

# Med.Tech

01  
11

In Kooperation mit dem Bundesverband Medizintechnologie e.V.

:::::BVMed



## Lobbying

MedInform griff ein heiß diskutiertes Thema auf. Aber trotz häufiger und massiver Kritik - ohne politisches Lobbying hakt's im gesellschaftlichen Getriebe.

## Marketing

Erfolgreich vermarkten - wer will das nicht. Was so selbstverständlich klingt, ist kompliziert genug. Die „2. Marketingkonferenz“ im April zeigt Wege auf.

## Wissen

Die Bevölkerung kennt „Röntgen“ - doch damit hat es sich auch schon. Jetzt gibt eine Studie ein genaues Bild über den Informationsstand der Bevölkerung.

**Titel**

**Nicht Manipulation, sondern Information**

Der BVMed lud zu seiner MedInform-Veranstaltung zum viel diskutierten Thema Lobbying ein. Das Interesse war groß, die Teilnehmer hochinteressiert. Die Referenten setzten sich mit den oft gehörten Vorwürfen zum politischen Lobbying auseinander, begründeten aus verschiedenen Blickrichtungen, aber nachvollziehbar, warum Lobbying unverzichtbar ist – vorausgesetzt, die Akteure sorgen für Transparenz.

15

„Für immer mehr User ist Facebook die absolute Basisnahrung, das Lebenselixier, die dominierende Facette der eigenen sozialen Wirklichkeit“.

Und:  
„Wer mit seinem Verband, seinem Unternehmen oder seinem Thema nicht stattfindet, kann das politische Geschehen auch nicht beeinflussen.“

Klaus Dittko (Scholz & Friends Agenda) auf der MedInform-Veranstaltung zum Thema Lobbying über die Bedeutung von Social Media.

1 S. 5

**Editorial**

**„Politisches Marketing: Gewusst wie!“**

Joachim M. Schmitt, Geschäftsführer und Vorstandsmitglied des BVMed, zu einem immer brisanteren Thema.

14

**Fotonachweis**

**Titelseite:**

©iStockphoto.com/cap53.



Einladung zur „2. Marketingkonferenz Medizintechnik“ am 5./6. April nach Köln

mehr 1 S. 11

„Die Studie macht deutlich, dass Innovationstransfer von fortschrittlicher Apparatemedizin bis zur Anwendung beim Patienten nicht nur fachlich überzeugte Ärzte als Anwender brauchen, sondern auch aktiv nachfragende und begehrende Bürger.“



Kernaussage von Prof. Dr. Gerhard F. Riegl zu der Studie über das Wissen der Bevölkerung zur „Apparatemedizin“

1 S. 11

**Report**

**Vernetzte Macht**

18

Auf der MedInform-Veranstaltung zum Lobbying setzte sich Klaus Dittko mit dem Thema „Wie das Web 2.0 und Bürgerengagement den Lobbyismus verändern“ auseinander.

**Motto: Erfolgreich vermarkten**

10

Unter dieser plakativen Headline lädt die „2. Marketingkonferenz Medizintechnik“ im April nach Köln ein. Die Referenten versprechen hochaktuelle und praxisrelevante Informationen zu einem immer wichtigen Thema zu präsentieren.

**Studie**

**„Röntgen? Kenn ich“ – und das war's**

11

Man hat es längst geahnt: Die Öffentlichkeit weiß viel zu wenig über die medizintechnische Versorgung in Krankenhäusern und Praxen. Doch was Genaues wusste man nicht - bis jetzt. Prof. Dr. Gerhard F. Riegl von der Hochschule Augsburg veröffentlichte jetzt eine umfangreiche, repräsentative Studie über den Informationsstand und das Informationsverhalten der Bevölkerung zur medizintechnischen Versorgung. Das Fazit: Es gibt viel zu tun.

**Standards**

**Impressum & Inhalt**

13

**Impressum**

Med.Tech - In Kooperation mit dem Bundesverband Medizintechnologie e.V. (BVMed)

Med.Tech erscheint als selbstständige Zeitschrift zusammen mit Pharma Relations - Das Magazin für modernes Healthcare-Marketing 10. Jahrgang/25Stk: 1862-1894

Jutta Mutschler  
mutschler@pharma-relations.de  
Wolfgang Dame  
dame@pharma-relations.de

Kilbstr. 119, 53111 Bonn  
Tel. +49-(0)228-76368-0  
Fax +49-(0)228-76368-01  
heisen@pharma-relations.de

sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn es nicht spätestens sechs Wochen vor Ablauf des Bezugsjahres schriftlich gekündigt wird.

Layout  
eRelation AG, Bonn

Druck  
Klasinger AG  
Friedrichstraße 21  
84069 Schierling  
info@kloessinger.de  
Tel. +49-(0)9451-499124  
Fax +49-(0)9451-499101  
Printed in Germany

Verlag  
eRelation AG - Content in Health  
Vorstand: Peter Stegmaier  
Kilbstr. 119, 53111 Bonn  
www.eRelation.org  
mail@eRelation.org  
Verlagsleitung  
Peter Stegmaier

Anzeigenleitung/Vertrieb/Abos  
Anke Heiser (verantwortlich für den Anzeigenteil)

Chefredaktion  
Peter Stegmaier  
(verantwortlicher Redakteur)  
Kilbstr. 119, 53111 Bonn  
Tel. +49-(0)228-763680-0  
Fax +49-(0)228-763680-1  
stegmaier@pharma-relations.de

Redaktion  
Christof Schumacher  
schumacher@pharma-relations.de

**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 Mikrofilmen an den Verlag über. Jede Verwertung außerhalb der durch das Urheberrechtsgesetz festgelegten Grenzen ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig.

In der angeforderten Zuordnung 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.  
**Auflagenmeldung**  
„Pharma Relations“ Mitglied der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IWW), Berlin; Verbreitete Auflage: 3.067 (IWW 4. Quartal 2010)



Studie zum Informationsstatus der Bevölkerung über „Apparatemedizin“

## „Röntgen? Kenn ich“ – und das war's

Das Wissen über gesundheitsrelevante Vorgänge und das Interesse an solchen Informationen in der Bevölkerung ist alles in allem gut erforscht. Drei globale Aussagen dürfen als Quintessenz gelten: Das Interesse an gesundheitsrelevanten Informationen ist über alle Altersstufen hinweg groß und nimmt zu. Das Wissen über pharmazeutische und medizinische Prozesse ist in der Allgemeinbevölkerung in Relation zu anderen gesellschaftlichen Themenfeldern relativ hoch. Und schließlich, das Engagement, aktiv und selbst gesteuert auf Informationssuche zu gehen, ist stark und gewinnt bei allen Altersgruppen an Dynamik. Dies gilt für die pharmazeutische und ärztliche Versorgung. Im Bereich der medizintechnologischen Versorgung indes besteht ein deutliches Wissensloch, allenfalls bruchstückhafte Erkenntnisse liegen vor. Dieses Wissensloch über die oftmals negativ apostrophierte Apparatemedizin in der Bevölkerung wollte jetzt Siemens Healthcare genauer erforschen.

Ein studentisches Team der Hochschule Augsburg präsentierte jetzt unter Leitung von Prof. Dr. Gerhard F. Riegl eine Untersuchung mit knapp über 1.000 erwachsenen Bundesbürgern. Das Kernergebnis lautet: Alle Menschen wollen fortschrittliche Medizin und diese ist heute auch technikbasiert. Zwei Drittel der Bürger fühlen sich jedoch über Möglichkeiten der apparativen Medizin unterinformiert. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Hochschulgruppe das ehrgeizige Ziel, mit der Studie zur Förderung einer Mitverantwortung des souveränen Bürgers, „speziell auf dem Gebiet der apparativen Medizin und insbesondere in der Prävention“ beizutragen. Untersuchungen dieser Art seien ein Beitrag „zur viel propagierten besseren ‚Mensch-Technik-Kooperation‘ am Beispiel des Gesundheitssektors“. Für Riegl machen die Ergebnisse deutlich, dass „Innovationstransfer von fortschrittlicher Apparatemedizin bis zur Anwendung beim Patienten nicht nur fachlich überzeugte Ärzte als Anwender brauchen, sondern auch aktiv nachfragende und begehrende Bürger“. Medizintechnik-Hersteller benötigten folglich einen neuartigen Kommunikationskanal zum Endverbraucher.

Die Studie wurde im Herbst vergangenen Jahres schriftlich durchgeführt. Von den teilnehmenden Personen ordneten sich selbst 38 Prozent als gesund und 60 Prozent als krank ein. Die Studie bestätigte erneut das hohe Interesse an Gesundheitsthemen: 86 Prozent der Bürger stimmten einer dementsprechenden Frage zu. An medizintechnischen Themen ist die Bevölkerung indes „nur“ zu 72 Prozent interessiert. Das ist zweifellos hoch. Das Interesse steigt, sobald die Menschen mit apparativer Medizin in Berührung kommen. Insgesamt fühlen sich

jedoch 68 Prozent der Menschen heute nicht genug über medizinische Apparate informiert. Dieses Informationsdefizit und die Intransparenz machen Patienten unsicher, verhindern Gespräche mit Ärzten auf Augenhöhe, heißt es von der Studiengruppe. Die Inanspruchnahme von Vorsorgeuntersuchungen könnten vernachlässigt werden, zum Beispiel bei der Vorsorge für Männer.

Drei Hauptthemen bewegen die Bürger, wenn es um ihre Gesundheit geht: Aufklärung zur Prävention und Früherkennung mit 67 Prozent, konkrete Informationen zur Behandlung spezieller Krankheitsbilder mit 70 Prozent und die Funktionsweisen medizinischer Apparate (zum Beispiel Ultraschall, CT, Röntgen) mit 28 Prozent. Während sich Frauen am stärksten für Prävention interessieren, suchen Männer deutlich stärker nach Informationen zu speziellen Behandlungsmöglichkeiten oder zur Funktionsweise medizinischer Apparate.

Es ist gut nachvollziehbar, dass die persönliche Inanspruchnahme medizinischer Leistungen das Interesse an dieser Technik weckt. 82 Prozent der Bürger hatten im Durchschnitt in den letzten 12 Monaten 2,4 mal mit apparativen Untersuchungen oder Behandlungen zu tun („Gesunde“ 1,6 mal und „Kranke“ 2,9 mal). 17 Prozent hatten keine Intervention durch medizinische Apparate. Es gibt 15 Prozent „Vielnutzer“ mit mehr als viermaligem Apparate-Einsatz in 12 Monaten. Gegenüber dem Durchschnittsbürger liegt das Interesse an Technik-Informationen bei den Interessierten um 32 Prozent höher.

Die meisten Erfahrungen sammeln die Bürger auf dem Gebiet der Apparatemedizin bei Fachärzten mit 87 Prozent. Dass die Bevölkerung zu 73 Prozent ihre „apparative Erfahrung“ aus dem Krankenhaus bezieht, ordnet die Studiengruppe als „überraschend“ ein, das ist es aber nicht. Aber wer hätte gedacht, dass der



Zahnarztbesuch bei 67 Prozent der Befragten die Assoziation zu „Apparatemedizin“ nährt? Der Hausarzt trägt dazu „nur“ mit 52 Prozent bei – ein kleiner Beweis dafür, dass die hausärztliche Versorgung immer noch die Domäne der „sprechenden Medizin“ ist. 95 Prozent der Männer und Frauen sammelten ihre häufigsten Apparateerfahrungen mit Röntgengeräten. Dies sei „quasi die Mutter der Apparatemedizin“. Die größten Steigerungen des medizintechnischen Informationsinteresses werden durch selbst erlebte MRT-Untersuchungen (Magnetresonanztherapie) oder Bestrahlungen ausgelöst. „Ultraschall“-Behandlung ist Frauen präsenter, „übertroffen“ von Erfahrungen aus der Mammographie, die interessanterweise auch bei vier Prozent der Männer vorhanden sind.

Die Studie konnte belegen, dass das Ausmaß von gefühlten „Informationsdefiziten“ abhängig vom Bildungsgrad ist. So gaben Abiturienten zu 46 Prozent zu Protokoll, nicht ausreichend informiert zu sein, aber Nicht-Abiturienten nur zu 35 Prozent. Ähnlich vermeiden „Vielnutzer“ 25 Prozent mehr Aufklärungsbedarf als „Wenignutzer“ von Medizintechnik. Bei den sogenannten „unterinformierten Bürgern“ lauteten die drei meist vermissten Aufklärungsthemen: Informationen zur Strahlendosis mit 23 Prozent, Informationen zum Ablauf von Untersuchungen mit 22 Prozent und Informationen zum technischen Stand der Apparate mit 21 Prozent. Das Interesse am technischen (Entwicklungs-)Stand der medizintechnischen Geräte ist bei Privatversicherten mit 27 Prozent gegenüber 18 Prozent bei gesetzlich Versicherten besonders ausgeprägt. Verständlich, dass „Vielnutzer“ von Apparatemedizin mit 24 Prozent gegenüber „Wenignutzern“ mit nur 15 Prozent ebenfalls ein ausgeprägtes Interesse an technischer Entwicklung haben.

Wenn es um Gesundheitsthemen geht, hat jeder Erwachsene im Schnitt 1,8 persönliche Informationsgeber und im Schnitt 2,0 mediale Quellen. Es bestätigt sich erneut, dass Menschen unter 50 Jahren generell mehr Informationskanäle nutzen als ältere. Und es bleibt auch in der medizintechnologischen Versorgung dabei: Der meistgenannte persönliche Informationsgeber ist für 86 Prozent der Befragten immer noch der Arzt, danach folgen für 48 Prozent der Befragten Freunde und Verwandte.

Bei den Medien sind die drei meist ge-

nannten Gesundheitsinformationsquellen: Zeitungen und Zeitschriften mit 62 Prozent, an zweiter Stelle bereits das Internet mit 59 Prozent und an dritter Stelle TV/Radio mit 46 Prozent. Bürger, die sich als gesund einstufen, gehen zu 38 Prozent häufiger zur Klärung ihrer Gesundheitsfragen ins Internet als Kranke. Dafür nutzen Kranke deutlich mehr die klassischen Medien wie Zeitschriften, Zeitungen und TV/Radio. Die Internet-Nutzung wollte die Studiengruppe genauer analysieren: 67 Prozent der Befragten greifen auf das Internet zu, aber noch eher passiv in Form von Lesen oder Ausdrucken. Lediglich 10 Prozent beteiligen sich im Internet interaktiv bei Gesundheitsfragen nach den Dialogprinzipien von Web 2.0. Je höher der Wissensstand über Apparatemedizin ist, desto stärker wird das interaktive Verhalten. So wurden bei Bürgern mit gutem Wissen zur Medizintechnik 40 Prozent mehr interaktive Internetnutzung gemessen als bei Bürgern mit geringerem Wissensstand.

Allen Internetnutzern ist die Frage nach der Glaubwürdigkeit der bevorzugten Quellen ihrer Recherche ein gemeinsames Problem, dass ausgewählte Seiten bzw. das Informationsangebot vom Nutzer in aller Regel nicht auf ihre Seriosität hin überprüft werden können. Die Nutzer gehen zu 96 Prozent bei ihrer Suche über Google. 43 Prozent klicken direkt Wikipedia an, aber ein Drittel der Nutzer auch direkt das Informationsan-

gebot von Medizintechnikherstellern. Die Homepages von Ärzten und Kliniken werden immerhin zu 27 Prozent von den Nutzern besucht (vgl. Abb.). Prof. Riegl kommentiert das Ergebnis so: „Im Zeitalter von Web 2.0 schwindet die Aufklärungshoheit der Ärzte und Kliniken bei Patienten, wenn es um Details zu medizinischen Apparaten geht.“

Die Tatsache, dass ein Drittel der Nutzer die Internet-Seiten von Herstellern nutzen, veranlasst die Studiengruppe zu dem Fazit: „Der Trend zur Information aus erster Hand bringt neue Herausforderungen für Hersteller im Gesundheitssektor, die sich bisher hauptsächlich auf Anwender und auf Absatzmittler (Ärzte und Kliniken) konzentriert haben. Künftig rückt die gemeinsame Kommunikation mit Endverbrauchern und Patienten mehr als bisher in den Fokus.“ Dr. Michael Meyer, Vice President Clinical Products bei Siemens HealthCare, zieht auf Nachfrage aus Sicht der Industrie und des Sponsors den Schluss, der in die gleiche Richtung zielt: Die Studie zeige klar und unmissverständlich, dass „sowohl die Fach- wie die Patienten-Ebene weiterführende Informationen zur Apparatemedizin erwarten“. Für Siemens als führender Hersteller gerade bildgebender Verfahren bedeute das Verantwortung und Verpflichtung zugleich: „Ärzte wie Patienten suchen objektive Orientierung.“ Dieser Verpflichtung müsse sich die Industrie insgesamt mehr denn je widmen. ■

## Veranstaltungen des BVMed

» MedInform-Lounge: „**Strategie-seminar für MedTech-Unternehmen - In zehn Schritten zur erfolgreichen Medienarbeit**“, Berlin, 15. März, Berlin, Teilnahmegebühr 395 €.

» MedInform-Konferenz: „**Klinische Prüfung von Medizinprodukten und Medizinprodukte-Sicherheitsbeauftragter**“, 17. März, Hotel Ginnewig Bristol, Bonn, Teilnahmegebühr 495,00 €.

» MedInform-Veranstaltung: „**Datenschutz im Gesundheitsmarkt**“, 24. März, Aesculap-Akademie, Berlin, Teilnahmegebühr 395,00 €.

» MedInform-Workshop: „**Das Vergaberecht der öffentlichen Hand für Bieter 2011**“, 5. April, Berlin, Teilnahmegebühr 295 €.

» BVMed-Symposium: „**Medizinprodukterecht**“, 06. April, nur für BVMed-

Mitglieder, Anmeldung erforderlich.

» MedInform-Seminar: „**Online-Kommunikation in der MedTech-Branche**“, 12. April, MedInform-Lounge, Berlin, Teilnahmegebühr 395 €.

» Exklusiv-Workshop: „**Krisenkommunikation - Wenn es brenzlich wird: Professioneller Umgang mit kritischen Medienberichten, Rückrufen oder potentiellen Krisen**“, 17. Mai, MedInform-Lounge, Berlin, Teilnahmegebühr 595 €.

» 7. Kommunikationskongress Medizintechnologie - Kommunikation 2015: „**Wie Social Media und gesellschaftlicher Wandel die Unternehmenskommunikation verändern**“, 06./07. Juni, Hotel Radisson Blu, Leipzig, Teilnahmegebühr 495,00 €.

Anmeldung & Infos: Antje Kuschel, kuschel@bvmed.de.