

Adhärenzprogramme als nötiges Sprachrohr

Die Brücke zum Patienten

Das Gefüge im Gesundheitsmarkt hat sich verschoben, die Beziehung zwischen Pharmaunternehmen, Healthcare-Professional und Patient ist im Wandel. Während die Zahl der Ärzte besonders in ländlichen Regionen zurückgeht, erschwert steigender Verwaltungsaufwand die Kommunikation zwischen Pharma und Mediziner zusätzlich. Auf der anderen Seite emanzipieren sich Patienten stetig weiter, suchen eigenständig nach neuen Heilungsansätzen für ihre Leiden und hinterfragen dabei auch die Therapiehoheit ihrer Ärzte. Eine ausgiebige Beratung und Begleitung wird dabei wichtiger denn je, Healthcare-Professionals können sie im angespannten Berufsalltag jedoch nicht mehr immer leisten.

» Das zeigt auch eine aktuelle Umfrage des Ärzte-Netzwerks coliquio. Von über 5.000 befragten Medizinerinnen empfinden 70 Prozent den Zeitdruck im Arbeitsalltag als hoch oder sehr hoch – und das unabhängig vom Fachgebiet. Dass das auch die Behandlung beeinflusst, ist klar: 96 Prozent der Ärzte geben an, dass die Behandlungsqualität durch den Zeitdruck leidet. Für ein Viertel der Befragten ist das sogar häufig oder sehr häufig der Fall. Die Folge: Therapien werden falsch umgesetzt oder gar frühzeitig abgebrochen. Für Pharmaunternehmen genügt es nicht mehr, die eigenen Präparate bei Healthcare-Professionals bekannt zu machen. Der Patient selbst entwickelt sich auch bei verschreibungspflichtigen Medikamenten zu einer immer entscheidenderen Zielgruppe der Pharmakommunikation. Um Therapieerfolge zu sichern und das Wohl des Patienten zu unterstützen, müssen Pharmaunternehmen über Sales und Verschreibungen hinausdenken.

Professionelle Patienten-Support-Programme, als Begleitung und Sprachrohr zum Patienten, sind längst nicht mehr nur Kür, sondern Pflicht.

*Die Vorteile im Überblick:
Motiviert und involviert in die
Therapie starten*

Healthcare-Professionals sind längst nicht mehr die einzige Informationsquelle moderner Patienten. Laut einer Bertelsmann-Studie recherchiert jeder Zweite mindestens einmal im Monat Gesundheitsthemen im Netz. 58 Prozent befragen dabei erst Dr. Google, bevor sie wegen Beschwerden einen Arzt konsultieren. Internetquellen liefern dabei zwar viel wertvolles Wissen, können Patienten jedoch auch verunsichern oder auf falsche Wege leiten. Die Gefahr: Ohne professionelle Beratung treffen Erkrankte auf Grundlage von selbstangeeignetem Halbwissen eigenmächtig Therapie-

entscheidungen. Schlägt die Medikation an und der Betroffene fühlt sich gesund, bricht er die mitunter lebenswichtige Therapie schlimmstenfalls ab. Dies kann z.B. nach einem Herzinfarkt schnell lebensbedrohlich werden, wenn die notwendige lebenslange medikamentöse Behandlung eigenmächtig beendet wird. Gleiches gilt, wenn Therapieerfolge erst im Zeitverlauf deutlich werden und ungeduldige Patienten die Wirkung der gewählten Medikamente anzweifeln. Eine Rücksprache mit dem Arzt findet dabei nicht immer statt, bevor Betroffene auf die Einnahme von Präparaten verzichten. Patienten-Support-Programme schlagen hier die nötige Brücke zwischen Healthcare-Professional und Patient. Ohne in die vom Arzt verordnete Therapie einzugreifen bleiben sie für den Kranken greifbar, wo es Mediziner in ihrem Alltag nicht immer können und unterstützen Betroffene dabei, ihre Behandlung langfristig richtig umzusetzen. Als der verlängerte Arm von Pharma

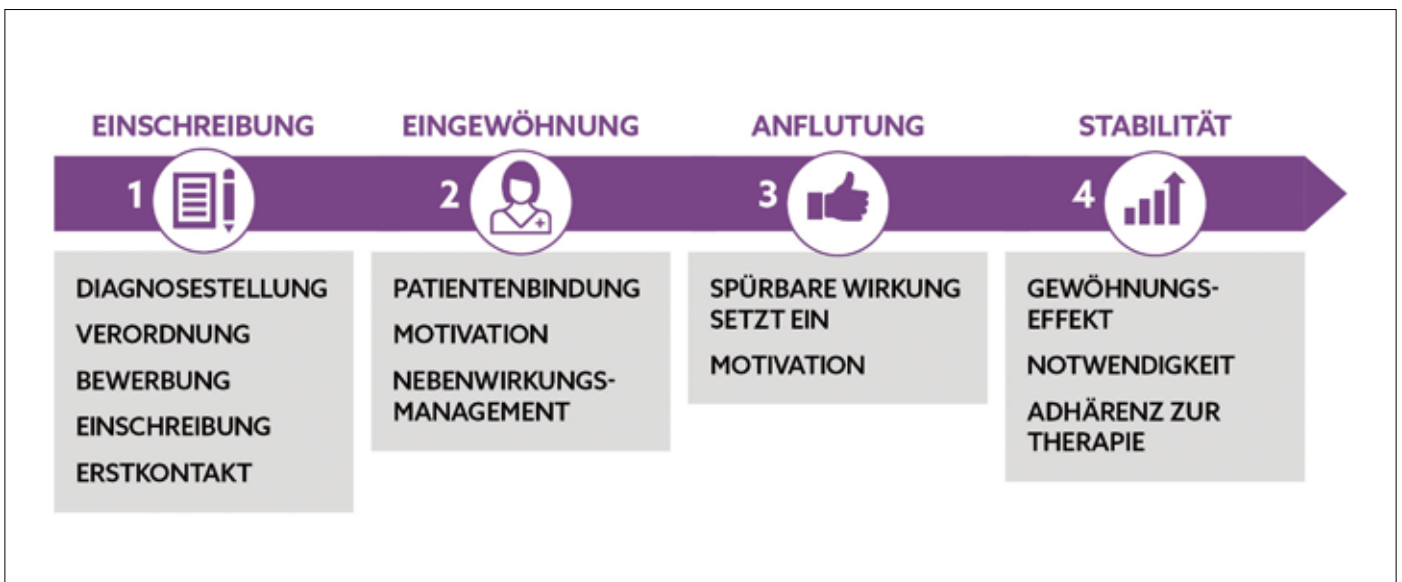


Abbildung: Die 4 Betreuungsphasen; Grafik: good healthcare group

und Mediziner bieten PSPs dabei persönliche Begleitung durch die komplette Therapie – arztgesteuert, patientenzentriert. Während Healthcare-Professionals selbst derzeit fast ausschließlich in der eigenen Praxis zu erreichen sind, nutzen PSPs alle Kanäle von digital bis persönlich, um mit Betroffenen in Kontakt zu bleiben. So kommen sie auch dem Wunsch der Patienten nach, Informationen stets dort zu erhalten, wo es für sie am einfachsten ist.

Betreuung steigert effektiv die Adhärenz

Neben der emotionalen Begleitung der Patienten, bieten PSPs auch rein quantitative Vorteile. Denn: Therapieabbrüche gehen unter dem Einfluss der erfahrenen Pflegekräfte deutlich zurück. Je mehr Patienten durch PSPs erreicht werden, desto größer ist demnach die Adhärenz zur entsprechenden Therapie.

Im Verlauf von nur zwei Jahren wurde die Dropout-Rate in einem Adhärenzprogramm aus dem Bereich neurologische Erkrankungen, wo jedem Patienten ein ganz persönlicher, gleichbleibender Ansprechpartner zur Seite steht, so beispielsweise um über 70 Prozent gesenkt. Die Gründe hierfür liegen auf der Hand: Die erfahrenen Pflegekräfte sind regelmäßig mit den Betroffenen in Kontakt und merken sofort, wenn es Unsicherheiten oder Probleme mit der Therapie gibt. Im persönlichen Gespräch können sie eingreifen, Fragen klären oder auch Fachkräfte entsenden, die direkt vor Ort bei der Medikamenteneinnahme

helfen. Patientensupportprogramme bleiben an der Seite der Erkrankten und erkundigen sich in regelmäßigen Abständen über den Therapieverlauf. Das ist besonders relevant bei kognitiv eingeschränkten Patienten, aber auch Menschen in Schichtarbeit oder Alleinlebende neigen dazu, ihre Medikamente zu vergessen. Durch den Austausch mit den hochqualifizierten Pflegern verstehen Betroffene ihre Situation und die festgelegte Medikation besser und gewinnen damit mehr Vertrauen in die gemeinsam mit dem Arzt festgelegte Vorgehensweise. Ein Therapieabbruch wird so unwahrscheinlicher.

Fazit: Der Patient rückt ins Zentrum

Standen bisher vor allem die Steigerung der Verkaufs- und Verordnungszahlen im Mittelpunkt der Pharmakommunikation, müssen die Verantwortli-

chen umdenken. Heute steht sowohl Pharma als auch Healthcare-Professionals ein mündiger Patient gegenüber, der aktiv in die Ansprache eingebunden werden muss.

Erkrankte müssen zu 100 Prozent hinter ihrer Therapie stehen und auf ihrem Weg begleitet werden, um Therapieerfolge und Adhärenz zu sichern. In einem Gesundheitssystem, das durch Ärztemangel und Pflegenotstand geprägt ist, schließen Patientensupportprogramme dabei eine klaffende Lücke und bilden ein Sprachrohr zum Patienten, das für Pharmaunternehmen in Zukunft unabdingbar wird.

Exklusive Einblicke in die praktische Arbeit mit PSPs geben namhafte Experten der Industrie beim ersten Patient Experience Hub der good healthcare group am 20. Mai in Berlin. Interessierte Pharma-Entscheider können sich ganz einfach per Mail anmelden: patientexperiencehub@goodhealthcare.com ☞

Autorin

Dr. Heike Niermann blickt bereits auf knapp 20 Jahre Erfahrung in der Pharmabranche zurück. Vor ihrem Start bei der good healthcare group war die promovierte Biologin viele Jahre bei den japanischen Pharmakonzernen Otsuka Pharma sowie Takeda Pharma. Zudem verantwortete sie als Direktorin fast acht Jahre lang die Business Unit Neurologie und später auch Atemwegserkrankungen sowie Gastroenterologie beim spanischen Pharmaunternehmen Almirall Hermal. Als Country Manager DACH war sie außerdem bei der auf Neurologie spezialisierten Firma MedDay Pharmaceuticals tätig. Ihre Expertise erstreckt sich über zahlreiche Indikationsgebiete von Primary Care bis Specialty Care und Orphan Drugs sowie Multi- und Omnichannel-Konzepte und Hybrid-Sales.

Kontakt: info@goodhealthcare.com



Spenden Sie Licht in dunkelster Nacht!

Wir begleiten im Kinderhospiz Bärenherz lebensverkürzend erkrankte Kinder und ihre Familien: Liebevoll, professionell, rund um die Uhr, 365 Tage im Jahr – weil jede Minute Leben kostbar ist ...

Das Kinderhospiz Bärenherz ist eine Einrichtung der Bärenherz Stiftung in Wiesbaden.

Bärenherz Stiftung
Tel. 0611 3601110-0
info@baerenherz.de
www.baerenherz.de

Spenden/Zustiftungen
Wiesbadener Volksbank
BIC: WIBADE5W
IBAN: DE07 5109 0000 0000 0707 00

Nassauische Sparkasse
BIC: NASSDE55
IBAN: DE91 5105 0015 0222 0003 00

