



HealthTech: Technologien für Gesundheit

HealthTech – das sind Technologien für Gesundheit. Die Weltgesundheitsorganisation WHO definiert den Begriff als „Anwendung von organisiertem Wissen und Fähigkeiten in Form von Geräten, Medikamenten, Impfstoffen, Verfahren und Systemen zur Lösung eines Gesundheitsproblems und zur Verbesserung der Lebensqualität“. Damit können ganz unterschiedliche Dinge gemeint sein, beispielsweise Wearables, die Körperfunktionen überwachen oder intelligente Assistenzsysteme zum Erhalt der Selbstständigkeit aber auch die elektronische Patientenakte (EMR/EHR). Getrieben wird die Entwicklung von HealthTech durch Big Data, Blockchain und künstlicher Intelligenz (KI) sowie hochentwickelte Sensoren.

Doch der Motor hinter der voranschreitenden Entwicklung ist die Digitalisierung *Fortsetzung Seite 3*

INHALT

Digitalisiertes Gesundheitswesen: Schleppende Einführung

Auf dem 10th World Health Summit und bei der EU-Kommission wird diskutiert, wie Gesundheitssysteme digitalisiert werden sollen. Seite 6

Social Media: Eine Gefahr für unsere Gesundheit?

Auf Social Media-Plattformen existiert eine große Fülle an gesundheitlichen Fake News, die schädliche Auswirkungen haben könnten. Seite 8

Vernetzung: Arzt wichtigster Vermittler

Viele Patienten würden Technologien zur vernetzten Versorgung nutzen, wenn ihnen der behandelnde Arzt das empfiehlt. Seite 9

Digitale Mitarbeiterkommunikation: „Demokratisierung des Wissens“

Auch Pharmaunternehmen nutzen für die interne Kommunikation überwiegend digitale Plattformen. Seite 14

Arzt und Computer: Am häufigsten in der Praxis

Die Nutzung digitaler Geräte durch Ärzte nimmt zu. Seite 19

RUBRIKEN

Aktuell	3
Pharma-Kommunikationsausgaben-Index	4, 5
Editorial	5
Gesundheitspolitik	6
Personen	10
Public Relations	14
Zielgruppe	19
Markt	20
Agenturszene	21
MT-Report:	
Special Medizintechnik	25

mit der Projektplanung über das browserbasierte Tool „Smartsheet“, in dem jederzeit aktuelle Projektstände eingesehen und Ergänzungen gemacht werden können. Smartsheet wird von unseren Kunden auch intern verwendet, beispielsweise um Terminabsprachen für die diversen Umlaufprozesse abzustimmen.

Ein anderes Software-Tool, welches für die interne Kommunikation und die soziale Interaktion immer mehr an Bedeutung gewinnt, ist Jira (von Atlassian). Jira stellt ein sehr umfassendes und kollaboratives Werkzeug für die Zusammenarbeit dar. Beispielsweise können mit sogenannten Jira-Tickets einzelne Aufgaben im Prozess erfasst, Änderungswünsche geäußert, User Stories entwickelt oder Ressourcen geplant werden. Jira ist mittlerweile nicht mehr exotisch, sondern wird vermehrt im Tagesgeschäft eingesetzt – Tendenz steigend. Mit Hilfe von Jira können agile Arbeitsprozesse sehr gut abgebildet werden und es ist jedem Mitglied eines Projektteams sehr transparent, woran gerade gearbeitet wird und wie der aktuelle Stand der Dinge ist.

Für den Wissenstransfer wird das Jira-Schwesterprodukt, Confluence,

verwendet (derselbe Hersteller). Confluence ist eine Art internes Wikipedia, bei dem Sachverhalte und Projekte dokumentiert werden: Von der Kontaktdaten-Verwaltung über die Projekthistorie bis hin zu Protokollen von Telefonaten und Workshops. Die enge Verknüpfung mit Jira ist sehr sinnvoll, da die eher statischen Informationen aus Confluence – einmal erstellt, aber selten oder gar nicht mehr geändert – mit den ständig aktualisierten Informationen aus Jira zusammenfließen können und erst dann das „große Ganze“ ergeben.

Für die reine Kommunikation hat sich Slack bewährt. Slack funktioniert ähnlich wie WhatsApp, ist aber rein auf die professionelle Kommunikation optimiert. Pro Projekt können sogenannte Channels erstellt werden, auf die nur bestimmte Personen oder Gruppen Zugriff haben. Der Kommunikationsfluss erfolgt auch hier sehr schnell, in Echtzeit. Der Nachteil: Wenn man in viele Projekt-Channels eingebunden ist, erhält man auch entsprechend viele Nachrichten in den Chats. Wie bei der E-Mail-Kommunikation ist es auch hier wichtig, sich zu fokussieren und die Gruppen nicht zu groß zu fassen.

schnell verbreiten lassen. Arbeitsplätze verlagern sich. Flexibilität, nicht nur bezogen auf die Arbeitszeit, sondern auch auf den Arbeitsort, ist wichtig. Apps, Messenger, Chats, Kollaborations-Tools und soziale Medien werden immer beliebter, um die weit verteilte Belegschaft zu erreichen. Mobile, digitale Kommunikationslösungen verbinden Mitarbeiter, Abteilungen, Standorte.

Mitarbeiter-Empowerment

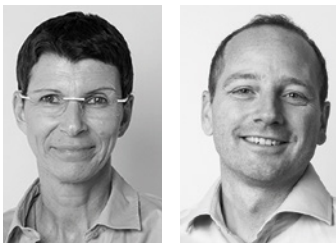
Multi-Channel-Plattformen und künstliche Intelligenz (KI) verbessern die Zusammenarbeit zwischen Außendienst und Innendienst, Mitarbeitern und Vorgesetzten, Front und Back Office. Um echten Mehrwert für alle Beteiligten, inklusive der Kunden, zu generieren. Sie sind ein wesentlicher Faktor für den Unternehmenserfolg. Neben dem Transfer von Wissen und der Analyse und Bereitstellung von Daten können sie motivieren, verbinden, die Identifikation mit dem Unternehmen schaffen bzw. weiter fördern und so die Produktivität steigern.

In der digitalen Mitarbeiterkommunikation geht es nicht nur um Information. Es geht um Zusammenarbeit, Teams, Teilhabe, Dialog, Austausch, Gehör finden. Um den Transfer von Wissen, dem Steuern von Themen, dem Schaffen transparenter Strukturen. Um Interaktion und Feedback sowie die Verbesserung von Prozessen, Produkten und Dienstleistungen.

Ganzheitliche Multi-Channel-Kommunikation mit und zwischen den Mitarbeitern wird auch in der Pharmaindustrie angesichts steigender Herausforderungen zunehmend akzeptiert. Dazu tragen unter anderem veränderte Präferenzen und Informationsbedürfnisse der Ärzte und Patienten sowie aller an der medizinischen Versorgung Beteiligten bei.

Die Bedeutung und vor allem das Verständnis für die Möglichkeiten der digitalen Mitarbeiterkommunikation hat in Pharmaunternehmen deutlich zugenommen – interessanterweise hat hier die Auseinanderset-

Digitale Transformation in der Mitarbeiterkommunikation



von Elke Janson, Kundenberaterin bei Schmittgall HEALTH und Julian Schmittgall, Geschäftsführer von Schmittgall Tower 5

Die Digitalisierung hat Unternehmen verändert. Nicht nur Geschäftsmodelle und Unternehmenskultur, sondern auch die interne und externe Organisation sowie die Form der Kommunikation mit den Mitar-

beitern und zwischen den Mitarbeitern.

Moderne Mitarbeiterkommunikation ist social, digital, mobil

Große Unternehmen wie Coca-Cola und Continental haben ihre interne Kommunikation schon seit geraumer Zeit digital fit gemacht. Auch kleinere Unternehmen aus dem medizintechnischen Bereich haben die Vorteile der digitalen Mitarbeiterkommunikation als wesentlichen Bestandteil ihres Erfolges bereits erkannt und entsprechend gehandelt.

Um die heutigen Mitarbeiter zu erreichen, müssen Informationen kurz und präzise sein und sich

zung mit der DSGVO für viel Aufklärung gesorgt. Dennoch ist noch viel Raum für Entwicklung.

Multi-Channel Kommunikation in der Mitarbeiterführung soll helfen, effektiver zu kommunizieren, eine bessere Mitarbeiterbindung und Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen zu erreichen und damit – am Ende des Tages – die Produkt-Umsätze zu steigern. Was Unternehmen wie Coca-Cola erfolgreich bewiesen haben. Dennoch sehen wir starke Vorbehalte in den Führungsebenen, bedingt durch eine vermeintliche „Angst“, die Mitarbeiter könnten eine stärkere digitale Vernetzung als Kontrolle betrachten.

Ausblick

Wir sind sicher, dass zunehmend stimmige und positive Erfahrungen in der modernen Mitarbeiterkommunikation dazu führen werden, dass immer mehr Unternehmen und deren Mitarbeiter die echten Mehrwer-

te der vernetzten Kommunikation erkennen. Sei es über Videos, Blogs, Posts, Chatbots, Apps und soziale Netzwerke, bei denen Mitarbeiter zu Redakteuren werden. Auch Gamification ist ein Aspekt, um Lernprozesse spielbasiert zu unterstützen und die Möglichkeit zu bieten, sich gegenseitig herauszufordern.

Mitarbeiter in den Mittelpunkt zu stellen ist nicht nur authentischer. Es stärkt auch die Arbeitgebermarke und macht ein Unternehmen attraktiv für High Potentials. Die Welt der internen Kommunikation verändert sich rasend schnell. Neue, innovative Tools, moderne Strategien, neue Erkenntnisse. Was am Ende überzeugt sind organisatorische Flexibilität, Nutzen von Synergien und Erfahrungen, aktiver Austausch, schnelle Information wann immer und wo immer der Mitarbeiter es möchte, Quick-Wins und weniger Aufwand bei mehr Erfolg für den/ die jeweiligen Mitarbeiter/ in.

Grünenthal digital vernetzt zum Wohle der Patienten



von *Barbara Wünschmann, Global Communications, Digital Communications Editor, Intranet, Grünenthal*

Mehr als 5.200 Mitarbeiter in 32 Ländern und aus allen Unternehmensbereichen von Grünenthal arbeiten gemeinsam daran, das Leben von Patienten durch neue, wirksame Medikamente zu verbessern. Ein enger Austausch ist dabei unabdingbar. Gestärkt wird die interne Zusammenarbeit seit Anfang des Jahres durch „MyGrünenthal“, das neue Social Intranet des Unternehmens.

Talente, Knowhow, Stärken und Interessen

Wie heißt nochmal der Kollege in Santiago de Chile, der für das Pro-

jekt xy zuständig ist? Hat schon mal jemand das Problem ABC gehabt? Spielt in Aachen jemand mit mir Tennis? Die Basis des Social Intranets sind die Profiseiten aller Mitarbeiter weltweit. Ansprechpartner finden, Austausch starten, auf Expertise zurückgreifen – das geht ganz einfach mit MyGrünenthal.

Ein weiteres zentrales Element ist der redaktionierte Newsbereich für übergreifende Unternehmensnachrichten, die Mitarbeiter „ liken“ und kommentieren können. Neben diesen Likes, Kommentaren und Fragen, zeigen auch eigene Beiträge in den zahlreichen Communities, was die Mitarbeiter an ihrem Arbeitsplatz bei Grünenthal bewegt. Eine auf Vertrauen basierende Unternehmenskultur schätzt das Feedback seiner Mitarbeiter und nutzt es zur Weiterentwicklung.

Mit Wissenstransfer flexibel und agil auf die Herausforderungen des Marktes reagieren

Die direkte Interaktion über Ländergrenzen, Abteilungs- und Hierarchieebenen hinweg stärkt das Wir-Gefühl und dient dem Austausch von Best Practice zu den unterschiedlichsten Themen, sei es die Interaktion mit Patientengruppen, Trainings zu Compliance-Fragen, qualitätssteigernde Maßnahmen oder Vorschläge zu Prozessverbesserungen. Wissenstransfer ist essenziell für ein Unternehmen wie Grünenthal, das flexibel und agil auf die Herausforderungen des Marktes reagieren will.

Natürlich steht MyGrünenthal auch mobil zur Verfügung. Egal wo Mitarbeiter arbeiten, ob im Außendienst, im Home Office oder auf Dienstreise, über die MyGrünenthal App haben sie jederzeit einen sicheren Zugriff auf die zentrale Wissens- und Kommunikationsplattform des Unternehmens.

MyGrünenthal fördert auch die private Vernetzung

Erfolg und Wohlbefinden der Mitarbeiter basieren auf einem ausgewogenen Verhältnis von Arbeits- und Privatleben. MyGrünenthal fördert auch die private Vernetzung, sei es über Sport, kulturelle Initiativen oder das Austauschen von Freizeitmöglichkeiten an den verschiedenen Unternehmensstandorten. Auch für solche Themen haben Mitarbeiter eigene virtuelle Räume auf MyGrünenthal geschaffen. Die Plattform ist inzwischen ein integraler Bestandteil der modernen Arbeitswelt bei Grünenthal.