

MEDPERION



WHITE PAPER

DIGAS: DIE ZUKUNFT DER GESUNDHEIT!

Die 10 Erfolgsfaktoren rund um die Vermarktung von
digitalen Gesundheitsanwendungen

Medperion GmbH

“Elevating healthcare success.” - Medperion ist Ihr Partner für den Erfolg im Healthcare-Markt. Wir bieten gebündelte Kompetenz und Fachlichkeit und unterstützen Sie in allen Bereichen entlang der Wertschöpfungskette. Unser Ziel ist es, Ihren Erfolg zu maximieren und Ihnen exklusive Lösungen zu bieten.



www.medperion.de

Bis 2025 ein Volumen von rund 1,7 Milliarden Euro

Laut Bitkom Research wird der Markt für digitale Gesundheitsanwendungen (DiGAs) voraussichtlich weiter stark wachsen und bis 2025 ein Volumen von rund 1,7 Milliarden Euro erreichen.

DiGAs haben in der heutigen Zeit einen immer größeren Stellenwert erlangt und sind nicht mehr wegzudenken! Die Anwendungen decken schon heute verschiedenste medizinische Bereiche ab, und bieten vielfältige Vorteile. Ärzte und Psychotherapeuten spielen dabei eine entscheidende Rolle bei der Verschreibung von DiGAs, die von den Krankenkassen übernommen werden. Eine Studie der Stiftung Gesundheit hat gezeigt, dass die Akzeptanz von DiGAs in der Ärzteschaft maßgeblich von der klinischen Evidenz und dem Bewusstsein für sich ändernde Patientenwünsche und -bedürfnisse abhängt. Um diese Akzeptanz zu steigern, bestehen noch immer Herausforderungen bei der Vermarktung von DiGAs, die berücksichtigt werden müssen.

Auf den folgenden Seiten werden wir uns mit den 10 wichtigsten Erfolgsfaktoren aus Sicht der Medperion vorstellen, die bei der Vermarktung von DiGAs berücksichtigt werden sollten.



“DiGA ist gekommen, um zu bleiben.”



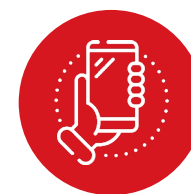
1 Ärzteschaft im Zwiespalt: 15% Unwissenheit, 35% Ablehnung

Mehr als ein Drittel der niedergelassenen Ärzte und Ärztinnen hat bereits digitale Therapiehelfer verschrieben, weitere 13,9 Prozent planen dies in naher Zukunft. Gleichzeitig ist der Anteil der Ärzte und Ärztinnen, die ausdrücklich keine DiGAs einsetzen möchten, von 55 Prozent in den Vorjahren auf 34,7 Prozent gesunken. Dies zeigt die Studie “Ärztinnen und Ärzte im Zukunftsmarkt Gesundheit 2022”.

Um das Bewusstsein bei Ärzten und Ärztinnen zu steigern, sollten grundlegende Informationen über DiGAs und das Digitale-Versorgung-Gesetz (DVG) gezielt vermittelt werden.

Der Einsatz von Außendienstlinien und medizinischer Telefonie ermöglicht es, Informationen und Mehrwert im Zusammenhang mit DiGAs zu vermitteln. Durch den persönlichen Austausch können Bedenken und Fragen direkt angesprochen werden.

Die Einstellungen bei der medizinischen Zielgruppe in Bezug auf DiGAs kann positiv beeinflusst werden, indem sie die erforderlichen Informationen und Tools an die Hand bekommen, um fundierte Entscheidungen zu treffen. Eine verbesserte Aufklärung kann die die Nutzung von DiGAs in der ärztlichen Patientenversorgung deutliche steigern.



2 Unterschätzter Schatz im Gesundheitswesen: Warum Patienten noch im Dunkeln tappen

Aktuell sind die Möglichkeiten und der Nutzen von DiGAs vielen Patienten noch nicht ausreichend bekannt, zudem haben viele noch Bedenken. Dies zeigen auch die Zahlen: Die monatliche Menge der eingelösten Freischaltcodes für DiGAs bewegt sich seit Anfang 2022 auf einem nahezu unveränderten Niveau von 10.000 bis 12.000 DiGAs (Quelle: GKV-Spitzenverband). Dies zeigt, dass die Zahl der zugelassenen DiGAs kontinuierlich zunimmt (aktuell 53/Stand Juni 2023), während die Anzahl der Freischaltcodes auf einem stabilen Niveau verharrt. Um diese Zahlen zu steigern, ist es wichtig eine positive Einstellung zu DiGAs im Allgemeinen sowie den konkreten Nutzen in der Patientenzielgruppe zu steigern.

Eine mögliche Lösung besteht in klassischen Awareness-Kampagnen, die durch eine emotionale Ansprache und die Bereitstellung hilfreicher Inhalte gezielt an DiGAs heranführt. Besonders effizient hierbei: Kooperationen mit Influencern, Docfluencern und Medfluencern, um Online- und Social-Media-Marketing-Kampagnen zu unterstützen.

Hürden müssen verringert werden

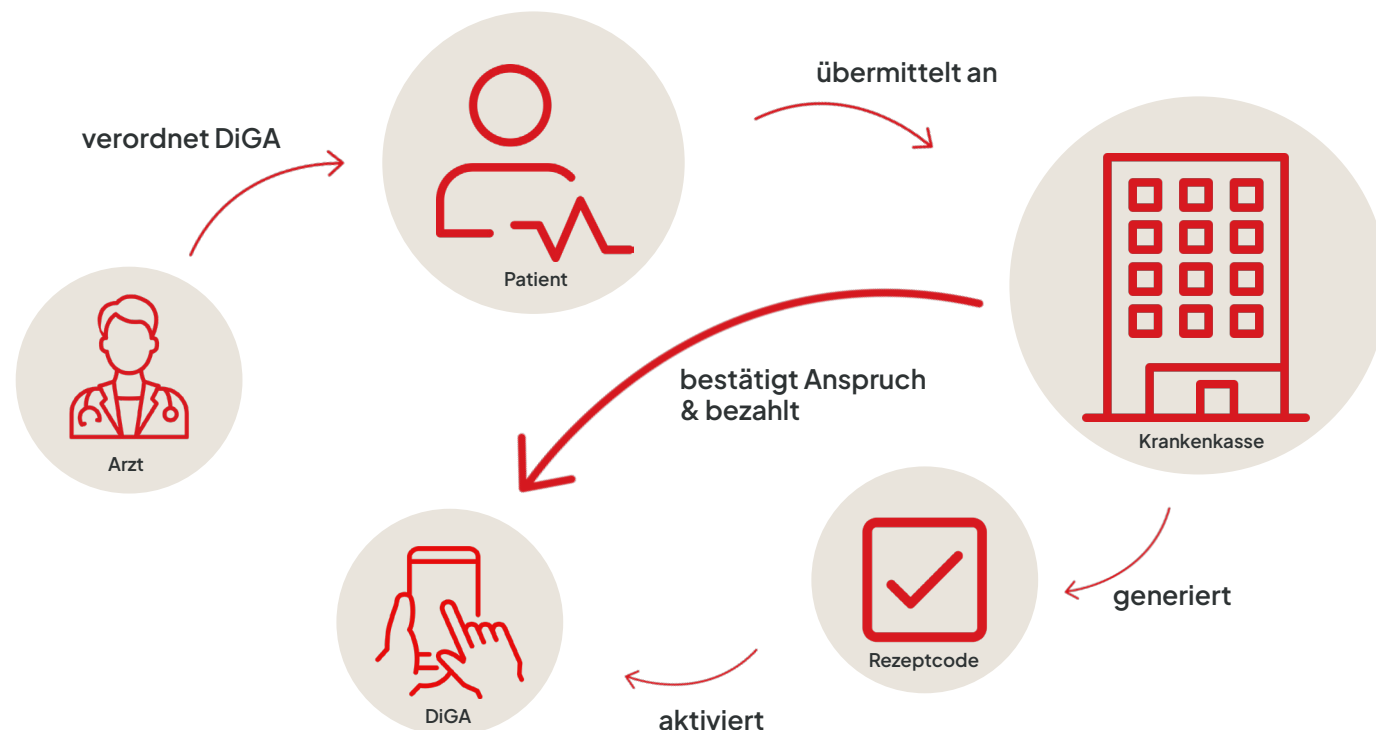


3 Welcome to the Jungle: Die Verordnung von DiGAs

Für Ärzte, die DiGAs verordnen möchten und für die Patienten, die sie nutzen sollen, gibt es viele Hürden im Verordnungsprozess, die abschrecken. Eine dieser Hürden besteht beispielsweise in der begrenzten Verfügbarkeit von verordnungsrelevanten Informationen im Praxisverwaltungs- oder Krankenhausinformationssystem. Ein weiteres Problem besteht darin, die richtige Verordnungseinheit einer DiGA zu identifizieren. Darüber hinaus müssen Patienten das DiGA-Rezept bei ihrer Krankenkasse einreichen und um Zusendung eines Freischaltcodes für die DiGA bitten – Hürden, die sich allesamt nicht positiv auf die Anzahl der Verordnung auswirken.

Ärzte können bei diesen Herausforderungen insbesondere von zusätzlichen Informationen profitieren, beispielsweise in Form von speziellen Rezeptblöcken, Manuals oder Leitfäden. Diese bieten ihnen praktische Unterstützung und helfen dabei, den Verordnungsprozess reibungsloser zu gestalten.

Um den Weg von der Verschreibung bis zur Nutzung von DiGAs für Patienten zu vereinfachen, kann gezielte Unterstützung angeboten werden. Eine Möglichkeit ist die Einführung eines "Rezept-Services", bei dem das Rezept für eine DiGA an einen Serviceprovider übergeben wird, der die gesamte Abstimmung mit der Krankenkasse übernimmt.



4 Analog vs. digital: Ist die digitale HCP-Kommunikation wirklich alles?

Es liegt nahe digitale Gesundheitsanwendungen auch digital zu kommunizieren. Aber die alleinige digitale HCP-Kommunikation reicht nicht aus, um den Erfolg von Digitalen Gesundheitsanwendungen (DiGA) sicherzustellen. Insbesondere Ärzte und Ärztinnen, die noch keine Erfahrungen damit gesammelt haben, insbesondere APIs, von denen die meisten Verordnungen möglich sind, sollte dieses komplexe Thema im persönlichen Dialog nähergebracht werden. Hierfür gibt es verschiedene Maßnahmen, die den Erfolg von DiGA unterstützen können.

Eine Möglichkeit besteht darin, einen Außendienstmitarbeiter einzusetzen, der die DiGA persönlich vor Ort präsentiert und erklärt. Alternativ kann die Vermittlung einer DiGA auch in einem digitalen, aber dennoch persönlichen Schulungsformat erfolgen, beispielsweise durch ein One-to-One-Webinar oder eine Videoschulung. Über diese Kanäle kann die DiGA mittels Co-Browsing interaktiv von beiden Gesprächspartnern erlebt werden. Im Rahmen dieser Formate können auch Patientengruppen sowie die Verordnung als solches besprochen werden. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, Informationsmaterialien direkt online zu teilen und herunterzuladen.



5 Patienten unterstützen; digitale Compliance steigern

Patienten sollen DiGAs richtig anwenden. Dafür benötigen sie aber Unterstützung. Denn laut einer Studie der AOK haben etwa 18 Prozent der Patienten Schwierigkeiten bei der Umsetzung der digitalen Therapieinhalte. Daher ist es wichtig, verschiedene Aspekte zu berücksichtigen, um eine reibungslose Nutzung und positive Erfahrungen für die Anwender zu gewährleisten.

Ein Aspekt ist eine leicht zugängliche Kommunikationsmöglichkeit für die Nutzer. Eine Patienten-Hotline sollte zur Verfügung stehen, um Fragen, Anliegen oder technische Probleme schnell und kompetent zu beantworten. Eine schnelle Reaktionszeit und persönliche Unterstützung sind hierbei von großer Bedeutung. Auch eine gezielte Einführung in die Möglichkeiten der DiGA, steigert die Compliance.

Zusätzlich ist die Bereitstellung umfangreicher Informationsmaterialien, wie FAQs, Anleitungen oder Tutorials, von großer Bedeutung. Gut strukturierte und verständliche Inhalte ermöglichen es den Nutzern, sich selbstständig zu helfen und eventuelle Fragen oder Unsicherheiten zu klären.

So kann auch vermieden werden, dass Patienten mit technischen Fragen erneut die Praxen aufsuchen müssen, was sowohl für Ärzte als auch für Patienten eine unerwünschte Zeit- und Ressourcenbelastung darstellt.



6 „Content is king“

Für Ärzte und Ärztinnen ist es wichtig, dass sie vor der Verordnung einer DiGA umfassende Informationen erhalten. Zusätzlich sollten ihnen Materialien zur Verfügung gestellt werden, die sie ihren Patienten überreichen können, um den Einsatz der DiGA zu unterstützen. Neben klassischen Printmaterialien spielen auch hier vor allem digitale Ressourcen eine große Rolle, wie Websites, eine Demo-Version der Anwendung, Video-Tutorials etc.

Positive Erfahrungen konnten auch mit Podcasts gesammelt werden. In Podcast-Episoden gaben Experten Interviews, teilten ihre Erfahrungsberichte oder sprachen über aktuelle Studien und Entwicklungen im Bereich der DiGAs. HCPs und Patienten können diese Podcasts in ihrer Freizeit hören und ihr Wissen über DiGAs erweitern.

75% schätzen ihren Informationsstand als schlecht ein



7 „Aufschlauen“ rund um DiGA

Maßgeschneiderte Fortbildungen sind ein wichtiger Erfolgshebel, um medizinische Fachkräfte dabei zu unterstützen, ihr Fachwissen im Bereich der digitalen Gesundheitsanwendungen (DiGAs) zu erweitern. Eine CME-Zertifizierung ist dabei wichtig, denn sie verleiht diesen Fortbildungen zusätzliche Bedeutung und Relevanz.

HCPs sollten die Möglichkeit haben, sowohl an live durchgeführten Kursen als auch on-demand teilzunehmen, um ihren individuellen Bedürfnissen und zeitlichen Möglichkeiten gerecht zu werden.

Mit speziell konzipierten Fortbildungsformaten können HCPs ihr Wissen zu DiGAs aktualisieren, ihre Kompetenz stärken und sich auf dem neuesten Stand der Entwicklungen halten. Dies ist auch erforderlich, denn laut einer Studie des Fraunhofer IMW gaben 75% der niedergelassenen Ärzte an, dass ihr Informationsstand zu DiGAs als schlecht einzuschätzen ist.



8 „DiGA live on stage“

Spezielle Events für Healthcare-Professionals erweitern deren Bewusstsein und Kenntnisse im Bereich digitaler Gesundheitsanwendungen. Durch Fachkongresse, Symposien oder Schulungen können Experten über aktuelle Entwicklungen und Forschungsergebnisse berichten. Hier haben die HCPs die Möglichkeit, sich mit Kollegen auszutauschen, bewährte Verfahren zu teilen und ihr Fachwissen zu vertiefen.

Die Events spielen eine entscheidende Rolle bei der Schaffung von Awareness und Verständnis für digitale Gesundheitsanwendungen. Sie bieten eine interaktive Plattform, um Fragen zu klären, Erfahrungen auszutauschen und das Potenzial der DiGAs für die persönliche Gesundheitsversorgung zu erkennen. Auch der Dialog der HCPs untereinander und mit den Multiplikatoren (Key Opinion Leader) helfen hierbei.



9 „I can't get no (patient) satisfaction“

Die Zufriedenheit der Patienten und Patientinnen ist entscheidend für den langfristigen Erfolg digitaler Gesundheitsanwendungen (DiGAs). Laut Statista und der Techniker Krankenkasse nehmen die Patienten DiGa-Apps ernst und empfinden sie als hilfreich, da nur sechs Prozent der Befragten sie trotz Verschreibung nicht genutzt haben. Rund 84 Prozent nutzen die Apps mindestens einmal pro Woche, und 63 Prozent gaben an, dass die Apps bei ihren Beschwerden hilfreich waren. Etwa 33 Prozent empfanden die Apps als unnütz.

Um die Zufriedenheit der Patienten und Patientinnen zu gewährleisten und kontinuierlich zu verbessern, bieten sich Interviews und Umfragen als effektive Instrumente an. Diese direkte Rückmeldung ermöglicht es Ihnen, etwaige Unterstützung und begleitende Services anzubieten, um die DiGA-Compliance zu erhöhen. Durch Interviews und Umfragen können Sie wertvolle Einblicke gewinnen und gezielt auf die Bedürfnisse der Nutzerinnen und Nutzer eingehen, um ihre Erfahrungen mit der DiGA-App zu optimieren.

84 %

nutzen die Apps min.
einmal pro Woche



10 Am Ball bleiben... Patienten binden

Die kontinuierliche Nutzung von Gesundheits-Apps durch Patienten spielt eine entscheidende Rolle für den langfristigen Erfolg dieser digitalen Gesundheitsanwendungen (DiGAs). Um Patienten dazu zu bringen, die Gesundheits-App kontinuierlich weiter zu nutzen, sind gezielte Maßnahmen erforderlich. Indem sie eine individuelle Ansprache, regelmäßige Motivationsmaßnahmen und ein ansprechendes Nutzererlebnis bieten, können Patienten dazu ermutigt werden, die App aktiv zu nutzen und ihre Gesundheit eigenverantwortlich zu managen. Eine enge Einbindung der Patienten, personalisierte Inhalte sowie eine benutzerfreundliche Gestaltung der App tragen dazu bei, dass die Patienten die Gesundheits-App langfristig nutzen und von den Vorteilen der digitalen Gesundheitsanwendung profitieren.

Auch Sie beschäftigen sich gerade mit der Vermarktung von DiGAs und möchten Ihre Herausforderungen mit Medperion besprechen?

Kein Problem! Nehmen Sie einfach direkt Kontakt mit uns auf:

Ein Ansprechpartner

Wir sind Ihre geballte Expertise im Healthcare-Business. Über 90 Experten aus verschiedenen Disziplinen setzen sich für Ihren Erfolg ein und veröffentlichen monatlich über 250 PR-Beiträge. Mit mehr als 750 Sales-Experten und jährlich über 500.000 Kontakten zu Healthcare-Professionals haben wir bereits über 1 Milliarde Umsatz für unsere Kunden generiert und betreuen jährlich mehr als 18.000 Patienten.

+49 (0) 2234 - 2036 -340

kontakt@medperion.de



Powered by **MEDPERION**

Adresse

Horbeller Str. 11
50858 Köln
Headquarter Deutschland

Telefon & Online

Telefon : +49 (0) 2234 20 36340
E-Mail : kontakt@medperion.de
Website : www.medperion.de

