

Patientenforen und Expertenräte – Heißes Eisen?

Die Web 2.0-Patientenkommunikation unterliegt in der Pharmabranche einer Reihe von besonderen Regularien. Viele Firmen fürchten, sich an diesem heißen Eisen die Finger zu verbrennen und verzichten daher komplett auf Webdienste für diese Zielgruppe. Damit verpassen sie viele Chancen. TWT Digital Health hat sich seit vielen Jahren auf dieses Thema spezialisiert.

Das Internet ist in vielen Branchen ein wichtiges Medium für die Produktentwicklung. In Foren können Entwickler mit Nutzern kommunizieren und lernen, was bei der Nutzung im Alltag gut funktioniert und was nicht. Dieses Wissen kann direkt in die nächste Produktgeneration einfließen. Bei kurzen Produktzyklen gibt es kaum ein besseres Optimierungsinstrument. In der Pharmabranche aber sind nicht nur die Produktzyklen unendlich lange, sondern viele gesetzliche Rahmenbedingungen schränken die Endkundenkommunikation zusätzlich ein.

So müssen Unternehmen jede sicherheitsrelevante Meldung zu den Präparaten (Drug Safety-Meldungen) dokumentieren und nachverfolgen. Und das gilt auch für Informationen, die z.B. in einem von der Firma betriebenen Internetforum für Patienten veröffentlicht werden. In einem gut besuchten Forum ist das eine Mammutaufgabe und der Albtraum eines jeden Informationsbeauftragten.

Trotzdem gibt es gute Gründe, ein Patientenforum zu betreiben, weiß Anja Fink, Projektmanagerin bei TWT Digital Health: „Einer unserer Kunde betreibt zusammen mit einer Spezialklinik seit über 10 Jahren ein Forum für eine neurologische Indikation. Mit inzwischen über 5.000 registrierten Nutzern und über 8.000 eröffneten Themen eine sehr aktive Community.“

Social Media in Reinkultur

Die Vorteile eines Forums liegen auf der Hand: Bei Alltagsproblemen sind andere Betroffene oft die besten Ratgeber, antworten schnell und kompetent. Allerdings ist der Aufwand dafür auch relativ hoch. So überwacht TWT Digital Health alle Einträge zeitnah und reicht sie bei Bedarf zur Beantwortung oder Weiterverfolgung an den Klinikpartner oder die Firma weiter – sehr wichtig bei UAW (unerwünschten Arzneimittelwirkungen).



Patientenkommunikation im Web 2.0 – auch für Pharma- und Gesundheitsunternehmen

Auf einen Blick

Das Internet hat sich in den vergangenen Jahren zu einem Social Web gewandelt und der Einfluss von Kommunikationsplattformen wächst stetig weiter. TWT Digital Health kennt die besonderen Herausforderungen, vor denen Pharmaunternehmen dabei stehen und hat die langjährige Erfahrung mit individuellen Strategien und Konzepten die optimale Lösung zu realisieren.

„Zudem liefern wir in regelmäßigen Abständen eine Art Management Summary, aus der das Produktmanagement sieht, welche Themen im Forum gerade am intensivsten diskutiert werden. Das rechtfertigt für den Kunden durchaus die Investition“, weiß Anja Fink und ergänzt: „Patientenforen sind Social Media in Reinkultur, auch wenn sie aus einer Zeit stammen, in der es den Begriff noch gar nicht gab.“ Es geht auch eine Nummer kleiner. Ein Expertenrat ist so etwas wie ein Forum light. Hier gehen die Einträge nämlich nicht direkt online, sondern werden zuvor gesichtet und vom Experten, häufig ein Kliniker mit eigener Erfahrung in der Indikation und Affinität zum Medium Internet, zusammen mit der Antwort veröffentlicht. Unsinnige Beiträge, die in einem Forum schon einmal auftauchen können, sind so grundsätzlich ausgeschlossen. Mit dem von TWT Digital Health entwickelten System kann der Experte zudem entscheiden, ob er die Anfrage persönlich beantwortet oder veröffentlicht.

„Patientenforen sind Social Media in Reinkultur, auch wenn sie aus einer Zeit stammen, in der es den Begriff noch gar nicht gab.“

Anja Fink, Projektmanagerin bei TWT Digital Health

Klaus Mueller, Geschäftsführer von TWT Digital Health, sieht das Thema pragmatisch: „Ob Forum, Expertenrat oder besser keines von beiden ist nicht nur von der Indikation abhängig, sondern auch von der Gesamtstrategie des Unternehmens. Viele Pharmaunternehmen reden davon, dass sie zukünftig Lösungen für gesundheitliche Probleme anbieten und nicht nur Medikamente verkaufen möchten. Aber sie wissen nicht wie. Ein Patientenforum ist da ein gutes Beispiel und wir haben in den letzten Jahren zwei echte Leuchtturmprojekte umgesetzt.“ Vom Schutz der Patientendaten über das Management von Spam-Einträgen bis zur rechtssicheren Dokumentation sicherheitsrelevanter Meldungen, gibt es dabei viel zu beachten. Doch andererseits gibt es kaum eine Möglichkeit, so ungefiltert Rückmeldungen von Betroffenen zu erhalten wie hier. Mueller weiß aus Erfahrung: „Jede Pharmafirma ist gut beraten, das Thema der Web 2.0-Patientenkommunikation zumindest ergebnisoffen zu diskutieren. Schnelle Lösungen von der Stange gibt es zwar nicht, aber eigentlich hat jede Firma hier eigene Ansätze, die sinnvoll weiterentwickelt werden können.“



Ihr Ansprechpartner

Klaus Mueller
Telefon +49 6221 8220 22
klaus.mueller@twt.de
www.twt-digital-health.de

Über TWT Digital Health

TWT Digital Health steht für zukunftsweisende E-Health-Lösungen, medizinische Software, Healthcare-Apps und Gesundheitsmarketing. Mit einem erfahrenen Team aus Beratern, Entwicklern und Kreativen realisieren wir Prozesse, die Ihre Botschaft mit State-of-the-art-Technologie zur relevanten Zielgruppe bringen und die gleichzeitig den hohen Pharmastandards genügen. Und das seit 1997.