationen, mit denen sie trainiert werden. Dies beinhaltet die technische und klinische Qualität, aber auch eine ausreichend große Datenmenge mit einem breiten Spektrum an möglichen Fällen für die jeweilige Fragestellung. Im Gesundheitssystem werden zwar täglich riesige Datenmengen erzeugt, deren Nutzung für Forschung und Entwicklung im Bereich von Digital Health ist aktuell aber oft schwierig. Unzureichende Digitalisierung, mangelnde Standardisierung, fehlende Vernetzung und eine unklare oder restriktive Rechtslage sind einige der Gründe für diese Situation. Für die Entwicklung neuer innovativer KI-Anwendungen ist dies eine der zentralen Barrieren. Das Land Baden-Württemberg fördert aus diesem Grund ein „Reallabor zum Transfer digitaler Gesundheitsanwendungen und KI ins Gesundheitswesen“ (ROUTINE). Ziel des Projekts ist die Schaffung eines Experimentierraums für Unternehmen und Forschende, um für neue medizinische Anwendungen KI-Algorithmen zu entwickeln, zu trainieren und zu testen. Hierzu werden Gesundheitsdaten sowie die entsprechende medizinische Expertise aus verschiedenen Sektoren des Gesundheitswesens verknüpft und zugänglich gemacht. Dies umfasst die digitale Datenerfassung in der klinischen Routine sowie die Bereitstellung dieser Daten auf einer digitalen Plattform in anonymisierter Form für Entwicklerinnen und Entwickler von digitalen Gesundheitsanwendungen. Neben den organisatorischen und technischen Fragen werden in ROUTINE auch die rechtlichen Aspekte analysiert, kritische Punkte identifiziert und Lösungen erarbeitet. Das Robert-Bosch-Krankenhaus (RBK) ist als klinischer Datengeber sowie mit seiner medizinischen und wissenschaftlichen Kompetenz am ROUTINE-Projekt beteiligt. Im Reallabor werden in einem ersten Schritt exemplarisch ausgewählte Use-Cases aufgebaut. Unter anderem wird am RBK als Use-Case eine Anwendung entwickelt, die mit Hilfe von KI auf Basis von Routinedaten den Rehabilitationsverlauf geriatrischer Patientinnen und Patienten prognostiziert. Dies kann helfen, die Versorgung individuell zu optimieren sowie personelle und finanzielle Ressourcen besser zu steuern. Unter anderem werden in diesem Use-Case auch Daten von am Körper getragenen Bewegungssensoren erfasst. In dem bereits abgeschlossenen BMG-Verbundprojekt AktiSmart-KI konnten wir gemeinsam mit Kolleginnen und Kollegen der Universität Ulm und der IB Hochschule für Gesundheit und Soziales zeigen, dass KI-basierte Algorithmen in diesen Daten auch komplexe Aktivitäten des täglichen Lebens erkennen

können. In ROUTINE werden diese Informationen nun mit weiteren klinischen Daten durch KI analysiert, um besser abzuschätzen, ob Patientinnen und Patienten nach der Entlassung aus dem Krankenhaus im Alltag selbstständig zurechtkommen. Gegebenenfalls kann der Rehabilitationsbedarf rechtzeitig angepasst werden, um langfristig Pflege zu vermeiden.

ROUTINE kann als Blaupause dienen, um perspektivisch für das gesamte Gesundheitswesen praktikable Lösungen zu finden, die gesammelten Daten für Forschung und Entwicklung im Bereich Digital Health verfügbar zu machen. Die digitale Patientenakte sowie das geplante Gesundheitsdatennutzungsgesetz sind in diesem Kontext wichtige Schritte, um die Entwicklung von digitalen Gesundheitsanwendungen in Deutschland zu ermöglichen und Innovationen in diesem Bereich weiter voranzutreiben.

Dr. biol. hum. Jochen Klenk
Arbeitsgruppenleiter Altersforschung, Abteilung für Geriatrie
am Robert Bosch Krankenhaus Stuttgart ><



Milad
Geravand

BGM braucht disruptive Innovationen

Im vergangenen Jahr erreichte die Anzahl der Krankheitstage zum zweiten Mal in Folge einen traurigen Rekordwert und stieg im Vergleich zu den Vorjahren bis 2021 um mehr als 50 %. Der Krankenstand, welcher angibt, wie viel Prozent der Erwerbstätigen an einem Kalendertag durchschnittlich arbeitsunfähig erkrankt waren, erreichte im letzten Jahr mit 6,76 % einen bisher unerreichten Höchststand. Studien legen nahe, dass die Wurzel dieses Negativtrends in unserem Lebensstil liegt, insbesondere in sich verschlechternden Gewohnheiten. Erwachsene verbringen einen erheblichen Teil ihrer Zeit bei der Arbeit, wodurch viele Gewohnheiten beeinflusst werden. Die Rolle von Unternehmen, ihren Mitarbeitern zu einem gesünderen Lebens- und Arbeitsstil zu verhelfen, ist daher von entscheidender Bedeutung. Bestätigt wird dies durch den rapiden Investitionsanstieg in Programme zur Förderung der Mitarbeitergesundheit. Bei den allermeisten Maßnahmen handelt es sich jedoch um kurzfristige Beratungen und Lösungen, die das eigentliche Problem nicht angehen – ungesunde Gewohnheiten, die maßgebend für den hohen Krankenstand sind. Nach wissenschaftlichen Erkenntnissen zur Verhaltensänderung ist die wichtigste Voraussetzung für eine wirksame Lösung eine Interventionsdauer von mindestens 6-8 Wochen. Über 90% der etablierten Gesundheitsmaßnahmen wie Gesundheitstage und Workshops sind daher absolut ungeeignet, um Mitarbeitenden bei der Entwicklung gesunder Alltagsroutinen zu helfen. Wenn wir dem hohen Krankenstand etwas entgegensetzen möchten, braucht es disruptive Veränderungen. Dazu gehört, die Anspruchshaltung gegenüber Präventionsmaßnahmen zu erhöhen und sie strikt danach zu bewerten, ob sie in der Lage sind, den Großteil der Beschäftigten zu erreichen und bei diesen messbare Verbesserungen zu bewirken. Ich habe den Wunsch, wirklich etwas zu verändern und habe deshalb Deep Care gegründet und einen völlig neuen Ansatz geschaffen. Dieser befasst sich konsequent mit den eigentlichen Ursachen, basiert auf aktuellen Forschungsgrundlagen und eröffnet durch modernste Technologien und künstliche Intelligenz völlig neue Möglichkeiten für die Gesunderhaltung. In einem zweijährigen Entwicklungsprozess haben wir Isa entwickelt, eine sensor- und KI-basierte Gesundheitsassistentin. Das Smartphone-große Gerät begleitet Bürobeschäftigte über mehrere Wochen, um ihnen individuelle Gesundheitsrisiken im Arbeitsalltag aufzuzeigen und diese nachhaltig zu adressieren. Im vergangenen Jahr haben 120 Unternehmen wie E.ON, Bosch und die Deutsche Bahn sowie sieben Krankenkassen, darunter AOK und Die Techniker, die digitale Lösung im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung eingeführt. In all diesen fortlaufenden Projekten konnte ein messbarer Effekt auf das Gesundheitsverhalten erreicht werden. Die Verbindung von Sensorik und Künstlicher Intelligenz eröffnet völlig neue Möglichkeiten für Prävention. Durch die Erfassung von Verhaltensfaktoren wie Körperhaltung, Bewegung und Trinkverhalten sowie Verhältnissfaktoren wie Luftqualität, Lichtintensität und die Ergonomie



>> Wir müssen anfangen, neue Wege zu gehen, denn wenn wir in die Zukunft blicken, ist eine der drei wichtigsten Herausforderungen für die Menschheit zweifellos die Gesundheit. <<

von Arbeitsmitteln können wir das Silodenken überwinden und die Gesundheit am Arbeitsplatz ganzheitlich fördern. Wir müssen anfangen, neue Wege zu gehen, denn wenn wir in die Zukunft blicken, ist eine der drei wichtigsten Herausforderungen für die Menschheit zweifellos die Gesundheit. Die Anzahl der Pflegekräfte nimmt ab, während unser Lebensstil sich verschlechtert. Als die jetzige Generation ist es unsere Verantwortung, uns auf diese Herausforderung vorzubereiten. Ein Ansatz besteht darin, wirksame Therapien für Kranke zu entwickeln, aber meine Präferenz liegt darin, die Menschen zu schützen, indem wir die Ursache angehen und das Wohlbefinden durch den Einsatz sinnvoller Technologien erhalten.

„Wir müssen anfangen, neue Wege zu gehen, denn wenn wir in die Zukunft blicken, ist eine der drei wichtigsten Herausforderungen für die Menschheit zweifellos die Gesundheit.“

www.deep-care.de

Dr. Milad Geravand
Gründer & CEO
Deep Care ><



Friderike
Bruchmann



>> Patientinnen suchen aktiv nach einer digitalen Begleitung. <<

Medwatcher: Das digitale Zuhause der Patienten

Das Thema ist allseits bekannt: Der Patient erhält eine Diagnose, muss ein neues Medikament einnehmen, fühlt sich nicht wohl. Wie und wo recherchieren Patient:innen, wo tauschen sie ihre Informationen aus, wo landen sie bei Fragen zu ihrer Medikation: Richtig, im Netz. Und dort ist der Unterschied zwischen objektiver Information und Verkaufsaktion nicht leicht auszumachen. Patient:innen bleiben bei unseriösen Angeboten hängen, ohne dass ihr Informationsbedürfnis gestillt wurde. Denn Hand aufs Herz: Der Patient erhält beim Arzt seine Diagnose, in der Apotheke sein Arzneimittel, im besten Fall mit hilfreichen Tipps und Einnahmehinweisen, aber sobald er wieder zu Hause ist, werden die Fragezeichen im Kopf immer größer. Und die Zeitspanne bis zum nächsten Arzt- oder Apothekenbesuch ist lang. Medwatcher hat eine Plattform entwickelt, um den Patient:innen in Deutschland ein „digitales Zuhause“ zu geben, in dem sie sich sicher fühlen können und auch in der Zeitspanne zwischen den Arzt- und Apothekenbesuchen wertvolle Informationen zu ihren Erkrankungen und ihrer Arzneimitteltherapie erhalten. „Meine Vision ist, dass jeder Patient, der Arzneimittel einnehmen muss, die bestmögliche digitale Begleitung erfährt. Durch mehr und besseres Wissen zur Erkrankung, durch die Nutzung von Patientenerfahrungen und durch einen besseren Patientensupport werden wir ein besseres, selbstbestimmteres Leben führen können“, so Dr. Friderike Bruchmann, CEO von XO Life, dem Unternehmen hinter MedWatcher. Patientinnen suchen aktiv nach einer digitalen Begleitung und das erklärt auch die hohen Engagement-Werte auf medwatcher.io : 40% der aktiven Nutzer pro Tag sind wiederkehrend und allein im ersten Quartal 2023 wurden über 40.000 medizinische Fragen beantwortet. Der Nutzer stellt sich sozusagen wie auf Instagram ein „Programm“ zusammen und abonniert genau jene Inhalte, die er spannend findet. Zusätzlich erhalten Patienten basierend auf ihrem Erkrankungs-Profil standardisierte wissenschaftliche Fragen angezeigt und sehen in den Auswertungen, wie sie im Vergleich zu anderen Patienten abschneiden. Dazu kooperiert Medwatcher mit renommierten Forschungsinstituten, wie dem Charité Center for Patient-Centered Outcome Research und weiteren nationalen sowie internationalen Fachgesellschaften für medizinische Forschung. Diese Informationen fließen an die Wissenschaft und forschende Industrie zurück und geben Aufschluss über Wohlbefinden und Gesundheitszustand der Patienten während einer Arzneimitteltherapie. Das ist der Sinn unserer Plattform: Gegenseitig voneinander lernen, und zwar jeden Tag. Seit August 2023 arbeitet Medwatcher auch mit der renommierten „European Organisation for Research and Treatment of Cancer“ (EORTC) zusammen. „Wir machen allen Krebspatient:innen die standardisierten Fragebögen zur Lebensqualität des EORTC in der „Real World“ zugänglich. Dadurch erhalten EORTC, Angehörige der Gesundheitsberufe und Life-Scien-

ce-Unternehmen wertvolle Einblicke in die Patientenversorgung „in der realen Welt“, sagt Dr. Friderike Bruchmann. Die Nutzung der Plattform ist für Patient:innen kostenlos. Alle Daten werden gemäß der europäischen Datenschutzgrundverordnung verarbeitet und ausschließlich auf deutschen Servern, größtenteils selbst gehostet, mit höchsten Sicherheitsstandards verschlüsselt gespeichert. Die Plattform ist aktuell als webbasierte Version verfügbar, gegen Ende des Jahres auch als App. Bis Ende des Jahres sollen 250.000 Patienten MedWatcher nutzen.

Über XO Life XO Life wurde in München gegründet und schafft mit medwatcher.io eine weltweit einzigartige Informations-Plattform für Patienten, Experten und Pharma. Das Unternehmen zählt zu den großen Hoffnungsträgern im Bereich der Gesundheits-Start-ups. Im März 2023 wurde XO Life als eines von 10 Startups aus verschiedenen Wirtschaftszweigen für den Digital HUB (D-HUB) Award vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz nominiert. Darüber hinaus zählt XO Life zu den 20 Finalisten des WECONOMY Awards 2023. Bei den Health Tech Challengers 2021 im Jahr 2021 wurde das Unternehmen als seines der innovativsten globalen mHealth-Lösungen ausgezeichnet.

www.medwatcher.io
www.xo-life.com

Dr. Friderike Bruchmann
 Gründerin medwatcher
 Managing Director XO Life GmbH ><

Wir müssen reden: Demenz darf kein Tabu mehr sein

Die Belastung ist groß, die Grenze des Möglichen irgendwann erreicht: Die Diagnose Demenz ist niederschmetternd. Und sie ändert nicht nur das Leben des Erkrankten. Auch Angehörige stehen vor großen Herausforderungen. Während die Versorgungsstrukturen in Deutschland stark auf den Erkrankten ausgerichtet sind, bleibt die Not der Angehörigen oft ungehört und ungesehen. Eine Demenz wird tabuisiert. Das muss sich ändern.

1,8 Millionen Menschen in Deutschland haben Demenz. Bis 2030 soll es bis zu drei Millionen Menschen mit Demenz geben. Dahinter stehen mindestens dreimal so viele Angehörige, die das tragen müssen. Immerhin werden ca. 75 Prozent aller Erkrankten zuhause gepflegt. Die Folgen für die pflegenden Angehörigen sind immens: Überlastung, Überforderung, Zerrissenheit, Vernachlässigung eigener Interessen und Bedürfnisse, soziale Vereinsamung und Krankheit. Angehörige sind diejenigen, die alles halten müssen. Dabei geht Demenz uns alle an und ist keine Privatangelegenheit. Allein schon, wenn wir an das Thema Pflegenotstand denken.

Das Leid der Angehörigen

Wie groß das Leid sein kann, wurde mir im Rahmen meines ehrenamtlichen Engagements bei der Malteser Tagesstätte für Demenzerkrankte zum ersten Mal bewusst. Ich begleitete vier Paare bei einem Urlaub in Südtirol und es wurde so deutlich, mit welchen Belastungen Angehörige tagaus, tagein zu tun haben. Ich habe ihre Verzweiflung und Überforderung gesehen. Das ging mir sehr ans Herz. Ein Initialmoment. 2017 gründete ich den gemeinnützigen Verein Desideria Care. Seitdem unterstütze und stärke ich zusammen mit meinem Team bundesweit Angehörige von Menschen mit Demenz. Hier brauchen wir noch viel mehr Mitstreiter z.B. aus der Pharmaindustrie und der Medizinbranche, die unsere Arbeit unterstützen. Bei einer Demenz in der Familie verändern sich Rollen und Aufgaben. Kompetenzen, die bei dem Menschen mit Demenz nach und nach verlorengehen, müssen bei den pflegenden Angehörigen aufgebaut werden, damit der Tagesablauf auch weiterhin funktioniert. Das ist wahnsinnig anstrengend. Viele sind mit dieser belastenden Situation überfordert, schämen sich auch, denken, dass sie alles allein bewältigen müssen. Dabei ist es gerade in dieser Situation so wichtig, sich Hilfe zu holen. Das ist keine Schwäche, sondern eine große Stärke und befähigt Angehörige, aktiv die Situation zu gestalten, eigene Bedürfnisse und Grenzen anzuerkennen und für sich Perspektiven zu öffnen. Demenz ist nicht nur Drama. Es gibt auch schöne Momente. Erkennt man sie, kann daraus eine Kraftquelle entstehen.



Désirée von Bohlen
und Halbach



>> Das Leid der Angehörigen. <<

Unsere Mission

Mit unseren individuellen Coachings und Gruppenangeboten ermutigen und befähigen wir Menschen, die Situation selbst in die Hand zu nehmen und zu gestalten. Dabei sind Wissen und Austausch mit anderen pflegenden Angehörigen die tragenden Säulen. Im Englischen gibt es das schöne Wort „Empowerment“, das es eigentlich ganz gut trifft. Unsere Role-Models sind das beste Beispiel. Offen sprechen sie in Mutmach-Geschichten über ihre Situation und holen das Thema Demenz aus der Tabuzone.

Zeit zum Umdenken

Denn genau darum geht's: Demenz darf kein Tabu mehr sein. Ich wünsche mir, dass Demenz einen Platz in der Mitte unserer Gesellschaft findet. Wir alle tragen dazu bei, dass das Thema immer noch stigmatisiert wird und unterschätzen, wie tiefgreifend eine solche Erkrankung in eine Familie, ja sogar in unsere Gesellschaft hineinwirkt. Die pflegenden Angehörigen sind die zentrale Stütze im Gesundheitssystem. Deshalb sind wir alle gefordert, dazu beizutragen, Angehörige in ihrer Pflegesituation zu stärken. Wir brauchen eine Caring Society, in der das Thema Demenz nicht als Schreckgespenst, sondern als Teil des Älterwerdens gelebt wird. Das ist unser Ziel, das wir mit unserer Arbeit und dank weiterer finanzieller Unterstützung durch Unternehmensspenden anstreben. Gelingt es uns, Demenz neu zu sehen und offen darüber zu sprechen, haben wir gemeinsam viel erreicht und tragen so entschieden dazu bei, dass Veränderung möglich ist und Lebensqualität für Angehörige entsteht.

Désirée von Bohlen und Halbach
Gründerin und Vorstandsvorsitzende
Desideria Care e. V. ><



>> Ein Zustand, der nicht tragbar ist und dringend Verbesserung bedarf. <<

Mehr Kapazität in der Psychotherapie

Wer in den letzten Jahren auf der Suche nach einem Termin bei einem Facharzt war, durfte schmerzlich feststellen, dass es sich dabei um ein kompliziertes Unterfangen halten kann. Besonders schwierig wird es, wenn es um die Suche nach einem Psychotherapieplatz geht. Der Bedarf an Psychotherapie ist enorm und die Kapazitäten sind stark begrenzt. Dieses gesellschaftliche Problem gewinnt zunehmend an Relevanz. Strenge Datenschutzbestimmungen schränken die Handlungsfähigkeiten für Praxen ein und erschweren den Weg für Patient:innen. Durchschnittlich muss ein:e Patient:in 30 Anrufe tätigen, um eine Praxis zu erreichen. Dann lautet die Antwort meist: „Ich habe keinen Platz rufen Sie in einem halben Jahr nochmal an“. Ein Weg, der für psychisch erkrankte Menschen einen wahren Kraftakt bedeutet. Aufgrund Ermangelung einer passender Lösungen, organisieren Psycho-therapeut:innen eingehende Therapieanfragen über verschiedene Kanäle wie Telefon, E-Mail und Kontaktformulare und mit Stift und Papier. Das ist unübersichtlich und führt aufgrund von langen Wartezeiten zu veralteten Patientendaten und nicht zuletzt zu Datenschutzproblemen. Damit aber nicht genug, denn der organisatorische Aufwand und die Kommunikation mit Patient:innen kostet eine Praxis im Monat bis zu 16 Stunden unbezahlte Arbeitszeit.

Das Ergebnis ist frustrierend. Während psychotherapeutische Praxen durch die hohe Nachfrage wertvolle Arbeitszeit verlieren, ist der Weg in die Therapie für viele ihrer Patient:innen ohne zusätzliche Hilfe kaum zu bewältigen. Ein Zustand, der nicht tragbar ist und dringend Verbesserung bedarf. Mit Lucoyo ist die Lösung entstanden: Praxen werden von manueller Arbeit befreit und mehr Psychotherapieplätze geschaffen. Unsere Mission ist, die psychologische Versorgung nachhaltig zu verändern, indem die Bedürfnisse von Psychotherapeut:innen und ihren Patient:innen miteinander verknüpft werden. In den letzten 3 Jahren haben wir mit Lucoyo eine Software geschaffen, die Psychotherapeut:innen von der organisatorischen Last rund um Therapieanfragen befreit. Über einen Kanal werden neue Anfragen bis zum Therapiebeginn organisiert und eine reibungslose Kommunikation mit Patient:innen gewährleistet.

Durch die Automatisierung manueller Aufgaben und gewinnen Psychotherapeut:innen bis zu 4 Stunden pro Woche an Arbeitszeit dazu. Indem Patient:innen einen wissenschaftlich fundierten Fragebogen ausfüllen, den sie an mehrere Praxen gleichzeitig senden können, bleiben unzählige Anrufe erspart und die Chance auf einen Therapieplatz wird erhöht. Seit Herbst 2023 wird Lucoyo deutschlandweit von Praxen eingesetzt und die Zahl der Patienten steigt stetig. Wir führen laufend Studien durch, um Lucoyo weiterzuentwickeln. Ziel ist, Patient:innen während der Wartezeit optimal zu begleiten und auf die Psychotherapie vorzubereiten. Damit wird eine noch qualifiziertere Vorstellung von Patient:innen ermöglicht und weitere Entlastung für Psychotherapeut:innen geschaffen. Die Idee zu Lucoyo entstand im Frühjahr 2021, als

wir Gründer:innen uns kennengelernt haben. Wir alle haben aus unterschiedlichen Perspektiven heraus einen persönlichen Bezug zum Thema und das hat uns direkt verbunden. Tiefgreifende Gespräche mit Psychotherapeut:innen, Betroffenen und Krankenkassen haben uns schließlich ermöglicht eine Lösung direkt mit unserer Zielgruppe zu entwickeln.

Wir sind überzeugt, dass jeder Mensch das Recht hat, psychisch gesund zu sein und Lucoyo ist unser Beitrag, um dieses Recht zu verwirklichen und psychische Gesundheit für alle zugänglicher zu machen.

Maja Krishnabhakdi
Co-Gründerin & Geschäftsführung
Lucoyo Health GmbH ><



Nicole
Ginter

Der Gesundheitskiosk - Eine Brücke zur Gesundheitskompetenz?

„Ich weiß nicht, wofür ich diese Tabletten nehme.“, „Ach, dafür brauche ich eine Überweisung?“, „Ich muss mit dem Entlassungsbrief zu meinem Hausarzt?“, „Ich muss meinen Lebensstil verändern wegen meiner chronischen Erkrankung?“, „Was sind präventive Maßnahmen?“ Es sind grundsätzliche, naheliegende Fragen wie diese, die Menschen im Gesundheitskiosk stellen – und die zeigen, dass es oft an der sogenannten „Gesundheitskompetenz“ fehlt. Aktuell und in Zukunft wird Gesundheitskompetenz immer wichtiger, nicht nur wegen der Digitalisierung unseres Gesundheitswesens. Gesundheitskompetenz bezeichnet die Fähigkeit, Gesundheitsinformationen zu verstehen, zu bewerten und anzuwenden, um informierte Entscheidungen zu treffen und gesund zu bleiben oder Krankheiten vorzubeugen. Eine verbesserte Gesundheitskompetenz kann zu einer effizienteren Gesundheitsversorgung, einer Steigerung des Wohlbefindens und auch zu geringeren Kosten führen. Insgesamt fallen drei bis fünf Prozent der Gesundheitsausgaben pro Jahr auf unzureichende Gesundheitskompetenz zurück. In Deutschland entspricht dies einem Betrag im zweistelligen Milliardenbereich, etwa neun bis 15 Milliarden Euro pro Jahr. Daher sollte das Gesundheitssystem möglichst barrierefrei und zugänglich gestaltet werden, um allen Menschen die Möglichkeit zu geben, sich gesundheitskompetent zu verhalten. Die Gesundheitskioske in Essen stellen nicht nur ein innovatives und integratives Konzept für die Gesundheitsversorgung dar, sondern fungieren auch als wegweisendes Element, das zur Förderung der Gesundheit in der Gemeinschaft beiträgt. Das Alleinstellungsmerkmal der Gesundheitskioske liegt in der Stärkung der Gesundheitskompetenz, durch die Menschen befähigt werden, sich im Gesundheitswesen zu orientieren und fundierte gesundheitliche Entscheidungen zu treffen. Das Team des Gesundheitskiosks Essen bietet Gesundheitsberatung in mehreren Sprachen an, dient als Bindeglied zwischen medizinischen und sozialarbeiterischen Perspektiven und verfügt über eine breite Palette an Qualifikationen (medizinische Grundausbildung und zusätzliches gesundheitswissenschaftliches Studium oder ein Studium der sozialen Arbeit). Das Essener Modell zeichnet sich besonders durch seine Kombination aus dem niederschweligen Angebot und der aufsuchenden Arbeit aus. Neben der Beratung im Gesundheitskiosk werden persönliche Kontakte zu den Menschen im Bezirk hergestellt, um besonders schwer erreichbare Zielgruppen anzusprechen und damit auch einen Beitrag zum vorherrschenden Präventionsdilemma zu leisten. In den Beratungen werden die Menschen ganzheitlich betrachtet; Gesundheit und Soziales werden miteinander verbunden. Immer unter der Prämisse, Hilfe zur Selbsthilfe zu ermöglichen, die Menschen an den Schnittstellen zwischen ärztlicher Behandlung, ihrem Zuhause und ggfs. dem Bereich Krankenhaus-Reha aufzufangen und ihnen den weiteren Weg zu weisen. Das jeweilige Konzept eines Gesundheitskiosks kann sich je



>> Gesundheitskioske könnten die Nische jeder Kommune im gesundheitlichen Bereich füllen - Anpassungsfähigkeit ist hier das Wichtigste. <<

nach Standort in einzelnen Punkten unterscheiden und sollte immer einer vorherigen Analyse der Versorgungssituation in der jeweiligen Kommune unterliegen. Hierbei ist es wichtig, keine Doppelstrukturen zu schaffen. Der Gesundheitskiosk in Essen fungiert als Dreh- und Angelpunkt vor Ort und arbeitet mit verschiedenen gesundheitlichen und sozialen Beratungsstellen, der Ärzteschaft, den Apotheken, Akteuren aus den Bezirken und dem öffentlichen Gesundheitsdienst eng zusammen. Aktuell wird das Thema „Gesundheitskioske“ auf politischer Ebene im Rahmen des Gesundheitsversorgungsstärkungsgesetzes (GVSG) diskutiert. Die zunächst ca. 200 geplanten Gesundheitskioske sollen rund 60 Millionen Euro zusätzliche Kosten für die gesetzlichen Krankenkassen verursachen. Dies entspräche ca. 0,015 Prozent der derzeitigen Ausgaben im Gesundheitswesen. Angesichts des Ziels, ein niedrigschwelliges, multidimensionales und ganzheitliches Konzept in der Praxis zu etablieren, das nicht nur die Gesundheitskompetenz, sondern auch die Prävention stärken soll, und im Vergleich zu den Gesamtausgaben im Gesundheitswesen sowie den durch eine unterentwickelte Gesundheitskompetenz entstehenden Kosten sind das überschaubare Investitionen. Zumal das Gesundheitssystem einem kontinuierlichen Wandel unterliegt und sowohl gegenwärtig als auch in Zukunft ein rein diagnostischer Ansatz und eine zeitlich begrenzte Konsultation nicht mehr ausreichen werden, um Gesundheit zu fördern und Krankheiten zu verhindern. Der Fokus muss verstärkt auf Beratungsangeboten liegen, die in Form von integrativen und kultursensiblen Versorgungskonzepten bereitgestellt werden, um allen Menschen Gesundheitsthemen nahezubringen.

Nicole Ginter, B. Sc. Biology M. Sc. Public Health
Leitung Team Gesundheitskiosk
Gesundheitskioske Essen ><



Christian
Kleinhans



>> Wir stärken die digitale, innovative und nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit unserer Mitglieder und fördern die Zusammenarbeit sowie den aktiven Austausch.<<

Digital Campus Zollverein als Innovations-treiber

Der Digital Campus Zollverein e.V. ist mehr als ein Hot Spot der digitalen Transformation, aber was ist er dann? Aus der Taufe gehoben wurde der Digital Campus auf Zollverein im Herbst 2019, um dem Erfahrungsaustausch zu Digitalisierungs-, Innovations- und Transformationsprojekten zwischen etablierten Unternehmen der Region eine Plattform zu geben und den konkreten Ort auf Zollverein, um sich informell zu treffen zu diskutieren. Seither haben sich rund 70 große und mittelständische Unternehmen angeschlossen, aber auch Kommunen und Handwerksbetriebe sowie Institute der öffentlichen Infrastruktur wie das Universitätsklinikum Essen. Der Digital Campus Zollverein e.V. und seine Mitglieder leben und wirtschaften in einer Ära der Vernetzung, in der Unternehmen nicht mehr als autonome Einheiten operieren können, sondern sich als Teil verschiedener Ökosysteme verstehen müssen. Diese Erkenntnisse, dass in komplexen Zeiten mit großen Herausforderungen ein Wandel vom Ego- zum Ökosystem notwendig ist und geschlossene Silos künftig offenen Häfen weichen, erlangen immer mehr Unternehmen. Wir stärken die digitale, innovative und nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit unserer Mitglieder und fördern die Zusammenarbeit sowie den aktiven Austausch. Wir bieten zu unseren Kernthemen verschiedene Veranstaltungsformate, in Präsenz sowie digital an. Besonders hervorzuheben ist unser 120 Stunden-Format. So geben unsere Mitglieds-Unternehmen, Institutionen, Vereine sowie Verbände und Hochschulen einen Einblick in ein vorgegebenes Schwerpunktthema: Status quo, Handlungsfelder und Zukunftsmärkte der unterschiedlichsten Projekte und Aktivitäten, die branchenübergreifend relevant sein können. In der Vergangenheit hatten wir die Themen Wasserstoff, Digital Cowork, urbane Transformation und Energiewende. In diesem Jahr haben wir uns die Themen Employer Branding und Künstliche Intelligenz vorgenommen. Bei der Veranstaltung „KI I 120h“ vom 18. bis zum 22. November 2024 legen wir den Schwerpunkt auf die Themen „KI in der Gesundheit, Energie und Transformation“. Hier freuen wir uns auch auf den Input von Professor Dr. Jochen A. Werner von der Universitätsmedizin Essen beim KI I Summit am Dienstag, 19. November 2024. Glückauf von der schönsten Zeche der Welt

Christian Kleinhans
Geschäftsführender Vorstand
Digital Campus Zollverein e.V. ><

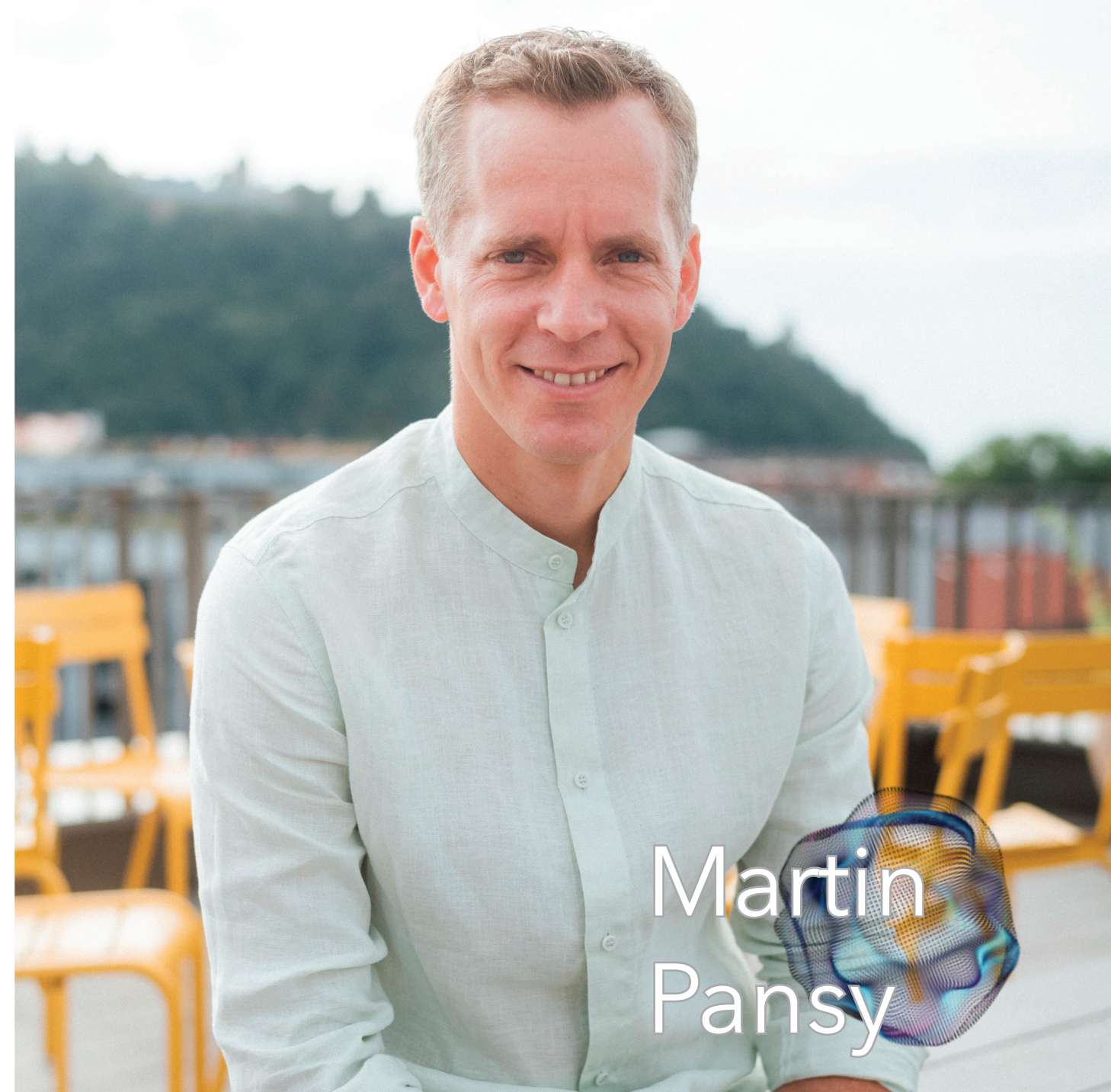


>> Innovation im Gesundheitswesen und konkret die Einbindung von KI als CO-Pilot im Alltag bedeutet neue Horizonte zu erschließen und die Zukunft der medizinischen Versorgung neu zu gestalten. <<

Innovation im Gesundheitswesen

Die Zukunft der medizinischen Informationsgewinnung wird von innovativen Köpfen wie Dr. Vera Rödel, Co-CEO eines Start-Ups, geprägt. Frau Rödel ist deutsche Rechtsanwältin und hält einen Master in Health and Medical Management. Seit über 12 Jahren ist sie in der pharmazeutischen Industrie sowie dem Healthcare Sektor tätig und leitete auf globaler Ebene unter anderem das Global Legal Neurology & Immunology and Cardio Metabolic & Endocrinology Team bei Merck Legal Healthcare. Bevor Frau Rödel im Jahr 2014 zu Merck kam, war sie bei Boehringer Ingelheim und Linklaters LLP tätig. Im Frühjahr 2022 trat Frau Rödel die Stelle des Global Lead Antitrust an verantwortet seit 2023 zudem Risk Governance and Management. 2023 gründete sie zusammen mit Prof. Heinz Wiendl ein Med-Tech Start-Up. Vera Rödel ist nicht nur eine erfahrene Unternehmerin, sondern auch eine engagierte Mutter von zwei Kindern. Diese Doppelrolle prägt ihre Arbeit und ist ein inspirierendes Beispiel für die Vereinbarkeit von Familie und Karriere. Als Mutter und Unternehmerin versteht sie die Bedeutung von hochwertigen, verlässlichen medizinischen Informationen und setzt sich dafür ein, dass sie für medizinisches Fachpersonal europa- und so der Plan weltweit zugänglich sind. Prof. Valmed® ist Vorreiter im Bereich der medizinischen Informationsgewinnung. Durch die Nutzung von Generative KI bietet das Unternehmen Ärzten und medizinischem Fachpersonal präzise, effiziente und verlässliche medizinische Informationen. Diese werden auf höchstem Qualitätsniveau bereitgestellt und unterstützen medizinische Fachkräfte dabei, fundierte Entscheidungen zu treffen und die Patientenversorgung zu verbessern. Was dieses Unternehmen besonders macht, ist die enge Zusammenarbeit mit staatlichen Institutionen wie dem Land Hessen und dem AI Quality and Testing Hub. Diese Partnerschaft ermöglicht es dem Unternehmen, seine Technologie kontinuierlich zu verbessern und den Bedürfnissen von Ärzten und Patienten gerecht zu werden. Die CE-Registrierung als Medizinprodukt der Klasse IIb wird den bedeutenden Meilenstein markieren und unterstreicht die Qualität und Sicherheit seiner Produkte. Sie wird im Juli 2024 bereits erwartet. Als Mitgründerin und Co-CEO ist Vera Rödel neben Prof. Heinz Wiendl eine treibende Kraft hinter dem Erfolg des Unternehmens. Ihre Leidenschaft für Technologie, ihre Expertise im Gesundheitswesen und ihre Vision, die Gesundheitsversorgung zu verbessern, machen sie zu einer einflussreichen Persönlichkeit in der Branche. Die Zukunft des Gesundheitswesens wird von Innovation und Zusammenarbeit geprägt sein, und Vera Rödel und Prof. Valmed® stehen an vorderster Front dieses Wandels.

Dr. Vera Roedel
Co-Founder
MHMM ><



Martin
Pansy



>> Zeit, Nähe und Menschlichkeit. <<

Digitale Zugangssysteme: Türöffner in der ambulanten Pflege

Zu viele Patientinnen und Patienten, zu wenig Personal und Zeit: Die Herausforderungen, die Unternehmen in der Pflegebranche heute bewältigen müssen, sind groß und nehmen weiter zu. Es gibt aber auch eine gute Nachricht: Immer mehr smarte Lösungen, die den Alltag der Dienstleister einfacher und besser machen, kommen auf den Markt – und können zum echten Türöffner für die Zukunft der Pflege werden. Im wahren Sinne des Wortes, denn für viele Pflegekräfte beginnt der Tag mit der Fahrt zur Station, um Schlüssel für die anstehenden Termine abzuholen. Das ist nicht nur aufwendig und kostet Zeit und Geld, sondern wird erst richtig kompliziert, wenn Mitarbeitende krankheitsbedingt ausfallen oder sich Dienstpläne aus anderen Gründen kurzfristig ändern. Dann braucht es echtes Organisationstalent – schließlich muss das Pflegeunternehmen sicherstellen, dass die eingeteilten Pflegekräfte nicht vor verschlossenen Türen stehen und Patientin oder Patient zum vereinbarten Termin auch garantiert mit einem Besuch rechnen kann. Neue digitale Lösungen wie das Nuki Smart Lock ermöglichen das Öffnen und Schließen von Türen per App und machen herkömmliche Schlüssel damit überflüssig – nicht nur in der Pflege, sondern in jedem Zuhause. Damit wird aus dem Smartphone ein intelligenter Schlüssel, der den Zutritt garantiert und der sich digital aus der Ferne steuern lässt.

In der Pflege handelt es sich dabei um eine wichtige Unterstützung, denn so ist der Zutritt zum Wohnraum der Pflegebedürftigen für Pflegekräfte, Angehörige oder Notdienste immer möglich. Zeitaufwendige Schlüsselübergaben, vergessene Rückgaben, verlorene Schlüsselbünde und weite Wege bei spontanen Krankheitsfällen fallen weg. Per App können Zutrittsberechtigungen mit wenigen Klicks erteilt bzw. entzogen werden. Damit ist es auch möglich, dem Pflegedienst nur in einem bestimmten Zeitfenster Zutritt zu gewähren. Zugangsberechtigungen lassen sich einfach und zentral über die Web-Plattform von Nuki steuern. Auch im Notfall garantieren smarte Zugangssysteme einen schnellen Zutritt und sparen wertvolle Minuten oder Sekunden, auf die es im Ernstfall ankommen kann.

Das Türschloss ist intuitiv und für jeden leicht zu bedienen. Es lässt sich ohne großen Aufwand nachrüsten und ersetzt einen Schlüssel nur dann, wenn alle Beteiligten das auch wollen. Möchten Pflegebedürftige gerne weiter die gewohnte Methode mit ihrem physischen Schlüssel nutzen, ist Nuki kein Ersatz, sondern eine Erweiterung für Pflegekräfte oder Angehörige. Digitale Zugangssysteme sind nicht nur in der ambulanten Pflege, sondern auch für Anbieter von Hausnotrufen und betreutem Wohnen eine Erleichterung. Und diese Erleichterung ist unser täglicher Antrieb: Wir sind überzeugt, dass digitale Technologien wie diese in der häuslichen Pflege künftig nicht mehr wegzudenken sind. Indem wir bestehende Zutrittslösungen intelligenter gestalten, helfen wir dabei, den Alltag von Unternehmen im Pflegeumfeld langfristig effizienter zu machen.

Das ist eine Herausforderung, der wir uns gerne stellen. Denn Pflege ist etwas, das uns alle betrifft – heute oder in der Zukunft.

Wenn es digitalen Angeboten gelingt, mit einfachen und smarten Lösungen Pflegepersonen zu entlasten und damit nicht nur die Mitarbeiterzufriedenheit zu steigern, sondern auch für mehr Sicherheit bei den Patientinnen und Patienten zu sorgen, werden sie zum wichtigen Begleiter im Pflegealltag. Jeder Tag in der Pflege, ob mobil oder stationär, bringt neue, unvorhersehbare Herausforderungen mit sich. Wer gerüstet ist und damit nicht vor verschlossenen Türen steht, kann sich auf das konzentrieren, worauf es in der Pflege wirklich ankommt: Zeit, Nähe und Menschlichkeit.

Martin Pansy
Mitgründer und CEO
Nuki Home Solutions >>

Member / Medienpartner





Kann Architektur den Genesungsprozess von Verletzten und Erkrankten positiv beeinflussen?

Helfen großzügige Räumlichkeiten, viel Tageslicht und der Blick auf die Natur, schneller wieder gesund zu werden? Vermutet wurde das wohl schon lange, die vielen prächtigen Kur-Anstalten, die teilweise ja schon vor Jahrhunderten in schöner Umgebung errichtet wurden, hatten sicher auch ihren Anteil daran, dass die Rekonvaleszenten dort wieder zu Kräften kamen.

Heute spricht man eher von Reha-Kliniken, und Patientinnen und Patienten sollen durch „Healing Architecture“ schneller und nachhaltiger gesunden. Als Ur-Vater dieses Konzepts gilt Roger S. Ulrich, Professor für Architektur an der Universität Aalborg (Dänemark) und der TU Chalmers in Göteborg (Schweden), mit seinem „evidenzbasierten Design“ im Gesundheitswesen. Seine Forschung zu diesem Thema („View through an window may influence recovery from surgery“) wurde 1984 in „Science“ veröffentlicht, und hat zahlreiche Architekten und Planer beeinflusst. Zu den Wegbereitern der später sogenannten Healing Architecture gehört Professorin Christine Nickl-Weller, die diesen Begriff nachdrücklich prägte. Sie lehrte nicht nur an der TU Berlin (Fachgebiet: Entwerfen von Krankenhäusern und Bauten des Gesundheitswesens), sondern ist mit dem Büro Nickl & Partner seit Jahrzehnten eine gefragte Architektin für Krankenhausbauten.

Eines ihrer jüngsten Projekte ist die Reha-Klinik des BG Klinikums Unfallkrankenhaus Berlin (UKB). Auch dieses, inzwischen mehrfach preisgekrönte Gebäude mit 21.000 Quadratmetern Brutto-grundfläche und 6 Geschossen, hat sie nach den Prinzipien der heilenden Architektur konzipiert: klare Formsprache, Zugang zur Natur, einfache Wegeverbindungen zur besseren Orientierung, 151 Einzelzimmer (größtenteils mit Loggia oder Balkon), attraktive Verweil- und Kommunikations-flächen auf jeder Ebene, zwei große Innenhöfe mit geschosshoher Verglasung, Flure mit Tageslicht, spezieller Fußbodenbelag, Akustik, Größe der Bäder entsprechend dem oft eingeschränkten Gesundheitszustand. Jede Etage erhielt eine Leitfarbe – blau, gelb, pflaume – die sich in der Innenraumgestaltung, etwa bei Vorhängen, Wandelementen und Sitzpolstern, wiederfindet. Die integrierte Rehabilitation von gesetzlich Unfallversicherten wird mit diesem Gebäude auf eine neue Stufe gestellt.

Durch Healing Architecture optimiert das ukb eine nachhaltige, patientenorientierte Versorgung: Berücksichtigt werden unter anderem Faktoren wie erhöhtes Bedürfnis an das Wohlbefinden und die Wahrnehmung im Raum, Aufenthaltsmöglichkeiten im Innenbereich und im Grünen, Bewegungsmöglichkeiten und die Vermeidung von Stress und Enge. Und auch das Personal profitiert – von attraktiven, gut ausgestatteten Arbeitsplätzen, Tageslicht in allen Bereichen und geschützten Pausenräumen. Besondere architektoni-



>> Durch Healing Architecture optimiert das Unfallkrankenhaus Berlin eine nachhaltige, patientenorientierte Versorgung. <<

sche Anforderungen galten auch für einen ganz besonderen, digitalen Therapieraum – die „ukb Brain Cloud 1.0“. Die helle, klar strukturierte und ästhetisch weiche Raumgestaltung wurde ganz auf die speziellen Bedürfnisse neurologisch beeinträchtigter Patientinnen und Patienten, aktuell vielfach bedingt durch Long-Covid, abgestimmt. Die Größe der Therapieplätze ist durch semitransparente Raumteiler regulierbar, Akustik und Licht können gedimmt werden. Dadurch entsteht ein reizarmes Ambiente, in dem die Konzentration und der Fokus auf die Übungen besser gelingen. Die Brain Cloud bietet ein völlig neues Therapieerlebnis, zum Einsatz kommen z.B. Virtual- oder Mixed-Reality-Brillen und Spielekonsolen für motorisch und/oder kognitiv ausgerichtete digitale Anwendungen.

Der digitale Therapieraum erfüllt die Ansprüche des Berliner BG Klinikums nach digital gestützter, skalierbarer Gesundheitsversorgung. Durch die Erprobung, Vermittlung und Weiterentwicklung von ständig neuen digitalen Therapieangeboten durch Ergo- und Physiotherapeuten leistet die ukb Brain Cloud 1.0 einen entscheidenden Beitrag zur digitalen Transformation der Gesundheitsberufe. Davon können in Zukunft auch Studierende der IB Hochschule profitieren: die Hochschul-Einrichtung, die u.a. den Studiengang „Digital Health“ anbietet, verlegt ihren Standort auf den ukb-Gesundheitscampus.

Prof. Dr. med. Axel Ekkernkamp
Direktor der Klinik für Unfallchirurgie und Orthopädie und
Ärztlicher Direktor
Unfallkrankenhaus Berlin ><



Marina
Lommel



>> Das wichtigste Gut auf dem Gesundheitsmarkt ist trust! <<

Personal Branding in drei Stufen:

Die richtige Story für den richtigen Kanal Gesundheit ist Vertrauenssache – dieses Credo haben sich zahlreiche Pharma-Unternehmen, Ärzte und weitere Healthcare Providers auf die Fahnen geschrieben. Zurecht, denn Vertrauen ist die wichtigste Währung für Gesundheitsdienstleister. Auf den Bereich der gesunden Ernährung trifft das besonders zu. Schließlich werden wir im Alltag ständig mit (häufig falschen oder unvollständigen) Informationen dazu konfrontiert – im Supermarkt, in Zeitungen und Zeitschriften, beim Surfen in sozialen Netzwerken, im Fernsehen. Was Interessierten dann Orientierung bietet und ihr Gesundheitsverhalten maßgeblich beeinflusst, ist Vertrauen, das in erster Linie durch personal branding entsteht. Eine aktuelle Studie aus den USA zeigt, dass rund 67 Prozent der Bevölkerung – unabhängig von ihrem Alter, Geschlecht, geografischen Standort, Berufsbezeichnung oder Einkommen – bereit sind, mehr Geld für Produkte und Dienstleistungen auszugeben, wenn sie persönliche Werte mit den Gründern oder Repräsentanten der Unternehmen teilen. Das deckt sich auch mit meiner persönlichen Erfahrung. Ohne meine eigene personal branding story würde es mein Unternehmen Foodpunk heute nicht geben – zumindest nicht als wachsendes Scale-up für Personalized Nutrition mit einer treuen Community. Denn ursprünglich wollte ich mir nach meinem Studium der Ernährungswissenschaften nur eine kleine Selbstständigkeit als Ernährungsberaterin mit der Marke Foodpunk aufbauen. Wie personal branding zum Kickstart für Foodpunk wurde Da ich mich bereits im Vorfeld viel mit personal branding auseinandergesetzt hatte, war für mich klar: Ich muss sichtbar sein, um erfolgreich zu werden. Und zwar als Expertin für personalisierte Ernährung. Mein Werbe-Budget lag zu der Zeit bei Null Euro, aber meine Leitsätze waren und sind: Menschen kaufen immer von Menschen. Menschen vertrauen Menschen. Wie hat das also konkret ausgesehen? Ich habe vom ersten Tag an in Posts von meiner Leidenschaft und Begeisterung für gesunde, personalisierte Ernährung erzählt, von meinem Studium und davon, wie ich mich im Bereich neurodegenerative Erkrankungen, Neurobiologie und Neurogenetik weitergebildet habe. Schon nach einer Woche hatte ich eine Art Community aus mehr als 400 FollowerInnen. Von da an habe ich sehr viele informative Blog-Posts geschrieben, immer mit einer persönlichen Note, die ich dann in verschiedenen Gruppen geteilt habe. Die meisten FollowerInnen werden mich in erster Linie als Ernährungs- und Tech-Nerd wahrgenommen haben und das war auch genau richtig so. Denn das wichtigste Gut auf dem Gesundheitsmarkt ist trust! Durch dieses expert branding ergaben sich dann immer wieder neue Möglichkeiten. Meine Blog-Posts hatten offenbar das Interesse eines Buchverlags erregt und mittlerweile habe ich fünf Bücher zu verschiedenen Ernährungsthemen veröffentlicht – ein weiterer wichtiger Baustein für das personal branding. Ebenso wie TV-Auftritte. Zahlreiche Produktionsteams kommen für Experteninterviews zu mir in die Foodpunk-Showküche. Für Kanäle, die private VerbraucherInnen ansprechen, ist auch meine persönliche Ernährungsgeschichte wichtig für

die Identifikation mit mir als Person. Ich konnte mit der Foodpunk-Ernährung selbst 15 kg abnehmen und mein Hautbild stark verbessern. Davon glaubwürdig und belegbar zu erzählen, erhöht die Nahbarkeit und den persönlichen Bezug zu mir als personal brand und zur Marke Foodpunk. Mittlerweile arbeiten 40 Menschen hinter den Kulissen von Foodpunk. Wir eröffnen das weltweit erste Zentrum für personalisierte Ernährung und Technologie bei München, das PNT Center (personalized nutrition technology). Wir erweitern unser Angebot um B2B-Software, mit der wir Kunden aus den Bereichen Krankenkassen, Medizin und Ernährungsberatung bedienen können. In meiner personal brand spiele ich dadurch wieder eine neue Rolle. Heutzutage spreche ich vor allem aus Sicht einer Unternehmerin, die ein Unternehmen mit Softwaredienstleistungen im Gesundheitsbereich aufgebaut hat und dieses erweitert. Spannender Nebeneffekt: Fast alle InvestorInnen haben den persönlichen Bezug über meine personal brand und die Beobachtung unseres Wachstums über die Social Kanäle als Investitionsgrund genannt. Die wichtigsten Kanäle sind für uns aktuell LinkedIn (entrepreneur story, Ernährungsthemen für Unternehmen) und Instagram (expert branding, persönliche Geschichten). Ich freue mich immer noch über die Resonanz, die ich erhalte. Sie ist eine große Antriebsfeder für mich und mein Team. Gesundheit ist Vertrauenssache und das Vertrauen eine wunderbare Bestätigung der vielen Arbeit, die wir in Foodpunk und das PNT Center stecken.

<https://brandbuildersgroup.com/study-foundr/>

Marina Lommel
Founder & CEO
Foodpunk GmbH >>



Fortbildung für die Digitalisierung in der Medizin

Das Gesundheitswesen befindet sich bereits seit Jahren innerhalb eines massiven Paradigmenwechsels – die unumstößliche Relevanz der Digitalisierung für die Aufrechterhaltung der medizinischen Versorgung, ebenso, wie für die Zukunftsfähigkeit des Gesundheitsstandortes Deutschland sind schon lange evident. Doch die Transformation hat nach wie vor „Sand im Getriebe“ und präsentiert sich eher durch Negativ-Schlagzeilen als durch Erfolgsmeldungen. „Die Digitalisierung in der Medizin hakt hierzulande an sub-optimalen technischen Lösungen, oft fehlender Bereitschaft zu sektorenübergreifender Vernetzung, gesetzlichen Hürden – und schlussendlich hat sie ein Akzeptanz-Problem, das nicht zuletzt auch durch anhaltende Informations- und Wissenslücken geschürt wird“, findet Dr. Verena Drebing, die sich als Entrepreneurin und Gesellschafterin der medizinischen Fortbildungsplattform STREAMED UP aktiv für einen integrierten Informationsfluss zwischen den Stakeholdern des Gesundheitswesens einsetzt. Zusammen mit dem wissenschaftlichen Leitungsboard der Streaming-Sendereihe MedLive digital hat sie ein Fortbildungsangebot aus der Taufe gehoben, das dazu beitragen soll, diese Defizite zu beheben.

Neutral, aktuell und aus erster Hand

„Innovative Fortbildungskonzepte unterstützen maßgeblich dabei, Wissenszugewinn und Berufsalltag besser zu kombinieren“, davon ist Dr. Drebing absolut überzeugt. Bereits 2016 entstand aus dieser Überzeugung heraus mit streamed-up.com eine Plattform für den Abruf und die Liveübertragung von Streams im medizinischen Fachbereich. Heute ist STREAMED UP ein anerkanntes Video-Portal für die medizinische Fortbildung mit Beiträgen aus über 50 Fachgebieten und knapp 100.000 registrierten Nutzern und Nutzerinnen. Die Neutralität der Inhalte, ihre Aktualität und die erstklassigen Expertinnen und Experten sind nach Umfragen Hauptgründe für die Nutzerinnen und Nutzer, sich regelmäßig auf streamed-up.com fortzubilden.

Primetime für die Digitalisierung

Mit MedLive digital hat sich das Thema „Digitalisierung“ seit 2022 fest im Programmportfolio etabliert – im Schnitt sind pro Sendung 700 Ärztinnen und Ärzte dabei oder nutzen im Anschluss das Video on Demand. „Die Sendereihe soll Digitalisierung erfahrbar machen, die digitalen Lösungen erläutern, die bereits praxistauglich eingesetzt werden können, aber auch Akteure aus unterschiedlichen Bereichen in einen Austausch führen“, bringt Dr. Drebing das Konzept von MedLive digital auf den Punkt. Denn bisher ist es nicht umfassend gelungen, die medizinischen Fachkreise auf dem Weg hin zum digitalen Gesundheitswesen mitzunehmen. Gerade die sektorenübergreifende und gelebte Zusammenarbeit wird aus Sicht



>> Digitalisierung ist eine Chance, die wir nicht länger an uns vorbeiziehen lassen sollten. <<

von Dr. Drebing ein Schlüssel zum Erfolg der Digitalisierung. „Schön ist immer der Austausch der Experten untereinander nach den Livesendungen, der deutlich zeigt, wie wichtig diese Zusammenführung der unterschiedlichen Disziplinen ist und wie sehr diese eine intensivere Vernetzung wünschen“.

MedLive digital repräsentiert das komplette Fachgebiet

Für den inhaltlichen roten Faden der Sendereihe zeichnen als Wissenschaftliche Leitung mit Dr. Dominik Pförringer, Prof. Jochen Klucken, Prof. Björn Eskofier und Dr. Irmgard Landgraf namhafte Experten und ärztliche Akteure auf dem Gebiet der Digitalisierung im Gesundheitswesen verantwortlich: Sie wissen, wohin sich das Fachgebiet bewegt, kennen die Themen von Morgen und scheuen eben auch gerade vor kontroversen Perspektiven nicht zurück. Das inhaltliche Spektrum von MedLive digital ist damit weit gespannt – von angewandten Praxisbeispielen, die veranschaulichen, wie die digitale Medizin bereits in diversen Fachgebieten konkreten Nutzen bringt, über konkrete Effizienz-Analysen bis hin zur Diskussion erforderlicher Zukunftsstrategien auch im internationalen Kontext. Die abendlichen Livesendungen liefern zur besten Sendezeit einen moderierten Expertentalk, an dem sich die Zuschauerinnen und Zuschauer via einer Chatfunktion direkt an die Expertinnen und Experten im Studio wenden und damit auch die Diskussion beeinflussen und Antworten auf ihre Fragen erhalten können. Auf diese Weise entsteht wissenschaftlicher Diskurs in Echtzeit – mit nachhaltigem Mehrwert für alle. Direkt im Anschluss an die Livesendung stehen die Inhalte als On-Demand-Video auf der Plattform zur Verfügung und können so flexibel jederzeit genutzt werden. „Neben unserer eigenen Sendereihe MedLive digital wünschen wir uns, dass auch weitere Institutionen eigene Video-Inhalte im Rahmen von Sendekanälen bei uns produzieren und einstellen,“ so Dr. Drebing weiter. Denn streamed-up.com ist bewusst als Kanalsystem ausgelegt, das auch anderen Akteuren im Gesundheitswesen, wie Fachgesellschaften, Kliniken oder auch Industriepartnern eine Plattform bietet. Und diese ist mit rund 100.000 aktiven ärztlichen Nutzerinnen und Nutzern eine feste Größe im Fortbildungsumfeld.

Digitale Fortbildung mit Mehrwert

Mehrwerte bieten die MedLive digital-Inhalte den Nutzer:innen aber auch noch darüber hinaus. Durch die Teilnahme an den Livesendungen kann man an jedem gewünschten Ort CME-Punkte erhalten. Denn viele der MedLive digital-Folgen sind CME zertifiziert. Die Punkte werden den Nutzerinnen und Nutzern, insofern sie ihre EFN in ihrem Nutzerprofil auf STREAMED UP hinterlegt haben, auf dem persönlichen Punktekonto automatisch gutgeschrieben.

Registrierung auf streamed-up.com

Um die Inhalte auf der Plattform streamed-up.com zu nutzen, ist lediglich eine Nutzerregistrierung mit Nachweis der Zuge-

Keyfacts MedLive digital:

MedLive digital auf www.streamed-up.com:

- Kostenfreie Anmeldung
- Wissenschaftliche Leitung: Jochen Klucken, Eskofier, Dominik Pförringer, Irmgard Landgraf
- Live-Sendungen jeweils um 18:00 Uhr
- Bisher mit jeweils 2 CME-Punkten zertifiziert
- Interaktivität durch Livechat und Livevoting

hörigkeit zu den medizinischen Fachkreisen erforderlich. Bei Ärztinnen und Ärzten ganz einfach durch Eintragen der EFN. Damit entsteht der Zugriff auf mittlerweile über 2.500 Inhalte. Die Teilnahme an den MedLive digital-Sendungen sowie die Nutzung der On-Demand-Beiträge der Sendereihe sind kostenfrei. „Die Themen zur Digitalisierung betreffen alle Fachgebiete – daher spricht MedLive digital die Fachkreise auch bewusst interdisziplinär an,“ betont Dr. Drebing und auf die Frage, was sie als einen Erfolg bezeichnen würde, ist ihre spontane Antwort: „Mit MedLive digital einen Beitrag dazu zu leisten, dass Digitalisierung im Gesundheitswesen gelingen kann – das wäre für mich ein sehr guter Erfolg!“

Nächster MedLive digital-Sendetermin:

Kann man's besser machen?

Digitalisierung in den Krankenhäusern. Unter anderem mit den Themenschwerpunkten „Digitale Transformation im Krankenhaus: Große Herausforderung, Riesige Chance“

Mittwoch, 20.06.2024

18:00 – 19:30 Uhr und im Nachgang verfügbar als Video-on-demand



Dr. Verena Drebing ><





Digitale Gesundheitskompetenz in der GKV

Das E-Rezept einlösen, eine Videosprechstunde mit dem Hausarzt durchführen, die elektronische Patientenakte einrichten, einen umsichtigen Umgang mit den eigenen Gesundheitsdaten pflegen, digital verfügbare Gesundheitsinformationen nutzen oder die Übungen gegen Rückenschmerzen via App absolvieren: die Möglichkeiten, die digitale Gesundheitsangebote für Patienten mit sich bringen, sind schier endlos. Dass die Digitalisierung im Gesundheitswesen außerdem wichtig ist, weil sie weitreichende Potentiale zur Effizienzsteigerung bereithält, ist unbestritten. Der demografische Wandel, der Fachkräftemangel oder auch die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie stellen das System vor eine Vielzahl an Herausforderungen.

Für die Patienten bedeutet die Digitalisierung im Gesundheitswesen aber auch, dass sie neue Kompetenzen einbringen müssen, um selbstbestimmte Entscheidungen zu ihrer eigenen Gesundheit treffen zu können. Die Kombination dieser benötigten Fähigkeiten wird zusammengeführt verstanden als „digitale Gesundheitskompetenz“ (dGK). Das bekannteste Modell zur dGK wurde bereits 2006 von Norman und Skinner vorgestellt. Sie beschreiben dGK originär als „Fähigkeit zum Suchen, Finden, Verstehen und Bewerten von Gesundheitsinformationen auf der Grundlage digitaler Quellen und das gewonnene Wissen so anzuwenden, um gesundheitliche Herausforderungen zu adressieren und Probleme zu lösen“. Sie kombinieren sechs relevante Kernkompetenzen, aus denen sich die digitale Gesundheitskompetenz zusammensetzt: allgemeine Kompetenzen (z. B. die Lesefähigkeit oder das Textverständnis), Gesundheitskompetenz, Informationskompetenz, Wissenschaftskompetenz, Medienkompetenz und Computerkompetenz. Über die Jahre wurde das Konzept weiterentwickelt und erweitert, sodass heute unterschiedliche Schattierungen digitaler Gesundheitskompetenz existieren. Neuere Definitionen wie die von Samerski/ Müller erweitern das Konzept beispielsweise noch um die Zielsetzung der selbstbestimmten Nutzung digitaler Technologien im Hinblick auf die eigene Gesundheit. Darüber hinaus schließen sie die Interaktion zwischen individuellen Fähigkeiten und soziotechnologischen Rahmenbedingungen als Einflussfaktoren auf die digitale Gesundheitskompetenz ein.

Eine hohe dGK der Bevölkerung sollte heutzutage als Schlüsselkompetenz und auch als Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche digitale Transformation im Gesundheitswesen gesehen werden.

Aktuelle Ergebnisse zeigen jedoch, dass die dGK der deutschen Bevölkerung verbesserungswürdig ist. So fand der HLS-GER 2 beispielsweise heraus, dass knapp drei Viertel der Bevölkerung eine schwach ausgeprägte dGK und enorme Probleme im Umgang mit digitalen Gesundheitsinfor-



>> Das Ziel ist, Handlungsempfehlungen für eine erfolgreiche Förderung der digitalen Gesundheitskompetenz zu generieren. <<

mationen aufweisen. Weitere Studien zeigen zudem, dass die dGK in verschiedenen Zielgruppen variiert und besonders bei Menschen mit vielen Kontaktpunkten zum Gesundheitswesen, wie chronisch Kranken, schwach ausgeprägt ist.

Bislang sind nur die gesetzlichen Krankenkassen gesetzlich dazu verpflichtet, ihren Versicherten Maßnahmen zur Förderung der dGK anzubieten. In der Praxis schlägt sich dies aktuell in den Versicherten kaum bekannten Einzelmaßnahmen wie zum Beispiel vertrauenswürdigen Portalen zur Arzt- und Krankenhaussuche oder generalistischen Online-Schulungsangeboten nieder. Im Hinblick auf die vielfältigen Chancen einer hohen dGK als Antwort auf die zahlreichen Herausforderungen im Gesundheitswesen stellt sich hier zwangsläufig die Frage: Reicht das aus? Wenn die dGK eine Schlüsselkompetenz im Gesundheitssystem darstellt, müssen wir dann nicht einen ganzheitlichen Ansatz verfolgen und gemeinsam mit allen Akteuren im Gesundheitswesen an einer Lösung arbeiten? Müssen wir nicht mehr Forschung zu effektiven Fördermöglichkeiten betreiben? Braucht es nicht mehr konkrete Ansätze, um die dGK zu fördern und zu verbessern?

Um einen Beitrag zu diesen Fragen zu leisten, führe ich im Rahmen meiner Promotion eine Delphi-Studie durch. Das Ziel ist, Handlungsempfehlungen für eine erfolgreiche Förderung der digitalen Gesundheitskompetenz von gesetzlich Krankenversicherten in Deutschland aus ganzheitlicher Perspektive zu generieren. Erste Ergebnisse zeigen, dass hierfür eine Weiterentwicklung auf allen Ebenen von politisch-gesellschaftlichen Denkhaltungen und Rahmenbedingungen über etablierte Rollen und Berufsbilder bis hin zu den Strukturen und Prozessen im Gesundheitswesen und den aktuell eingesetzten Fördermaßnahmen erforderlich ist. Frei nach der Aussage des European Health Parliament, „You can have the most technologically advanced device in the world, but if you don't know how to operate it, it will be as useful as a jumbo-jet without a pilot“, sollte die digitale Gesundheitskompetenz dringend eine wichtigere Rolle im deutschen Gesundheitswesen einnehmen.

Julia Ulbrich
Doktorandin FOM Hochschule in Kooperation mit
Universidad Católica San Antonio in Murcia ><



Judith
Bildau



>> Dass Frauengesundheit aber auch einen großen Einfluss auf Unternehmen und die Gesamtwirtschaft hat, ist vielen bislang noch nicht bekannt. <<

Frauengesundheit in Unternehmen

Warum sich auch Unternehmen unbedingt mit dem Thema „Frauengesundheit“ beschäftigen sollten. Endlich rückt das Thema „Frauengesundheit“ immer mehr in den gesellschaftlichen und medialen Fokus. Mittlerweile ist bekannt, dass Frauenkörper nicht gleichzusetzen sind mit denen der Männer, dass Frauen häufig völlig andere Symptome zeigen und auch dass sie viele Medikamente anders verstoffwechseln. Das Ganze fällt in den Bereich der „Gendermedizin“. Es gibt also Fortschritte im Bereich der Frauengesundheit. Sehr langsam und natürlich längst überfällig, aber die Richtung stimmt. Davon werden in Zukunft -hoffentlich- immer mehr Mädchen und Frauen profitieren können. Dass Frauengesundheit aber auch einen großen Einfluss auf Unternehmen und die Gesamtwirtschaft hat, ist vielen bislang noch nicht bekannt.

Vor allem in den USA wissen Unternehmen längst darum, dass sie Gendermedizin nicht länger ignorieren können und sie ihren Mitarbeiterinnen Support bei geschlechtsspezifischen Themen garantieren müssen. Und auch für deutsche und europäische Unternehmen kann dieses Wissen ein echter Gamechanger sein. Denn auch hier werden Themen wie Diversity und Equity immer wichtiger- zum Glück! Eines vorneweg: Frauen sind nicht das schwächere Geschlecht und bei dem Thema „Frauengesundheit“ soll es nicht darum gehen, Frauen in eine Opferrolle zu drängen. Vielmehr ist es an der Zeit, Frauen dabei zu unterstützen, ihre ganze Kraft, Professionalität und Erfahrung frei entfalten zu können UND dafür zu sorgen, dass Unternehmen genau davon profitieren.

Menstruation, Endometriose, Wechseljahre- Zahlen, die erschrecken. Nach wie vor ist das Thema Menstruation ein Tabu. Unterschiedliche Untersuchungen zeigen, dass für die Mehrzahl aller Frauen und Mädchen die Menstruation negativ besetzt und gar schambefahet sei. Dabei sollten wir unbedingt darüber sprechen! Denn: Laut einer Umfrage leiden 98% aller Menstruierenden unter Beschwerden währenddessen. 43% der Berufstätigen konnten deshalb schon einmal nicht zur Arbeit gehen, nur 11% haben darüber mit ihrer*m Vorgesetzten*m gesprochen. (1). In einer anderen Untersuchung gaben 32% der Befragten an, während ihrer Periode weniger produktiv zu sein, 25% haben bereits eine Ausrede erfunden, um nicht am Arbeitsplatz erscheinen zu müssen (2). Allein in der EU führt der aktuelle Umgang mit der Menstruation zu einem jährlichen wirtschaftlichen Schaden von etwa 107 Milliarden Euro.

Ein weiteres, sehr prägnantes Beispiel für die Tabuisierung von weiblichen Beschwerden ist der Umgang mit der Erkrankung Endometriose. Vergingen bislang bis zur Diagnosestellung bis zu 10 Jahre, bedeutete das für erkrankte Frauen ein langer Leidensweg, starke Schmerzen, unerfüllter Kinderwunsch und häufige Arbeitsunfähigkeit.

Europas wirtschaftlicher Gesamtschaden allein durch die Ar-

beitsausfälle wird jährlich auf ca. 30 Milliarden Euro geschätzt. Eine britische Umfrage, erschienen 2022, befasste sich dagegen mit den Auswirkungen der Wechseljahre auf die Berufstätigkeit der Frauen. 99% aller Befragten gab an, dass sich ihre Beschwerden negativ auf ihre berufliche Tätigkeit auswirkten, 59% hatten deshalb bereits eine berufliche Auszeit genommen. 21% verzichteten auf eine Beförderung, 19% reduzierten ihre Arbeitszeit und 12% kündigten. Weltweit beläuft sich der wirtschaftliche Schaden durch den Verlust der Frauen in der Perimenopause und Menopause auf 150 Milliarden Dollar jährlich, Tendenz steigend, denn 2030 wird ein Viertel der Weltbevölkerung in den Wechseljahren sein (3).

Good news: Es gibt Lösungen!

Nenne ich all diese Zahlen, während meiner Workshops, Vorträge oder speziellen Firmenberatungen, ist das Entsetzen meist erst einmal groß. Vielen Führungskräften oder CEOs ist die Wichtigkeit von gendermedizinischen Aspekten (noch) nicht bewusst. Oft schleicht sich auch schnell eine Art Resignation ein. Menstruierende haben nun mal eine Periode, fertile Frauen können an Endometriose erkranken und die Wechseljahre sind ein natürlicher Prozess. Stimmt! Den Unterschied jedoch macht der firmeninterne Umgang mit den Beschwerden sowie die Stärkung und Förderung der Arbeitnehmerinnen. Der erste und wichtigste Schritt ist die interne Enttabuisierung geschlechtsspezifischer Themen. Im Bereich der Frauengesundheit bedeutet dies zunächst, dass die Arbeitnehmerinnen die Sicherheit haben, auch mit frauengesundheitlichen Themen auf Verständnis zu stoßen. Gerade in den USA bieten Firmen mittlerweile gezielt Workshops zu Topics wie Menstruationsbeschwerden, Kinderwunsch und Wechseljahren an. Häufig sind diese mit der Möglichkeit einer persönlichen medizinischen Beratung kombiniert. Die digitale Medizin bietet hier die Möglichkeit, die Frauen auch darüber hinaus medizinisch beraten und begleiten zu können. Auch die Fortbildung der zuständigen Arbeitsmediziner*innen ist unbedingt zu empfehlen.

Weitere Schritte sind das Bereitstellen von kostenlosen Menstruationsprodukten, die Möglichkeit von Homeoffice-Tagen bei Bedarf und die Flexibilität bei beruflichen Reisen, wenn nötig. Gerade Frauen mit Wechseljahrsbeschwerden wie Schlafstörungen profitieren von flexibleren Arbeitszeiten und der Möglichkeit von häufigeren Pausen. Die Ausstattung des Arbeitsplatzes mit einem Ventilator hilft bei Hitzewallungen. Es sind meist relativ „kleine“ Maßnahmen“, die einen großen Erfolg ausmachen. Das Ergebnis? Frauen, egal welchen Alters, werden beruflich auf Grund von Geschlechtsunterschieden nicht weiter benachteiligt. Der Benefit für die Firmen?

Motivierte und engagierte Mitarbeiterinnen, ein starker weiblicher Anteil innerhalb des Unternehmens, ein gutes und vertrauensvolles Arbeitsklima und -nicht zu vergessen!- in Zeiten von Fachkräftemangel und notwendigem Werben um qualifizierte Mitarbeiter*innenein ganz wichtiges Tool zum Employer Branding.

Dr. med. Judith Bildau
Fachärztin für Frauenheilkunde und Geburtshilfe ><

Weiterführende Literatur

- Erdbeerwoche Menstruationsumfrage 2020
- Kearney and WASH United. Addressing menstruation related challenges for women and girls: an untapped opportunity, 2020
- IMPACT OF PERIMENOPAUSE AND MENOPAUSE ON WORK, Newson Health Research and Education, 2022

Jens Baas (Hrsg.)



Resilienz

Für ein krisenfestes
Gesundheitssystem



Medizinisch Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft



Jan Arbter



>> Auf eine bessere,
digitale und gesunde Zukunft. <<

Digitalisierte Arzt-Patientenkommunikation

Als Co-Founder und CEO des Startup Unternehmens „Bettercare.digital“ spricht die Affinität zu automatisierten Prozessen für sich selbst. Ich bin Jan Arbter und ich freue mich, Sie mit auf eine spannende Reise in die Digitalisierung im Gesundheitswesen zu nehmen. Aus der jahrelangen Begleitung und Beratung von Heilberuflern in Sachen Prozessoptimierung im Praxisalltag ist mittlerweile nicht nur eine Passion, vielmehr eine Vision und Lebensaufgabe geworden. Nämlich das in nunmehr 4 Jahren entwickelte Verfahren, für die häufigst wiederkehrenden Routinebehandlungen in der Praxis entsprechende Vor- und Nachsorge Inhalte zu entwickeln und diese über eine hochversierte Kommunikationssoftware zeitlich exakt passend an die Patienten digital auszuliefern. Zunächst stand das nachweisliche Entlasten des Praxispersonals bei häufig wiederkehrender Kommunikation im Zentrum der Lösung, mittlerweile haben wir erkannt, gemessen und analysiert, dass über die entwickelte Digitale Behandlungs Vor- & Nachsorge eine vollkommen neuartige Form des Heilberufler Daseins geschaffen wird. Die Expertise der Mediziner muss nicht mehr länger auf den kurzen Behandlungszeitraum in der Praxis begrenzt sein.

Patienten haben vielschichtige Bedürfnisse, Unsicherheiten, Fragen und sogar häufig Ängste - sei es vor oder nach Behandlungen. Mit gezielter, digitaler Informationsbereitstellung kann direkt und mit akkurater Genauigkeit eben dieser Informationsdurst gelöscht und somit die sog. Patient-Journey maßgeblich und vollkommen neuartig gestaltet werden. Aus einer Idee wurde Wirklichkeit. Zahlreiche Praxen nutzen das innovative Verfahren bereits und generieren als Nachweis der Wirksamkeit dieser Methodik eine sofort steigende Patientenzufriedenheit, die sich wiederum umgehend in positiven Bewertungen bei Google & Co. manifestiert.

Wir wollen und werden die Digitalisierung und auch die Automatisierung dazu einsetzen, neue Möglichkeiten, Methoden und Prozesse im Sinne aller Beteiligten neu zu gestalten. Aus unserer Sicht ist es Zeit für eine deutsche Innovation, die sogar international die Schaffung eines neuen Branchenstandards in der Arzt-Patientenkommunikation initiiert. Das digitale Begleiten von Patienten vor und nach den Behandlungen wird in naher und mittlerer Zukunft normal sein und zum Standard gehören. Das durch diese innovative Form des Heilberufler Daseins die internen Prozesse spürbar optimiert werden und weitere Vorteile entstehen, wie zum Beispiel das drastische Reduzieren von Terminausfällen oder die Steigerung der Wirtschaftlichkeit durch die Optimierung der Umsetzungsquote von Therapieplänen, kommt als Sahnehäubchen schlicht und einfach dazu!

Digitalisierung und Automatisierung mit Herz und Verstand umzusetzen, um die Medizin mit neuartiger Technologie samt gezielter Inhaltsbereitstellung menschlicher und empathischer zu gestalten - diesem Ansatz haben wir uns bei Bettercare verschrieben und wir entwickeln kontinuierlich an unserer Vision und an unserer konkreten Lösung weiter.

Allerdings gilt es auch die kritischen Aspekte zu beleuchten. Vor allem ist hier der uneinheitliche Daten- und Technologiestandard zu nennen. Leider besteht am Deutschen Gesundheitsmarkt nach wie vor eine Art Monopolpolitik, welche es jungen, innovativen Startups mehr als schwer macht, über (nicht) bestehende Schnittstellen und Datenstandards ihre eigenen Systeme vollintegriert anzuwenden. Es ruft auch hier nach einer Novelle! Der Co-Founder und CTO von Bettercare, Max Hess, hat sich diesem Thema verschrieben und wir werden auch hier in Kürze mit spannenden Neuigkeiten aufwarten.

Sie sind neugierig geworden? Das Gründerteam von Bettercare lädt Sie herzlich ein, die neue Ära der automatisierten Patientenkommunikation aktiv mitzugestalten. Hier können Sie sich eintragen und Ihre Ideen, Gedanken, Fragen und auch Kritiken im Kreise ausgewählter, innovativer Heilberufler diskutieren und umsetzen und somit Teil einer neuen Mediziner-Generation werden!



Auf eine digitale und somit bessere Zukunft!“ Ihr Jan Arbter

Jan Arbter
Co-Founder
CEO Bettercare >>



Sylvia
Manteufel



>> Ärzte dürfen innerhalb rechtlicher Grenzen werben. <<

„Medical Influencer: Einmal Arzt, immer Arzt!“

Nichts geht über eine gute Empfehlung – erst recht, wenn diese von einer nahestehenden Person oder gar vom Arzt seines Vertrauens stammt. Willkommen in der neuen Ära des medical Word-of-Mouth-Marketings! Medizinisches Influencer-Marketing ist seit geraumer Zeit ein zunehmend beliebteres Marketing-Instrument von Unternehmen aus dem Gesundheitswesen. Vor allem Pharmakonzerne, aber auch Werbeagenturen haben diese Form des Marketings längst als Chance verstanden und nutzen insbesondere das Ansehen des Arztberufes, um offen oder versteckt für Arzneimittel oder auch einfach nur für das eigene Unternehmen zu werben. Bekannte Influencer im medical Bereich sind beispielsweise Prof. Dr. Dietrich Grönemeyer, prominenter Arzt und unter anderem bekannt als TV-Moderator und Autor verschiedener medizinischer Fachbücher wie auch Felix M. Berndt, der als Doc Felix nach dem Medizinstudium begann, über Gesundheit, Ernährung und Sport zu bloggen. Auf seinen Social-Media-Kanälen erreicht der Arzt und Ernährungsexperte mittlerweile über eine Million begeisterter Anhänger. Die Popularität solcher ärztlicher Influencer und die damit verbundene Reichweite vor allem in den sozialen Medien sind die treibenden Faktoren, warum immer mehr Unternehmen aus dem Gesundheitswesen Marketing-Kooperationen mit renommierten ärztlichen Experten nicht nur anstreben, sondern im Wege eines Medical-Influencer-Werbe-Vertrages gezielt begründen. Nur, während Influencer in der Modebranche viele Möglichkeiten haben, um Kooperationen einzugehen, gelten für ärztliche Social-Media-Marketing-Aktivitäten im Kontext einer solchen Kooperation deutlich engere rechtliche Grenzen. Dementsprechend ist zu klären, wie der rechtskonforme Spagat zwischen dem in jedem Falle zu wahrenen ärztlichen Berufsansehen und dem neu entdeckten Berufsfeld als medical Influencer gelingt. Was sollte also, rein werberechtlich betrachtet, bedacht werden?

Zunächst ist folgendes festzuhalten: Ärzte dürfen innerhalb rechtlicher Grenzen werben. Mit dem ärztlichen Berufsrecht, dem Heilmittelwerbegezet und dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb gibt die Rechtsordnung einen vor allem für den juristischen Laien sehr unübersichtlichen Rechtsrahmen vor. Diesbezüglich ist in der Praxis die ärztliche Überraschung oftmals groß, was alles in der Juristerei im Rahmen eines Social-Media-Beitrages als werberechtlich unstatthaft eingestuft wird. Der Teufel steckt hier im Detail des zugrundeliegenden Werbesachverhaltes, dessen Zulässigkeit juristisch am Einzelfall anhand seines Wortlautes und seiner äußerlichen Gestaltung im Wege einer Gesamtbetrachtung beurteilt wird.

Berufsrechtlich gesprochen, haben Ärzte zum Beispiel das Verbot der Fremdwerbung wie auch das Verweisungs-/Empfehlungsverbot gegenüber Anbietern gesundheitlicher Leistungen zu beachten. Bezogen auf das Fremdwerbeverbot ist es innerhalb des Arztberufes nicht gestattet, für fremde

gewerbliche Tätigkeiten oder Produkte im Zusammenhang mit der ärztlichen Tätigkeit zu werben. Ein solcher Verstoß ist bereits gegeben, wenn im beruflichen Kontext Eigennamen bestimmter Produkte einer Firma auf Social Media genannt werden beziehungsweise diesbezüglich ein entsprechender Bezug auf den Namen einer konkreten Firma hergestellt wird. Gleiches gilt im Ergebnis hinsichtlich des Verweisungs-/Empfehlungsverbotes. Aber, käme eigentlich eine andere rechtliche Beurteilung in Betracht, wenn man als Arzt im Rahmen eines gemischt genutzten Social-Media-Accounts explizit in einem produktbezogenen Beitrag markieren würde, dass es sich bei der Äußerung ausschließlich um persönliche Erfahrungswerte in der Eigenschaft als Privatperson handle? Davon ist eher nicht auszugehen. Denn für das medizinische Laienpublikum (Verbraucher/Patienten) dürfte bei jeder Aussage, unabhängig von einer solchen Markierung, die Kenntnis vom Arztberuf und seine öffentlich meinungsbildende Wirkung mitschwingen. Einmal Arzt, immer Arzt!

Insgesamt handelt es sich bei der Einbindung von medical Influencern in die Social-Media-Marketingstrategie von Unternehmen aus dem Gesundheitssektor um einen Bereich, der noch mangels klarstellender Gerichtsentscheidungen zu näheren Einzelfallkonstellationen mit einer gewissen Rechtsunsicherheit behaftet ist. Vor diesem Hintergrund sollten Ärzte nicht einfach unbesehen, insbesondere ohne dazu im Vorfeld juristische Fachexpertise eingeholt zu haben, Werbekooperationsvertragsangebote eingehen.

Sylvia Manteufel
Rechtsanwältin, Inhaberin der Kanzlei für Telemedizin & Medizinrecht in Leipzig ><

Gemeinsam Leben verändern.

„Früher an Später denken“ bedeutet auch: technologischen Fortschritt bereits heute sinnvoll für die Zukunft einzusetzen – in der Medizin und in der Vermögensberatung.

**Medizinischer Fortschritt und
gesunder Menschenverstand –
ein unschlagbares Team!**



**BIG
BANG
HEALTH**

FESTIVAL

BERLIN
11.-12.09.2024





Prof. Dr.
David Matusiewicz

Prof. Dr.
Jochen A. Werner

**DER
SMARTE
PATIENT**

Ratgeber
GESUNDHEIT

Digitalisierung macht
dich gesund

RINO
RECORDS®
Audiobooks

Hier geht es zum Hörbuch





European Health Data Space (EHDS) kurz & kompakt:

Der Rat der EU und das Europäische Parlament haben Mitte März 2024 eine vorläufige Einigung über eine neue Verordnung erzielt, die den Austausch und den Zugang zu Gesundheitsdaten auf EU-Ebene erleichtert.

Die vorgeschlagene Verordnung für den European Health Data Space (EHDS) zielt darauf ab, den Zugang zu persönlichen Gesundheitsdaten zu verbessern, die Kontrolle darüber zu stärken und Daten für öffentliche Interessen und Forschungszwecke zu nutzen. Sie fördert die Schaffung eines Binnenmarktes für digitale Gesundheitsdienste und -produkte. Die neuen Vorschriften ermöglichen einen schnelleren und einfacheren Zugang zu Gesundheitsdaten für Einzelpersonen in der gesamten EU und geben ihnen mehr Kontrolle über ihre Daten. Eine grenzüberschreitende Behandlung soll dadurch ohne Probleme möglich werden. Darüber hinaus erhalten Forscher und politische Entscheidungsträger Zugang zu Gesundheitsdaten, um wissenschaftliche Forschung im öffentlichen Interesse voranzutreiben. Die Verordnung verpflichtet die EU-Mitgliedstaaten auch zur Einrichtung digitaler Gesundheitsbehörden zur Umsetzung der neuen Bestimmungen und zur Gewährleistung der Interoperabilität von elektronischen Patientenakten auf EU-Ebene.

Prof. Dr. Alexandra Jorzig
Founder und Advisory Board Member
10xD ><



Schonmal gehört? „Pflichtenheft oder Lastenheft?“

Zu Beginn eines IT-Projekts werden gerne mal Dokumente erstellt, die beschreiben bzw. definieren, was eine digitale Lösung am Ende alles können soll. Dabei werden oft Begriffe wie „Pflichtenheft“ und „Lastenheft“ verwendet und auch miteinander verwechselt. Es gibt aber wesentliche Unterschiede!

In beiden Fällen soll das Dokument beschreiben, was eine digitale Lösung können soll, um insbesondere unter allen beteiligten Personen und Parteien eines Projektes ein gemeinsames Verständnis des Produktes zu schaffen. In einem Lastenheft wird jedoch nur beschrieben, was erreicht oder gelöst werden soll, ohne festzulegen, wie genau dies geschehen soll. Ein Pflichtenheft dagegen legt zusätzlich fest, wie dies zu geschehen hat. Ein Beispiel aus der Medizin für eine Beschreibung aus einem Lastenheft: „Es soll eine Lösung geben, damit es Ärzt*innen möglich ist, an die Organe eines Menschen zu kommen, um an diesen Operationen durchzuführen.“ In einem Pflichtenheft würde ergänzend stehen: „Dies soll gelöst werden durch einen scharfen Gegenstand, welches in die Hand genommen werden kann, um damit die Patient*innen mit einem sehr präzisen Schnitt aufschneiden zu können.“ Die Lösung: Ein Skalpell.

Die Beschreibung in einem Pflichtenheft ist sehr konkret, spezifisch, kleinteilig und möglichst eindeutig. Warum? Um Missverständnisse zu vermeiden und kein Spielraum für (Fehl-)Interpretation zu erlauben. Unmissverständliche und kleinteilige Spezifikationen erlauben eine risikoreduzierte Umsetzung mit einem recht konkret bestimmbareren Aufwand und damit definiertem Budget, weshalb aus Projektmanagement- und Kostensicht ein Pflichtenheft gerne mal bevorzugt wird. Ein klarer Nachteil ist die fehlende Flexibilität, um auf aktuelle Situationen und Erkenntnisse während des Projektverlaufes reagieren zu können, da bereits alles am Anfang spezifiziert wurde. Ein Abweichen vom ursprünglichen Plan bedeutet in der Regel einen großen Aufwand, alles, was bereits durchdacht und konzipiert war, zu überdenken. Der Ansatz eines Lastenheftes (oder sogar weniger Beschreibung) erlaubt eine agile Softwareentwicklung (siehe TechLee-Artikel in der Ausgabe 6 (Januar 2024) des 10xD Magazins) – ein flexibles Vorgehen, bei dem in kleinen Schritten gearbeitet, regelmäßig Feedback eingeholt und Anpassungen vorgenommen werden, um ein optimales Endergebnis zu erreichen. Meine klare Empfehlung!

Egal, ob Pflichtenheft oder nicht: Am Ende zählt nur, dass es eine gute digitale Lösung ist!

Hosun Lee
Bornholdt Lee GmbH ><



Glaub nicht alles, was Du denkst

Halo-Effekt - Wenn der Schein trügt. Stell dir vor, du sitzt in einem Café und beobachtest die Menschen um dich herum. Du denkst bei der gut gekleideten Frau am Nachbartisch vielleicht: „Sie sieht aus wie eine Chirurgin.“ Und der Mann gegenüber? Vielleicht hältst du ihn für einen kreativen Künstler, basierend auf seinem auffälligen Hemd. Doch warum neigen wir dazu, solche Annahmen über Berufe oder gar Charaktereigenschaften anhand äußerer Merkmale zu machen?

Erklärt wird dieses Phänomen mit dem sogenannten Halo-Effekt - einer kognitiven Verzerrung oder besser noch, einem Urteilsfehler, der uns glauben lässt, das Wesen eines Menschen einschätzen zu können, nur weil uns ein positives Merkmal beeindruckt. Der Begriff wurde vom US-amerikanischen Psychologen Edward Lee Thorndike geprägt, der diesen Effekt erstmals Anfang des 20. Jahrhunderts untersucht hat. Wörtlich geht die Bezeichnung auf das englische Wort "halo" zurück, welches für "Heiligenschein" steht und symbolisiert, dass eine einzelne positive Eigenschaft oft so stark strahlen kann, dass sie andere Merkmale ausblendet. Der Halo-Effekt macht vor kaum einer Alltagssituation halt: beruflich, privat, familiär - er lässt uns glauben, dass attraktive Menschen klüger, freundlicher oder kompetenter seien, als sie es möglicherweise tatsächlich sind. Doch ist das wirklich ein Zeichen unserer Oberflächlichkeit? Nein, viel eher ist es ein Hinweis darauf,

dass unser Gehirn Abkürzungen liebt und dazu neigt, aus wenigen Informationen große Schlüsse zu ziehen. Ein strahlendes Lächeln und eine angenehme Stimme verzaubern einen potentiell Verdächtigen schnell zum Unschuldslamm, wohingegen ein unglücklich gewählter Kleidungsstil Zweifel an der Kompetenz eines Menschen aufkommen lässt. Was uns im ersten Moment skeptisch stimmen könnte, erweist sich bei genauerem Hinsehen durchaus als nützlich. Nämlich wenn wir lernen, den Halo-Effekt für uns zu nutzen. Heißt das, täuschen und blenden, um von Schwachstellen abzulenken? Natürlich nicht. Aber es bedeutet, den Fokus auf das zu lenken, was uns ausmacht und von anderen unterscheidet. In manchen Bereichen so sehr zu strahlen, dass es andere Seiten einfach in den Schatten stellt.

Mental Health Hack: Wie gehen wir nun damit im Alltag um? Wenn uns bewusst ist, dass wir dazu neigen, aufgrund minimaler Informationen voreilige Schlüsse zu ziehen, können wir Denkfehler wie den Halo-Effekt minimieren. Beim nächsten Mal, wenn du denkst „Wow, in deren Leben scheint alles perfekt zu laufen“, erinnere dich daran, dass du möglicherweise einem Schein zum Opfer gefallen bist. Meistens sehen wir bei anderen gerade nur das, was uns selbst fehlt und blenden dabei negative Aspekte aus. Außerdem neigen wir dazu, bei uns selbst überkritisch und bei anderen viel zu leichtgläubig zu sein. Gerade weil wir uns bei uns selbst nicht so leicht durch den Heiligenschein blenden lassen. Erlaube dir also auch bei anderen über den Tellerrand hinaus zu blicken und den ersten Eindruck zu hinterfragen. Und wer weiß: Vielleicht wartet dann die ein oder andere Überraschung auf dich und die Chirurgin entpuppt sich als chaotische Künstlerin.

Was lernen wir daraus? Ja, oft gilt: Der erste Eindruck zählt! Aber er erzählt niemals die ganze Geschichte. Die eigenen Denkfehler zu entlarven kann manchmal knifflig sein - hier kann ein professioneller Blick von außen helfen. Psychologen können dir dabei helfen, nicht nur uns selbst einen Spiegel vorzuhalten, sondern auch die rosa Brille abzunehmen, durch die wir manchmal das Leben anderer betrachten. Und dieser klare Blick kann manchmal ganz schön erfrischend sein!

Dr. Bernadette Frech, CEO bei Instahelp, der Plattform für psychologische Beratung online >>



Das Bessere - der Feind des Guten

Es wird über das Verbot von Faxgeräten diskutiert. Das ist eindeutig eine der am wenigsten durchdachten Herangehensweisen an das Thema. Man fällt damit in die gleiche Falle wie mit dem wissenschaftlich falschen, übereilten und absolut unnötigen Atomausstieg. Verbote führen nur sehr selten zu Innovation oder Verbesserung, meistens machen sie die Welt eher komplizierter denn einfacher geschweige denn besser. Nicht wo hinaus, nein, wo HINEIN, das ist die relevante Frage. Und wie? Wir sollten uns kontinuierlich überlegen, welche modernen Lösungen besser sind und das Fax somit überholen und zum richtigen Zeitpunkt unnötig werden lassen. Die VHS Videokassette wurde nicht abgeschafft oder gar verboten, ebenso wenig wie ihre Nachfolgerin die DVD, NEIN, eine neue, bessere, einfachere zu nutzende Technologie hat sie irrelevant werden lassen. Das ist der richtige Weg. Das funktioniert. Wissenschaftlich beschrieben ist dieser Vorgang im Riepl'schen Gesetz: „Das Riepl'sche „Grundgesetz der Entwicklung des Nachrichtenwesens“ wurde 1913 von Wolfgang Riepl am Beispiel des Informationswesens des Altertums formuliert. Es besagt, dass in Zeiten von Medienumbrüchen die einfacheren, „alten“ Medien nie gänzlich durch die vollkommeneren, „neuen“ ersetzt oder verdrängt werden. Das bedeutet, dass einmal eingeführte Medien auch unter veränderten Bedingungen weiterbestehen können. Gegebenenfalls müssen sie sich aber den neuen Bedingungen anpassen sowie Form und Funktion ändern. Zeitungen und Radio sind trotz neuer Medien nicht verschwunden, sondern sie haben überlebt, weil sie sich mit dem Verlust ihrer einstmaligen Vormachtstellung arrangiert und ihre Formen gewandelt haben. Selbst die antike Steintafel existiert heute als Grabstein und als Denkmal weiter.“ (Quelle: <https://www.bpb.de>)

Machen wir uns nichts vor, wenige technische Lösungen funktionieren ad hoc reibungslos und fehlerfrei. Bei jeder Folienpräsentation, die nicht anspringt und jedem Druckvorgang, der scheitert, erkennen wir erneut wieso wir noch keine selbstfahrenden Fahrzeuge haben und auf diese auch noch lange warten werden. Deutschland ist gut darin, Dinge abzuschaffen, zu verbieten und anzuprangern ohne jedoch verlässliche Alternativen aufzuzeigen. Das führt dann gerne zu einer Verzerrung der Wettbewerbssituation oder gar einem völligen Stillstand in der Entwicklung. Momentan werden in den Kliniken der Welt tagtäglich ellenlange Formulare ausgefüllt, Informationen redundant abgefragt, um dann per Scan digitalisiert zu werden. Uns schwer zu erkennen, dass in diesem Kontext viele Technologien schon an den Rahmenbedingungen scheitern. Der Deutsche druckt aus, steckt es in eine Klarsichthülle, sicher ist sicher - Ja! Und wenn alles andere gelöst ist, dann gibt es ja auch noch den Datenschutz, der als Universal-Sündenbock fungieren kann. Stop: Wo ein Wille ist, da ist ein Weg. Wer Innovation schaffen will, dem gelingt das, wer etwas neues entwickeln möchte, dem kann es gelingen. Niemand will wirklich etwas aufhalten, es ist nur oft sehr einfach zu sagen: es

geht nicht weil..... Es gilt der alte Grundsatz: Wer etwas erreichen möchte, der findet einen Weg. Wer das nicht möchte, der findet eine Ausrede. Schluss mit den Ausreden und auf zum Mut zu neuen Lösungen, so funktioniert Innovationsgeist, darauf fundiert Entrepreneurship. Wir verstehen uns richtig, dies ist alles andere als ein Plädoyer für das Faxgerät, auch kein Leitspruch gegen Innovation, nein es geht darum klar zu denken und sinnvoll zu handeln. Weniger Regeln, mehr Innovation, das ist das Credo. Das Bessere ist der Feind des Guten. Verbote sind in diesem Kontext der völlig FALSCHE WEG - ebenso wie Subventionen. Denken, entwickeln, vorausschauen, nicht verbieten, das ist die Devise. Einstein formulierte es folgendermaßen: „Wenn wir wüssten, was wir tun, wäre es keine Forschung.“ In diesem Sinne freue ich mich auf die Erforschung neuer Felder, das Voran-Scheitern, wie es David Matusiewicz so treffend beschreibt und damit die kontinuierliche Fortentwicklung zum Wohle unserer Patienten. Und ja, lassen Sie mich noch ein Buch für heute empfehlen: „Expert - Understanding the path to Mastery“ von Professor Roger Kneebone, erschienen im Penguin Verlag:



PD Dr. Dominik Pförringer, Klinikum Rechts der Isar | doctos.de >>



#MKHLTHDGTL

Zudem lade ich Sie herzlich in unsere Gruppe „Make Health Digital“ ein.

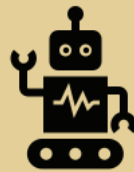
10><D Framework: Health Technologies



Telemedicine



Immunotherapy



Robotics



Wearables



Genomics



Nanotechnology



Fotografie „WATCH“

Private Klokunst-Sammlung J.A. Werner:
„#INSIDE - Im Verborgenen, die Welt der Toiletten“



Zahlen, Daten Fakten

Eingelöste E-Rezepte 165.255.729

Medizinische Einrichtungen, die E-Rezepte ausstellen 87.603

Apotheken, die E-Rezepte einlösen 17.444

E-Rezept App Downloads 1.904.023

Gesendete elektronische Arztbriefe 26.597.776

Gesendete eAUs an Krankenkassen 221.157.693

KIM-Nachrichten 331.023.250

Elektronische Patientenakten 1.182.854

Registrierte Gesundheits-IDs 1.180.240



Quelle: <https://www.gematik.de/telematikinfrastruktur/ti-dashboard>

Barz, Frank
 Bauer, Mirjam
 Böhler, Dominik
 Brandt, Paula
 Braun, Eva
 Druyen, Thomas
 Düsing, Christina
 Ebener, Stefan
 Eichborn, Marc
 Eigen, Christian
 Eone, Jaques
 Fiedler, Martin
 Fischer, Birgit
 Friebe, Michael
 Golis, Miriam
 Göth, Sven
 Grönemeyer, Dietrich
 Hasseler, Martina
 Heinemann, Stefan
 Hilbert, Josef
 Hopfe, Thomas
 Horak, Ingo
 Hörl, Conny
 Jorzig, Alexandra
 Kemper, Pia
 Kespret, Istok
 Kleinhans, Christian
 Lang, Estefania
 Lorenz, Wolf-Dietrich
 Lummer, Stefan Benedikt
 Matusiewicz, David
 Marquardt, Siegfried
 Müschenich, Markus
 Niemeyer, Susan
 Nierhauve, Daniel
 Olesch, Artur
 Pörringer, Dominik
 Platen, Sascha
 Puhac, Vladimir
 Riedel, Diane
 Schäfer, Jürgen
 Schlobohm, Markus
 Schnell, Toralf
 Schumann, Gerrit
 Stachel, Kerstin
 Thieme, Jörn
 Von Bohlen, Friedrich
 Werner, Jochen A.
 Ziemssen, Tjalf

Impressum

10xD GmbH
Schadowplatz 12
40212 Düsseldorf
Geschäftsführer: Adam Gründer
Mail: info@10xD.de
Sitz der Gesellschaft: Düsseldorf
Registergericht: Amtsgericht Düsseldorf
Registernummer: HRB 98989
UST-ID: DE359028169
Editorial: David Matusiewicz, 10xD | Alexandra Jorzig, 10xD | Jochen A. Werner, 10xD
Lektorat: Prof. Dr. Alexandra Jorzig
Inhaltlich Verantwortlicher gemäß § 18 Abs. 2 MStV:
Dominik Matusiewicz
Schadowplatz 12
40212 Düsseldorf

Urheberrecht
Copyright 2024 10xD GmbH. Alle Rechte vorbehalten.
Alle Inhalte (Texte, Bilder, Animationen) sowie deren Anordnung
in dem Magazin unterliegen dem Schutz des Urheberrechtsgesetzes
und anderer Schutzgesetze. Die Inhalte dürfen nur im Rahmen der
Schrankenbestimmungen des Urheberrechtsgesetzes
vorbehaltlich weiterer anwendbarer Gesetze ohne vorherige
schriftliche Zustimmung der 10xD GmbH genutzt werden.

Bildnachweise
Coverbild (S.1): Marcus Leyck Dieken | 10xD (S.2): 10xD | Matusiewicz (S.3): privat |
Titelstory (S.6-10): Marcus Leyck Dieken | ruhrSUMMIT (S.11): ruhrHUB | Müller (S.12):
Polarmedic | Klenk (S.15): privat Geravand (S.18): DeepCare | Bruchmann (S.21): privat |
Bohlen und Halbach (S.24): Tanja Valérie | Krishnabhakdi (S.27): © REACH - EUREGIO |
Ginter (S.30-32): Achim Pohl | Kleinhans (S.33): David Matusiewicz | Roedel (S.35): privat
| Pansy (S.37): privat | Ekkernkamp (S.40): privat | Lommel (S.43): Foodpunk GmbH |
Drebing (S.46): privat | Drebing (S.49): MedLIVE digital | Ulbrich (S.50): privat | Bildau
(S.53): Sabina Radtke | Resilienz (S.57): Medizinisch Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft
| Arbter (S.58): privat | Manteufel (S.61): Max Niemann | DVAG (S.64-65): Adobe Stock
#581856067 | Big Bang Health Festival (S.66): DUP Unternehmer / JDB MediaAI ART
| Der Smarte Patient (S.67): Klartext / Pixabay | Jorzig (S.68): Jorzig Rechtsanwälte |
Lee (S.69): Bornholdt Lee | Instahelp (S.70): Die Abbilderei | Pföringer (S.71): privat |
JAW Klobild (S.73): Jochen A. Werner | Neisinger (S.77): privat | Health-i: Techniker
Krankenkasse

Druck
Königsdruck Printmedien und digitale Dienste GmbH, Alt Reinickendorf 28, 13407 Berlin
ISSN Online: 2940-9985
ISSN Print: 2940-989

Kontakt Redaktion: redaktion@10xd.de
Abonnement und Anzeigen: info@10xd.de



„Jedes Digital Health Startup braucht einen
Mediziner im Team!“

Sophia Neisinger

Ärztin am Institut für Allergieforschung der Charité
Universitätsmedizin, Gründerin



GESUNDHEIT HAT EINEN PREIS

**Wir suchen die besten Start-ups 2024
aus dem Gesundheitsbereich**

Durch eure smarte Innovation wird die
Gesundheitsversorgung von Patient:innen
effektiver und fortschrittlicher? Dann macht
es wie unser Vorjahresgewinner cureVision
und bewerbt euch für den Health-i Award.

Schirmherrschaft:



Bundesministerium
für Digitales
und Verkehr

TK
Die
Techniker

Handelsblatt
Substanz entscheidet.