

CareAnimations startet in Deutschland

# Medikamente verständlich gemacht

Je nach Krankheit werden 30 bis 50 Prozent der Medikamente nicht richtig eingenommen oder angewendet, weil sie die Informationen dazu nicht verstehen oder kein Interesse daran haben. Die Schäden für die Patient:innen selbst, aber auch für das Gesundheitssystem sind enorm. Das niederländische Startup CareAnimations hat sich das Ziel gesetzt, daran etwas zu ändern: Es bietet Animationen und Piktogramme an, welche die Apotheken vor Ort bei der Patientenbetreuung unterstützen. Positiver Nebeneffekt für die Apotheken: Die digitalen Lösungen sorgen nicht nur für eine Verbesserung der Therapietreue, sondern können auch noch die Patientenbindung stärken. Die Produkte und Dienstleistungen von CareAnimations sollen bald auch auf dem deutschen Markt angeboten werden. Der Geschäftsführer der deutschen Niederlassung, Thomas Hofmann, verfügt über große Erfahrung im Apothekenmarkt sowie im E-Commerce, unter anderem war er Mitglied der Geschäftsleitung bei gesund.de und Leiter des Marketing- und Digital-Resorts der rumänischen Apothekenkette Dona Farmacia in Bukarest.

>> Herr Hofmann, wie kam es zu der Idee, die Apotheken vor Ort mithilfe von Animationen und Piktogrammen bei der Betreuung ihrer Patient:innen zu unterstützen?

CareAnimations BV, die Muttergesellschaft der gleichnamigen deutschen GmbH, wurde Ende 2016 von den beiden Ärzten Rob Neeter und Afke de Jong in den Niederlanden gegründet. Der Anlass war eine Erfahrung aus der täglichen Praxis: Dr. Neeter war in den Niederlanden Vorsitzender einer landesweiten Versorgungseinrichtung, die sich auf die Thromboseversorgung spezialisiert hatte. Bei den damaligen gerinnungshemmenden Medikamenten war eine sorgfältige Anwendung für die Gesundheit der Patient:innen entscheidend. Dennoch stellte er fest, dass sich viele Patient:innen – trotz ihres persönlichen Interesses – nicht richtig an die Behandlung hielten, obwohl alle an der Versorgung dieser Patient:innen beteiligten Ärzt:innen, Apotheker:innen und ihr Personal sich darum bemühten. Vor diesem Hintergrund entstand die Idee, Videos zu produzieren, die sich die Patient:innen zu Hause ansehen können.

Wie wurde die Idee dann in die Tat umgesetzt?

Nach Pilotprojekten und Beratungen mit allen Interessengruppen im Gesundheitswesen wurde eine Plattform aufgebaut, auf der mittlerweile 20.000 interaktive, personalisierte Animationsvideos zur Verfügung stehen, in denen eine virtuelle PTA dem Patienten in seiner eigenen Sprache und mit verständlichen Worten die wichtigsten Informationen und Hinweise zu seiner Medikation erklärt. Dieser Ansatz hat sich schon in den ersten Jahren 2017 und 2018 als äußerst erfolgreich erwiesen, weshalb das niederländische Gesundheitsministerium, die großen Krankenversicherungen und vor allem 97 Prozent aller Apotheken die CareAnimations-Produkte befürworten und verwenden.

Mittlerweile beschäftigt CareAnimations in den Niederlanden über 40 Mitarbeiter:innen und betreut allein in den Niederlanden fast vier Millionen Patient:innen. Darüber hinaus gibt es inzwischen Niederlassungen in Frankreich, Spanien, Indien, den Vereinigten Staaten und Deutschland – die CareAnimations GmbH. Sie wurde Ende 2020 in Düsseldorf gegründet und seither laufen die Vorbereitungen die Produkte und Dienstleistungen von CareAnimations auch in Deutschland anzubieten. Dabei berücksichtigen wir die deutschen Rahmenbedingungen.

Wie identifizieren Sie, bei welchen Indikationen und Arzneimitteln der Bedarf an Patienteninformationen besonders groß ist?



Thomas Hofmann, seit 1. August 2022 Geschäftsführer der CareAnimations GmbH.

Wir haben in Deutschland noch nicht wirklich angefangen, daher basiert meine Antwort auf der Methode und den Erfahrungen in den Niederlanden. In den fünf Jahren praktischer Erfahrung hat sich gezeigt, dass eine bessere Aufklärung eigentlich bei allen Arzneimitteln notwendig ist. Der Grund dafür ist, dass fast jede Patient:in den Beipackzettel zu kompliziert findet und dass die Arztpraxis oder die Apotheke oft zu beschäftigt ist, um ihn richtig zu erklären. Darüber hinaus sind die meisten Patient:innen nicht in der Lage, die erhaltenen Informationen zu Hause wiederzugeben. Dies ist ein weiteres deutliches Problem für die Patient:innen, wenn sie Medikamente richtig verwenden wollen. Um die Dringlichkeit besserer Informationsvermittlung zu verdeutlichen: 30 bis 50 Prozent der Arzneimittel werden nicht richtig oder gar nicht verwendet. Bei Medikamenten, die mit einem Inhalator inhaliert werden müssen, zeigt sich, dass dies bei mehr als 80 Prozent der Patient:innen nicht gut funktioniert. Und natürlich kann ein Medikament, das nicht oder nicht richtig angewendet wird, auch nicht oder nicht richtig wirken!

Ein zusätzliches Kommunikationsproblem besteht darin, dass 50 bis 60 Prozent der Patient:innen in Deutschland über eine eingeschränkte Gesundheitskompetenz, die sogenannte Health Literacy verfügen. Das bedeutet, dass sie die von ihrer Ärzt:in oder Apotheker:in erteilten In-

formationen nicht richtig verstehen oder umsetzen können. Und dann ist da noch manchmal das Problem der Sprachbarriere von Migrant:innen.

### Wie gehen Sie bei der Entwicklung vor? Arbeiten Sie beispielsweise mit Healthcare Professionals und/oder auch mit Patient:innen zusammen?

Wir stützen uns bei den Inhalten unserer Piktogramme und Videos ausschließlich auf anerkannte Quellen, die alle Fachleute im Gesundheitswesen nutzen. Um diese für die Drehbücher unserer Videos zu verwenden, folgen unsere Apotheker:innen und Ärzt:innen einem strengen Protokoll. Die Qualität des Verfahrens und der Produkte wird von einem unabhängigen Qualitätsausschuss überwacht, dem nur Fachleute aus dem Gesundheitswesen angehören. Zudem testen wir die Barrierefreiheit und Verständlichkeit unserer Videos mit Menschen mit eingeschränkter Gesundheitskompetenz permanent. Wenn sie damit umgehen können, können das auch andere Patient:innen. Übrigens finden zehn Prozent der gesamten Patient:innenpopulation unsere Videos „zu einfach“. In der Praxis ist dies ein akzeptabel niedriger Prozentsatz.

### Auf welchem Weg machen Sie die Videos den Patient:innen zugänglich?

Ausgangspunkt ist immer das Medikament. Wenn die Apotheken ihren Patient:innen ein Medikament liefern, erklären PTAs idealerweise zunächst die wichtigsten Aspekte dieses Arzneimittels und schicken den Patient:innen dann per E-Mail einen Link, es ist aber auch möglich, ihnen einen QR-Code zu geben. Die Patient:innen können sich dann das entsprechende Video in Ruhe zu Hause ansehen. Es ist in der gewünschten Sprache der Patient:innen verfasst und an deren Geschlecht und Alter angepasst, gegebenenfalls auch an das Krankheitsbild, gegen das die Patient:innen die Medikamente verwenden. Außerdem gibt es ein Video über die genaue Anwendung des Medikaments, ein Video über das Krankheitsbild und einen Test, mit dem die Patient:innen ihr Wissen über das Medikament überprüfen können. Die Patient:innen können dann später noch eine Reihe von Meldungen erhalten, die ihnen die wichtigsten Informationen über das Medikament wiederholen, ihnen helfen, die Medikamente richtig zu benutzen, und sie dazu motivieren, die Medikamente während ihrer Behandlung weiterhin richtig anzuwenden.

### Geht es immer um animierte Clips oder gibt es zum Beispiel auch Informationen in gedruckter Form? Sie bieten unterschiedliche Arten von Clips an. Könnten Sie erläutern, wie diese sich unterscheiden, was Inhalte und Einsatzmöglichkeiten betrifft?

Für die Einführung in Deutschland werden wir die Namen noch final auf Verständlichkeit und Übersichtlichkeit prüfen. Im Prinzip gestaltet sich die Lösung aber wie folgt:

ApoClip-A (mit dem „A“ von Apotheke) ist ein Piktogrammset für jedes einzelne Medikament, das in Apotheken zur Unterstützung der PTA verwendet wird. Mit ApoClip-A übermitteln die PTAs den Patient:innen eindeutige und vollständige Informationen zu den wichtigsten Aspekten des Medikaments. Das funktioniert am besten auf einem Tablet.

ApoClip-M (mit dem „M“ von Medikament) ist die Plattform mit einem personalisierten interaktiven Animationsvideo für jedes Medikament, das die wichtigsten Informationen über das Medikament auf einfache Weise und in der Sprache der Patient:innen erklärt. ApoClip-M ist für die Anwendung zuhause bestimmt.

ApoClip-I (mit dem „I“ von Instruktion) ist das Animationsvideo über die richtige Anwendung des Medikaments, auch für zu Hause. Das Video ist auf die jeweilige Darreichungsform des Arzneimittels zugeschnitten, von Tabletten bis zu Augentropfen und von Zäpfchen bis zu Inhalator oder Spritze.

ApoClip-K (mit dem „K“ von Krankheit) ist das animierte Video über

das Krankheitsbild, für das das Medikament verschrieben wird.

ApoClip-J (mit dem „J“ von Journey) ist ein Beratungsdienst, der die Patient:innen während ihrer gesamten Behandlungsdauer („Journey“) bei der Anwendung des Medikaments unterstützt.

Die ApoClips sind eng miteinander verbunden, können aber auch unabhängig voneinander verwendet werden. Die darin enthaltenen arzneimittelspezifischen Informationen sind vollständig aufeinander abgestimmt.

### Zusätzlich gibt es den sogenannten InfoClip. Was hat es damit auf sich?

InfoClip ist eine eigene Plattform mit animierten Videos, die nicht-medizinbezogene Fragen auf verständliche Art und Weise beantworten. InfoClip ist ein eigenständiges Dienstleistungsprodukt, das es der Apotheke ermöglicht, den Patient:innen, die allgemeine Frage haben, einen wertvollen – und für die Apotheke effizienten – Service anzubieten. Alle Clips sind so weit wie möglich audiovisuell (Video, Piktogramm). Denn Untersuchungen haben gezeigt, dass visuelle Informationen vom Gehirn 40.000 Mal besser aufgenommen werden als geschriebener Text.

### Warum gehen Sie den Weg über die Apotheken? Könnte man die Patient:innen nicht auch direkt ansprechen?

Dafür, die Clips über Healthcare Professionals zu verbreiten, gibt es eine Reihe von Gründen: Erstens ist es für uns unmöglich, die Patient:innen direkt zu erreichen. Zweitens wäre für die Patient:innen im Internet nicht ersichtlich, ob wir ein vertrauenswürdiger Anbieter sind. Und drittens haben wir aus unserer langjährigen Erfahrung gelernt, dass die Patient:innen die ApoClip-Produkte viel mehr und besser nutzen, wenn sie von Apotheker:innen oder PTAs kommen, als wenn sie die Informationen selbst gesucht und gefunden haben. Die vertrauensvolle Beziehung zu und die Motivation durch die Apotheker:innen oder die PTAs ist entscheidend für die erfolgreiche Nutzung von ApoClip durch die Patient:innen und damit für die Qualität des Medikamentengebrauchs. Im Zusammenhang mit diesem letzten Punkt erhalten die Patient:innen immer ein ApoClip-Produkt im Namen der Apotheke, was sich in allen Äußerungen widerspiegelt. Dies fördert das Vertrauen der Patient:innen und – auf längere Sicht – die Bindung zwischen Apotheke und Patient:innen.

### Wer finanziert die Produkte von CareAnimations in den Niederlanden? Und wie sind diesbezüglich die Planungen für den deutschen Markt?

Die Apotheken abonnieren die verschiedenen ApoClip-Produkte. 97 Prozent der Apotheken und 75 Prozent der Krankenhäuser in den Niederlanden haben ein Abonnement für ApoClip-M. Die anderen ApoClip-Produkte wurden 2021 eingeführt und erreichen allmählich den gleichen Nutzungsgrad. In den Niederlanden sind die Krankenversicherer vom Wert von ApoClip überzeugt, sowohl in qualitativer als auch in gesundheitsökonomischer Hinsicht. Aus diesem Grund erstatten sie der Apotheke die Kosten für das Abonnement. Auch in Deutschland werden die Apotheken mit den ApoClip-Produkten zukünftig ein umfassendes Servicepaket anbieten können, das die Patient:innen erheblich unterstützt und damit zu einer besseren Bindung zwischen Apotheke und Patient:innen führen kann.

Mit den sogenannten pharmazeutischen Dienstleistungen (pDL) gibt es ähnliche Chancen zur Refinanzierung von ApoClip auch hier im Markt. Für alle fünf Dienstleistungen bietet ApoClip Unterstützung, die die Organisation und Durchführung der Dienstleistungen wesentlich effektiver und effizienter macht. Unter diesen Umständen stellt ApoClip keine Kosten für die Apotheke dar, sondern eine Investition mit einem fast sofortigen und interessanten Return on Investment.

Herr Hofmann, vielen Dank für das Gespräch. <<