

Das Magazin für
modernes
Healthcare-Marketing

www.pharma-relations.de

pharma
RELATIONS

Nr. 03 | 2023

KOL

KEY OPINION LEADER

DER POINT OF CARE ZUHAUSE

Medipee digitalisiert Urinalysen, S. 20

KEY OPINION LEADER: RISING STARS UND MEINUNGSMACHER

Warum Sie wichtig sind?

KOOPERATIONEN VON MEDTECH UND PHARMA MIT STARTUPS

Wie findet sich der richtige Partner?

Alles im Blick

Wie viel geben Ihre Wettbewerber für Werbung aus?
Wie können Sie sich abgrenzen und das Profil Ihrer Marke schärfen?



Die Antworten liefert BrandFacts von FaktenSchmied.

Die Software erfasst Werbeanzeigen, Spendings und Motive in 95 Prozent der deutschsprachigen Fachzeitschriften und Verlagsnewsletters für die Branchen Pharma und Dental.

So wird Werbung messbar. Und Sie werten sie per Klick aus.

Bei Fragen wenden Sie sich an
bernhard.hebel@faktenschmied.de

 **BrandFacts**

Die schärfsten Augen für Ihr Marketing


Fakten

www.faktenschmied.de

Marketing & Kommunikation

5 Strahlkraft und Soft Skills

Wie man den passenden Key Opinion Leader für die Fachkommunikation identifiziert und worauf es in der Zusammenarbeit ankommt, dazu haben wir Health-PR-Experten befragt.

10 Digitale Alternativen bieten das größte Potenzial

AstraZeneca hat Ärztinnen und Ärzte zum Thema Nachhaltigkeit und Pharma-Kommunikation befragt. Und Chiesi startet eine Kongressreihe rund um Gesundheit, Umwelt und Nachhaltigkeit.

16 Einfach verständlich

Um möglichst allen Menschen Zugang zu Gesundheitsinformationen zu bieten, hat die „Apotheken Umschau“ mittlerweile 200 Artikel in Einfacher Sprache auf der Website veröffentlicht.

Know-How

9 Unterstützung von Healthcare Professionals in Zeiten von „On-Demand“

Alfred Weidmann von Acxiom zeigt, wie man das Fachpersonal mit hilfreichen und personalisierten Experiences unterstützen und ihm das Leben erleichtern kann.

Interview

12 Das Warum beantworten

Maximilian Kraft von der auf Pharma und Medizintechnik spezialisierten Personalvermittlung pates AG empfiehlt, beim Social Recruiting insbesondere auch den Kanal TikTok zu nutzen.

22 „Mehrwert nur ansatzweise realisiert“

Peter Schaar, Leiter der Europäischen Akademie für Datenschutz und Informationsfreiheit (EAID), über sein neues Buch „Diagnose Digital-Desaster – Ist das Gesundheitswesen noch zu retten?“

Digital Health

18 Chancen & Hemmnisse

Kooperationen zwischen etablierten Unternehmen und Startups können Innovationen fördern. Das BMWK hat dazu eine Befragung durchgeführt.

24 Etwas Neues schaffen

Ein „transformatives Ökosystem“ soll MediCade sein, eine neue digitale Plattform für die medizinische Cannabis-Therapie. Dahinter steht unter anderem die Kommunikationsagentur Wefra Life.

25 Drei Neue im Verzeichnis

Wir stellen mit „levindex“, „Smoke Free“ und „Kaia Rückenschmerzen“ – die 3 neuesten, sehr unterschiedlichen Mitglieder in der DiGA-Familie vor.

Kampagne

20 Der Point of Care zuhause

Einfach und nutzerfreundlich – das war das Ziel des Startups Medipee mit seiner Lösung für die digitale Urinanalyse. Die denkbaren Einsatzmöglichkeiten sind extrem vielfältig.

Profil

28 „Möglichmacher“

Unseren Fragen stellt sich Niklas Kurz, Chief Operating Officer bei Wefra Life.

Standards

3 Impressum

29 Digital Performance Index

8, 14, 15 News

4 Editorial

30 Werbemonitor

Hinweis

Diese Ausgabe enthält die Fachzeitschrift „Market Access & Health Policy“ (02/2023)

Impressum

Pharma Relations

Das Magazin für modernes Healthcare-Marketing
23. Jahrgang/ISSN: 1862-1694

Chefredaktion

Wolfgang Dame
Tel +49 341 98988 387
dame@pharma-relations.de

Redaktion

Jutta Mutschler
Tel +49 341 98988 386
mutschler@pharma-relations.de

Verlag

Gesundheitsforen Leipzig GmbH
Hainstraße 16, 04109 Leipzig
www.gesundheitsforen.net
redaktion@pharma-relations.de

Herausgeberin

Susanne Pollak

Verlagsleitung

Vicki Richter-Worch

Anzeigenmanagement & Abonnement

Chantal Lehmann
Tel +49 341 98988 381
lehmann@pharma-relations.de

Abonnement

„Pharma Relations“ erscheint elfmal jährlich. Der Preis für ein Jahresabonnement beträgt 162 EUR. Jahresvorzugspreis für Studenten gegen Vorlage einer Immatrikulationsbescheinigung: 81 EUR. Die genannten Preise verstehen sich zzgl. Versandkosten: Inland 19,99 EUR; Ausland 54 EUR. Preisänderungen vorbehalten. Die Abonnementdauer beträgt ein Jahr. Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn es nicht spätestens sechs Wochen vor Ablauf des Bezugsjahres schriftlich gekündigt wird.

Layout & Gestaltungskonzept

Christine Beschmidt

Druck

Kössinger AG & Co.KG
Fruehaufstraße 21
84069 Schierling
info@koessinger.de
Tel +49 9451 499140
Fax +49 9451 499101
Printed in Germany

Urheber- und Verlagsrecht

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Annahme des Manuskripts gehen das Recht zur Veröffentlichung sowie die Rechte zur Übersetzung, zur Vergabe von Nachdruckrechten, zur elektronischen Speicherung in Datenbanken, zur Herstellung von Sonderdrucken, Fotokopien und Mikrokopien an den Verlag über. Jede Verwertung außerhalb der durch das Urheberrechtsgesetz festgelegten Grenzen ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig. In der unaufgeforderten Zusendung von Beiträgen und Informationen an den Verlag liegt das jederzeit widerrufliche Einverständnis, die zugesandten Beiträge bzw. Informationen in Datenbanken einzustellen, die vom Verlag oder Dritten geführt werden. Die Verpackung dieser Zeitschrift ist bei www.verpackungsregister.org (LUCID) registriert unter: DE3360908810552

Auflagenmeldung

Mitglied der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IWW), Berlin
Verbreitete Auflage: 3.046
(IWW 3. Quartal 2022)

Partnerschaftlich und auf Augenhöhe ...

... sollte sich die Zusammenarbeit zwischen Pharma- und Medizintechnik-Unternehmen bzw. ihren Agenturen und Key Opinion Leadern gestalten, da sind sich die von uns befragten Kommunikationsexpertinnen und -experten aus Health-PR-Agenturen auf Seite 5 ff. einig. Ebenso darin, dass der oder die „richtige“ KOL nicht nur über wissenschaftliche Strahlkraft verfügt, sondern auch über bestimmte Soft Skills – „eine angenehme, positive, natürliche Erscheinung, die frei und pointiert redet, kommunikativ erfahren und humorvoll ist“, so beschreibt Dr. Torsten Rothärmel von Weber Shandwick das Idealbild. Wenn er oder sie dann noch Leidenschaft für das Thema mitbringt, steht einer langfristigen und erfolgreichen Zusammenarbeit eigentlich nichts im Weg.

Um Partnerschaft geht es auch im Know-how-Beitrag von Alfred Weidmann von Acxiom auf Seite 9. Er zeigt, welche Schritte man als Pharmaunternehmen gehen kann, um das Fachpersonal aus dem Gesundheitswesen in Zeiten von „On-Demand“-Lösungen mit hilfreichen und personalisierten Experiences zu unterstützen und ihm so das Leben erleichtern kann.

Wollen etablierte Unternehmen und Startups erfolgreich zusammenarbeiten, geht dies nur auf Augenhöhe – schließlich wollen beide Partner von der Kooperation profitieren. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) hat zu diesem Thema im vergangenen Jahr eine Umfrage unter Unternehmen durchgeführt. Wie solche Kooperationen aussehen können, zeigen beispielsweise die globalen Konzerne Bayer und Pfizer mit ihren Initiativen G4A bzw. Pfizer Healthcare Hub (Seite 18 f.).

Nach Partnern, insbesondere für Vertriebskooperationen, aber auch nach Investoren für die abschließende Finanzierungsrunde, sucht aktuell das Startup Medipee aus Moers mit seinem vielversprechenden Ansatz der digitalen Urinanalyse, der den Point of Care in diesem Bereich zu den Patienten nach Hause bringen würde (Seite 20 f.). Die Lösung aus Moers ist nicht nur einfach und nutzerfreundlich, sondern die denkbaren Einsatzmöglichkeiten sind äußerst vielfältig.

Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre!

Ihr Wolfgang Dame



Wolfgang Dame
Chefredakteur der Pharma Relations

MEDIPEE DIGITALISIERT DIE URINANALYSE

Der Point of Care zuhause

Einfach und nutzerfreundlich – das war von Anfang an das Ziel des Startups Medipee mit seiner Lösung für die digitale Urinanalyse. Bestehend daran: Die denkbaren Einsatzmöglichkeiten sind extrem vielfältig. Aktuell vor allem im präventiven Bereich, aber auch in Sachen Therapie-Adhärenz könnte die Medipee-Lösung neue Wege eröffnen. Aktuell sucht das Startup aus Moers nach Partnern und Investoren, um in die Serienproduktion gehen zu können.

„Urinkontrolle direkt auf der Toilette? Wer macht das denn?“, fragt Medipee-Geschäftsführer Frank Willems, um direkt auch die Antwort zu liefern: „Unsere große Vision bei Medipee ist es, dass die Urinanalyse bald so alltäglich ist wie das Zähneputzen.“ Dass es bis dahin voraussichtlich noch ein längerer



Mit einem ganz einfach anzubringenden Gerät ermöglicht Medipee die Urinanalyse zuhause. Quelle Medipee

Weg ist, ist ihm bewusst, aber die Idee hinter Medipee ist einleuchtend: „Alles, was oben reingeht, wird getrackt, aber keiner trackt, was unten herauskommt“, so Willems. Der Urin könne unglaublich viele Informationen liefern, daher sei die Anwendungsbreite „gigantisch“. Sie reiche vom Selfmonitoring-Markt über Pflegeeinrichtungen bis hin zu Ärztinnen und Ärzten, aber auch bis zur Pharmaindustrie und den Krankenkassen, die mit dem Medipee-Produkt Aufschluss über die Wirkungsweise von Medikamenten und die Therapietreue von Patientinnen und Patienten gewinnen könnten. Die Idee zu Medipee hatte Mitgründer

Thomas Prokopp vor dem Hintergrund einer tragischen Erfahrung: Seiner Großmutter musste ein großer Harnstein operativ entfernt werden, an den Spätfolgen der Operation verstarb sie schließlich, weil sie sich von diesem Eingriff und dem damit verbundenen Krankenhausaufenthalt nie wieder erholte. Für ihren Enkel war klar, hätte man den Harnstein mithilfe einer regelmäßigen Urinkontrolle früher erkannt, hätte dieser nie die Größe erreicht, die diesen schwerwiegenden Eingriff notwendig machte.

Mit seiner Idee, den Urin präventiv regelmäßig zuhause beim Toilettengang zu analysieren, überzeugte er den Medizintechniker und Business Angel Frank Willems, der bereits mehrere MedTech-Startups erfolgreich bis zum Exit geführt hat. Als dritter Gründer stieß Paul Bandi hinzu, der in Aachen im Rahmen seines Promotionsvorhabens zum Thema Rieselfilme forschte – Rieselfilme entstehen, wenn Wasser beispielsweise an einer Glasscheibe herunterläuft, aber eben auch beim Toilettengang. Von Anfang an das Ziel der drei Gründer: Die Lösung zur Urinanalyse sollte so nutzerfreundlich wie möglich sein. „Wir wollten den Point of Care nach Hause bringen“, so Frank Willems, „und das mit einer Plug & Play Lösung, die schnell anzubringen ist und keine baulichen Veränderungen an der Toilette notwendig macht.“



Entstanden ist ein etwa apfelgroßes Gerät, das mithilfe von Saugnäpfen außen an der Toilette angebracht wird. Dieses enthält ein Magazin mit Teststreifen, die auf bestimmte Substanzen im Urin mit Farbumschlag reagieren. Ein Drahtarm befördert einen Teststreifen in die Toilette hinein an eine Position, in der er beim Wasserlassen automatisch benetzt wird. Anschließend zieht der Arm den Teststreifen zurück und Sensoren kontrollieren ihn. Gibt es einen auffälligen Farbumschlag, erhält der User eine Nachricht in seiner indikationsbezogenen App auf dem Smartphone oder dem Tablet.

Die Nutzerin oder der Nutzer hat dabei nur minimalen Aufwand: Nach Anbringen der Hardware an der Toilette muss der Drahtarm nur einmal kalibriert werden, davon abgesehen muss lediglich das Magazin mit den Teststreifen gelegentlich ausgetauscht werden – „es ist im Grunde das Nespresso-Prinzip“, sagt Frank Willems schmunzelnd. Sogar die Entsorgung der Teststreifen erfolgt userfreundlich. Anders als die in Arztpraxen verwendeten Teststreifen besteht der Layer nicht aus Kunststoff, sondern aus Zellulose. Nachdem das Ergebnis abgelesen wurde, fallen sie einfach in die Toilette und lösen sich auf.

„Man kann aus dem Urin extrem viele Informationen gewinnen“, stellt Frank Willems fest. Bei zwanzig denkbaren Use Cases hätten er



Die Medipee-Gründer Frank Willems, Thomas Prokopp und Paul Bandi (v.l.n.r.). Quelle Medipee

und seine Mitgründer aber aufgehört zu zählen, denn nun gehe es für Medipee als Startup erstmal um die Finanzierung in einigen ersten Anwendungsbereichen. Dabei ist die Hardware immer dieselbe, die Teststreifen und die dazu gehörige App sind indikationsbezogen. Der erste Use Case mit der App „Uroli“ – die Teststreifen reagieren hier auf die Werte pH und spezifisches Gewicht – resultiert direkt aus der Gründungs-idee: Urolithiasis, die Entstehung von Harnsteinen. Laut Willems gibt es in Deutschland rund 120.000 Fälle pro Jahr, in denen diese Steine so groß sind, dass sie mechanisch in einer OP entfernt werden müssen. Vermeidbare Schmerzen für die Patientinnen und Patienten sowie unnötige Kosten für das Gesundheitssystem, wenn das Risiko frühzeitig erkannt würde. Aktuell schließt



Bei auffälligen Messwerten erhalten Nutzer eine Nachricht in der App. Quelle Medipee

Medipee gerade die Rekrutierung von Patientinnen und Patienten für eine mit dem BfArM abgestimmte Studie ab, denn hier strebt das Startup den Status einer DiGA an.

In „Uroli“ ist aber auch ein Miktionstagebuch enthalten: Wie viel habe ich getrunken, wie oft und wann habe ich uriniert und welche Farbe hatte der Urin? „Auf Wunsch vieler Urologen, mit denen wir in Kontakt stehen und für die Tagebücher in Papierform einen erheblichen Arbeitsaufwand darstellen, bieten wir das Tagebuch auch als eigenständige App ‚Mikta‘ an“, berichtet Willems. In die App wurde kürzlich auch eine Bezahlfunktion integriert.

Ein weiterer Anwendungsfall, der in Moers aktuell bearbeitet wird, ist das Thema Harnwegsinfektionen mit der App „Vivoli“ und den entsprechenden Teststreifen, die Nitrit und Leukozyten im Urin messen. Hier befindet sich Medipee aktuell in Gesprächen mit verschiedenen Krankenkassen, denn der Geschäftsführer könnte sich in diesem Fall ein Reimbursment über Selektivverträge vorstellen. Die Bandbreite an Themen, bei denen das Medipee-Produkt zum präventiven Einsatz kommen könnte, ist riesig. Naheliegender ist für Frank Willems zum Beispiel auch der Einsatz in Pflegeeinrichtungen oder bei pflegenden Angehörigen. Denn ältere Menschen tranken häufig zu wenig, was zu kognitiven Einschränkungen führe, und dieser Zustand werde dann häufig als Demenz fehlgedeutet. „Man weiß ja gar nicht, wie viele Stürze älterer Menschen vielleicht auf kognitive Einschränkungen,

die lediglich auf einer Dehydration beruhen, zurückzuführen sind. Mit einer Urinanalyse könne die Flüssigkeitsaufnahme ganz einfach verfolgt werden.“

Der präventive oder diagnostische Einsatz ist für Frank Willems in ganz vielen Fällen denkbar – und wichtig. Eine Proteinurie beispielsweise, die zu einem Nierenversagen führen könne, verursache kaum Symptome. Wenn sie dann festgestellt wird, sei es häufig schon zu spät. Mit der digitalen Urinanalyse in der eigenen Toilette könne sie dagegen frühzeitig erkannt werden. Auch die frühzeitige Diagnose einer Diabetes-Erkrankung, welche die Betroffenen sonst häufig erst sehr spät bemerkten, sei mittels Urinanalyse ganz leicht möglich. „Zu den Themen Diabetes und chronische Nierenerkrankungen hatten wir bereits mehrfach Anfragen eines großen Konzerns“, berichtet der Geschäftsführer.

Und das ist nur der diagnostische Bereich – „auch das Thema Adhärenz ist für uns extrem spannend“, betont Willems. Denn mithilfe der Urinanalyse könne ganz leicht nachverfolgt werden, ob sich Patientinnen und Patienten an die verordnete Medikation halten.

Bei Medipee in Moers hat man also fast unzählige Anwendungsbereiche im Blick. „Wir haben unser Produkt im vergangenen Jahr auf dem Kongress der Deutschen Gesellschaft für Urologie vorgestellt, und die Resonanz war extrem gut!“ Wegen des großen medizinischen Nutzens setzt das Moerser Startup bei der Vermarktung in erster Linie auf die Verordnung bzw. Empfehlung durch Ärztinnen und Ärzte. „Daher suchen wir aktuell potenzielle Vertriebspartner in den unterschiedlichen Indikationsbereichen“, so Willems.

Und nicht nur Vertriebspartner, sondern auch Kapital wird aktuell gesucht: In der aktuell laufenden abschließenden Finanzierungsrunde sucht das Startup nach Investoren, um mit der Hardware in die Serienproduktion gehen zu können.