

MOBILE MEDIEN SIND EIN WICHTIGER BAUSTEIN DER INTEGRIERTEN MEDICAL EDUCATION

Untersuchung: Fast 60 Prozent der Ärzte zeigen Bereitschaft für mobile Fortbildungsprogramme

Die Pharmakommunikation wandelt sich durch den immer größeren Einfluss digitaler Medien seit einigen Jahren immens. Gerade mobile Endgeräte finden heutzutage eine immer weitere Verbreitung – nicht nur in unserer Gesellschaft, sondern gerade auch bei Ärzten, Apothekern oder anderem Fachpersonal, die zur Optimierung ihres täglichen, teilweise „hektischen“ Alltages, zur Information, Kommunikation, aber auch im Rahmen der Fortbildung immer häufiger darauf zurückgreifen.

Obwohl der Nutzen dieser Medien in der Kommunikation mit Ärzten lange Zeit in Frage gestellt wurde, so spielen heute digitale und mobile Kommunikationsangebote eine immer wichtigere Rolle.

Für die Medical Education ergeben sich durch die Welt der Smartphones und Tablet PCs ganz neue Potentiale und Einsatzmöglichkeiten. Durch die Anwendung des sogenannten „Mobile Learnings“ entstehen im Rahmen integrierter Medical-Education-Programme innovative und wesentlich nachhaltigere Fortbildungsprogramme – mit höherer Frequenz, individueller Ansprache einerseits und Nutzung rund um die Uhr von überall auf der Welt andererseits.



Olaf H. Just ist Chief Operating Officer bei s&k in Freiburg. Der studierte Betriebs- und Volkswirt mit dem Schwerpunkt Gesundheits- und Krankenhausmarketing und -management ist seit über zehn Jahren im Pharma-Marketing tätig. Seine berufliche Laufbahn begann er im Marketing bei Pirelli Reifen, Breuberg, und später als Direktmarketing-Spezialist bei Compr Marketing Service GmbH, Untergruppenbach. Seit 2000 ist Olaf H. Just bei der Agentur Strategie & Kommunikation GmbH, Freiburg, tätig, die 2004 durch Einbindung in die Grey Healthcare Group zu s&kGrey wurde. Nach vier Jahren als Managing Director ist er seit 2008 COO der u.a. auf Medical Education und Digital spezialisierten Agentur s&k.

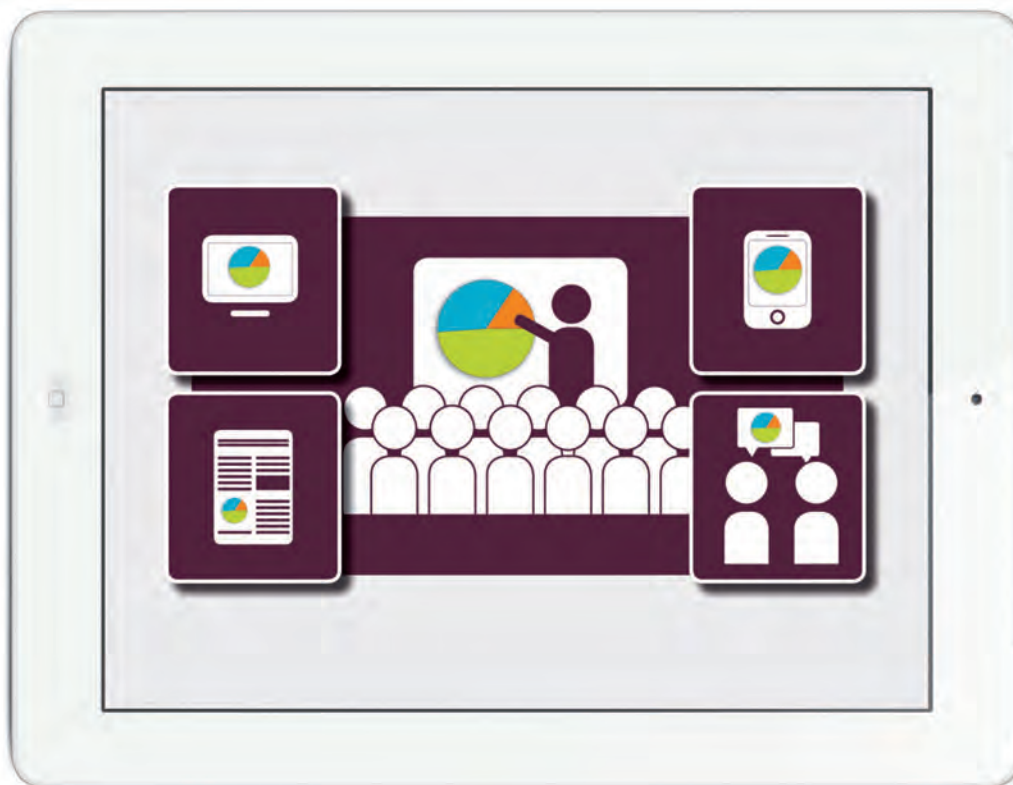


Abbildung 1: Nachhaltige Wissensvermittlung eines Themas über verschiedene Medien

Ergebnis einer Studie: Mobile Fortbildungsangebote sind für Ärzte interessant

Fast jeder Arzt besitzt mittlerweile ein Smartphone, auch Tablet PCs verbreiten sich schnell. Mit ihren mobilen Endgeräten sind die meisten oft im Internet oder versenden E-Mails. Zur Fortbildung werden die Geräte dagegen momentan noch wenig genutzt – die Bereitschaft, an mobilen Fortbildungen teilzunehmen, ist aber sehr hoch. Viele können sich vorstellen, dies künftig zu tun, wenn es interessante und zertifizierte mobile Fortbildungen gäbe.

Aufschlüsse zum Potential von „Mobile Medical Education“ gibt eine Studie¹, die Mitte 2011 von Katrin Morlok und Olaf H. Just bei 120 Ärzten (überwiegend klinisch tätige Psychiater und Hämatologen/Onkologen) während zweier indikationsspezifischer Fortbildungsveranstaltungen durchgeführt wurde. Die Untersuchung liefert detaillierte Informationen darüber, wie sich die befragten Ärzte fortbilden, über welche mobilen Endgeräte sie verfügen, wie sie diese verwenden und wie sie den Nutzen eines Fortbildungsprogramms einschätzen, bei denen ihr mobiles Gerät zum Einsatz kommt.

¹ Mobile Medical Education – Eine Analyse zum Nutzerverhalten von Mobilien Endgeräten und Medical Education bei Ärzten. Katrin Morlok (Studentin DHBW Ravensburg), Olaf H. Just (COO s&k GmbH); s&k GmbH 2011

Fachbuch / Fachzeitschrift weiter Fortbildungsmedium Nr. 1

Wie auch die LA-MED 2011² zeigt die s&k-Untersuchung, dass Ärzte zur täglichen Fortbildung noch immer am häufigsten zum Fachbuch oder zur Fachzeitschrift greifen. Fast 85 Prozent der Befragten nutzen diese Medien „oft“ oder sogar „sehr oft“. Einen ebenfalls hohen Stellenwert haben Fortbildungsveranstaltungen. Alle Befragten besuchen Fortbildungsveranstaltungen regelmäßig – ab und zu (39,5 Prozent), oft (60,5 Prozent) oder sehr oft (16 Prozent).

² LA-MED API-Studie und Facharzt-Studie 2011; www.la-med.de

Sich mit Hilfe digitaler Medien fachlich und wissenschaftlich auf dem Laufenden zu halten, spielt bei den befragten Spezialisten (noch) keine gleich große Rolle wie die „klassischen“ Fortbildungswege. Online bilden sich 15,1 Prozent der Befragten oft oder sogar sehr oft fort. Ein Viertel (25,5 Prozent) nutzt den Weg übers Internet ab und zu, ein weiteres Viertel selten oder wenig, und ein Drittel bildet sich online gar nicht fort. Von E-Learnings oder dem – ausschließlich industriegesponserten – E-Detailing wird nur wenig Gebrauch gemacht. Jeder Zehnte nutzt diese Medien sehr oft oder oft, 16,3 Prozent ab und zu, 48,1 Prozent gar nicht, die übrigen selten oder wenig.

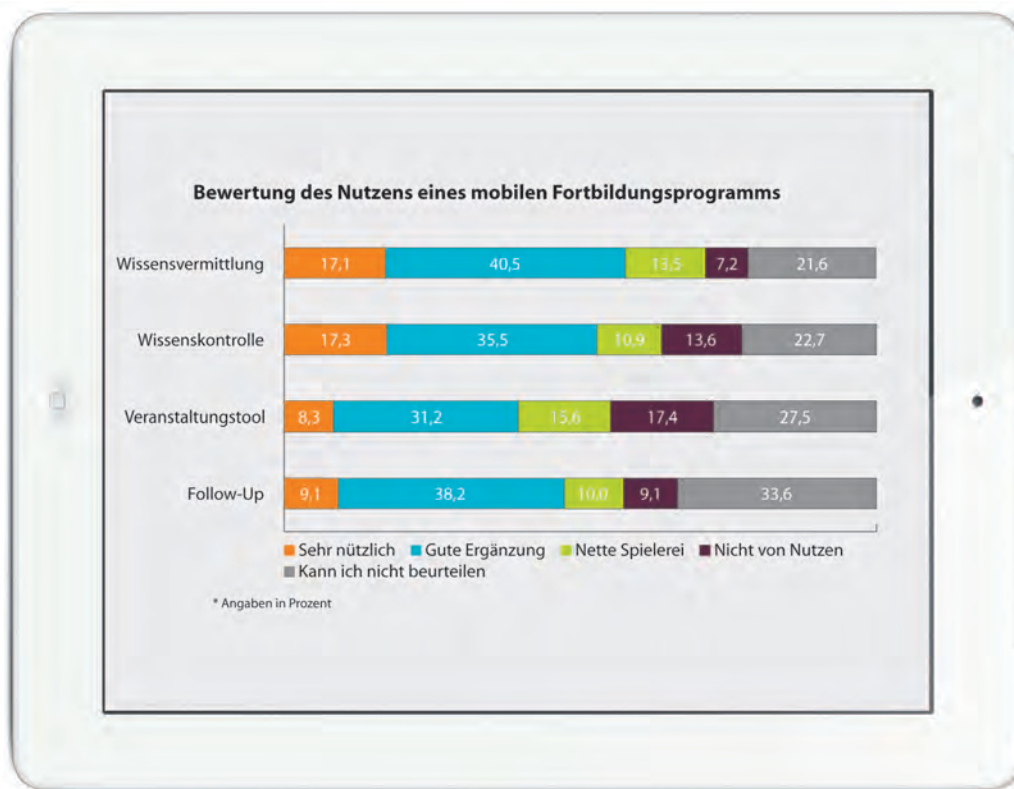


Abbildung 2: Studie s&k GmbH 2011 (n=120)

Zwei Drittel der Ärzte mobil erreichbar – ein Drittel bereits auch mobil online

Wer Ärzte mit Fortbildungsangeboten mobil erreichen will, kann sich darauf verlassen, dass die nötige Hardware weit verbreitet ist. Von den befragten Fachärzten auf den beiden Veranstaltungen haben 58,8 Prozent ein Mobiltelefon, weitere 33,1 Prozent ein Smartphone. Einen Tablet PC besitzen 26,3 Prozent und 11 Prozent ein iPad. Außer zum Telefonieren werden Mobiltelefon, Smartphone & Co. auch für SMS/MMS (87,2 Prozent), Internet (84,8 Prozent) und den E-Mail-Austausch (82,9 Prozent) genutzt und zwar erstaunlich häufig. So geht mehr als die Hälfte der Befragten täglich ins Internet (51,8 Prozent) oder sendet oder empfängt E-Mails (51,4 Prozent). Auch Downloads landen auf den mobilen Geräten (74,3 Prozent). Apps, wie sie hauptsächlich für die Apple-Geräte oder Geräte mit dem Android-Betriebssystem angeboten werden, nutzt schon knapp jeder Zweite (49,5 Prozent), jeder Zehnte nutzt sie täglich.

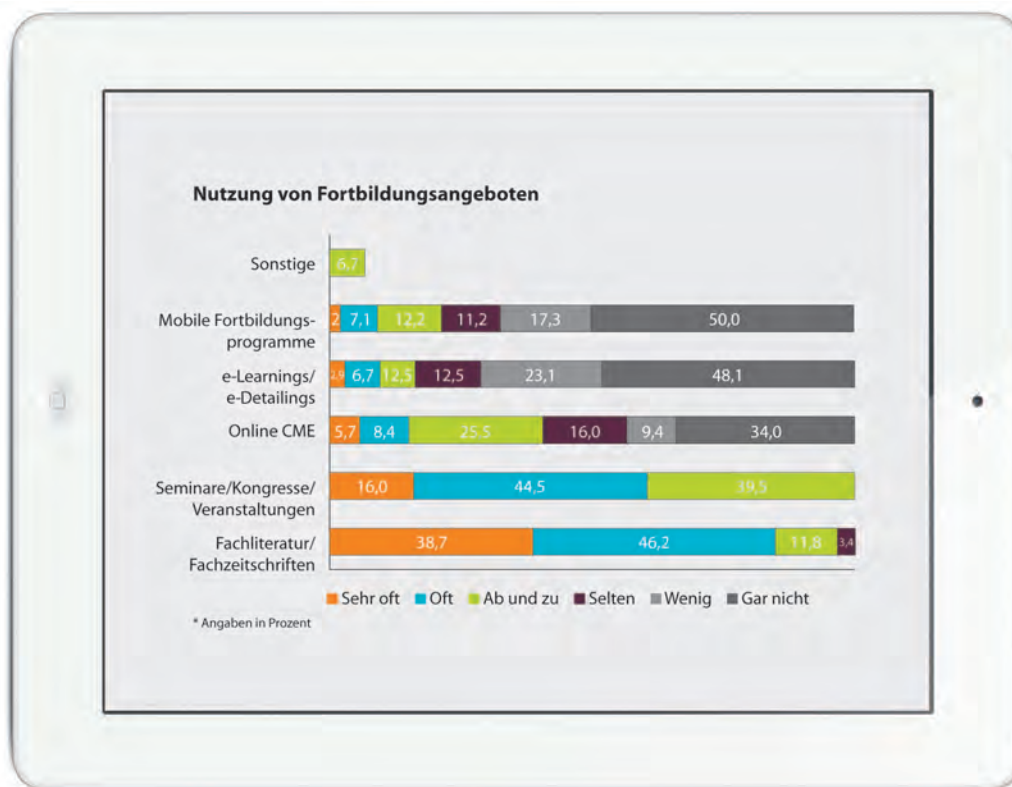


Abbildung 3: Studie s&k GmbH 2011 (n=120)

Fast 60 Prozent zeigen Bereitschaft für mobile Fortbildungsprogramme

Während die Ärzte auf Mobilgeräten zwar intensiv Daten empfangen oder austauschen, nutzen sie bisher nur wenige (12,8 Prozent) auch für medizinische Fortbildung. Weitere 51,3 Prozent kennen mobile Fortbildungsprogramme, ohne sie zu nutzen. Die Mehrheit der Befragten (58,6 Prozent) kann sich aber durchaus vorstellen, an einem solchen Programm teilzunehmen.

Entsprechend halten 57,7 Prozent ein „mobiles“ Programm als Medium zur individuellen Wissensvermittlung für „sehr nützlich“ oder für „eine gute Ergänzung“. Ähnlich wird der Nutzen als Medium zur Wissenskontrolle eingeschätzt (52,7 Prozent), als integriertes Veranstaltungstool bewerten es 39,4 Prozent positiv. Und 47,3 Prozent halten ein Follow-up-Programm oder ein Programm, das die Nachhaltigkeit der Fortbildung unterstützt, für sehr nützlich oder für eine gute Ergänzung.

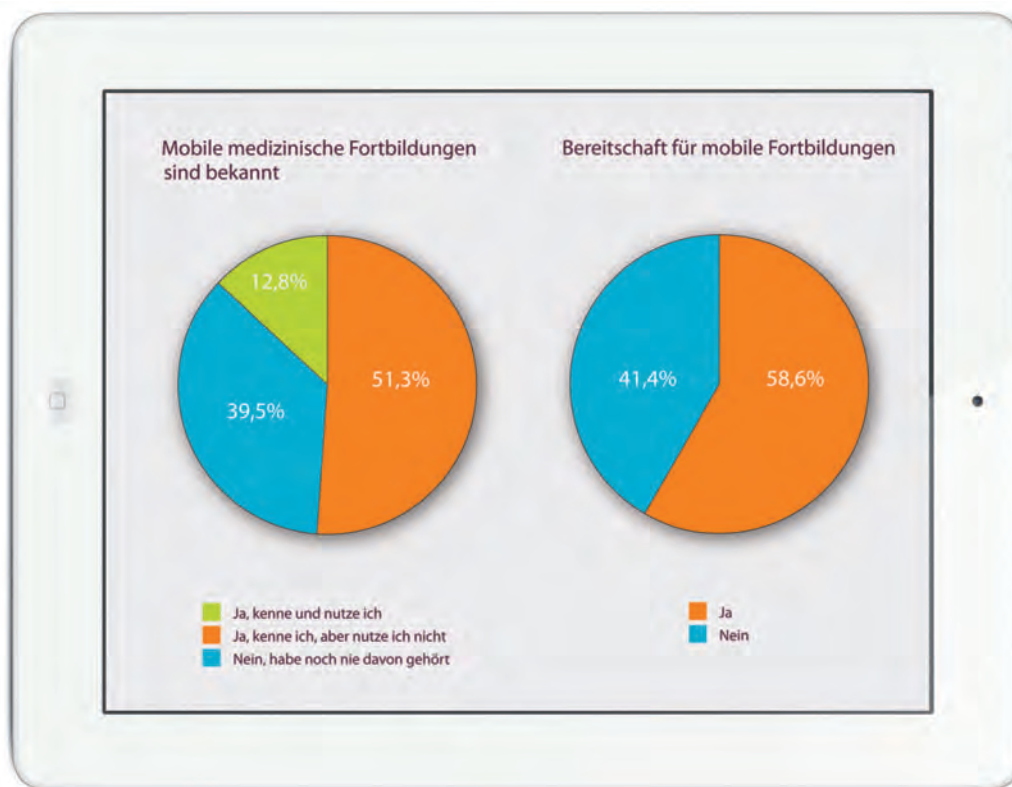


Abbildung 4: Studie s&k GmbH (n=120)

Als Orte, an denen man ein mobiles Fortbildungsprogramm am häufigsten nutzen würde, schneiden das eigene Heim sowie Flughäfen und der öffentliche Nahverkehr am besten ab, gefolgt von Veranstaltungen.

Integrierte Medical Education – digitale Medien als wichtiger Baustein

Die Untersuchung bestätigt nicht nur, dass der gesellschaftlichen Hype und Trend nach Smartphones und Tablets längst die Ärzte erreicht hat, sondern auch, dass digitale Medien im Bereich Medical Education immer wichtiger werden. Der große Vorteil der flexiblen und individuellen Nutzung, unabhängig von Zeit und Ort, ist erkannt und spiegelt sich in der hohen Bereitschaft, sich – schon heute – mit mobilen Medien zu informieren und auch fortzubilden, wider.

Digitale Medien sind somit ein ganz wichtiger Baustein in integrierten Medical-Education-Programmen – rund um Fortbildungsveranstaltungen oder

auch als eigenständige Programme. Durch die Einbindung von mobilen digitalen Tools ergeben sich ganz neue Potentiale. Der Einsatz von webbasierten E-Detailing-, E-Learning-Programmen oder mobilen Fortbildungsangeboten auf Smartphone (iPhone), TabletPC (iPad) wirkt neben Standards wie Literatur, Kongressen, Symposien etc. unterstützend, um evidenzbasiertes Wissen nachhaltig beim Arzt zu verankern und damit eine Handlungsveränderung in der täglichen Praxis zu erzeugen.

Warum sich Ärzte bisher sich wenig mobil fortbilden, liegt wohl hauptsächlich daran, dass nur sehr wenige mobile und „hochwertige“ Fortbildungsprogramme für Ärzte auf iPhone/Smartphone und iPad/Tablet zur Verfügung stehen.

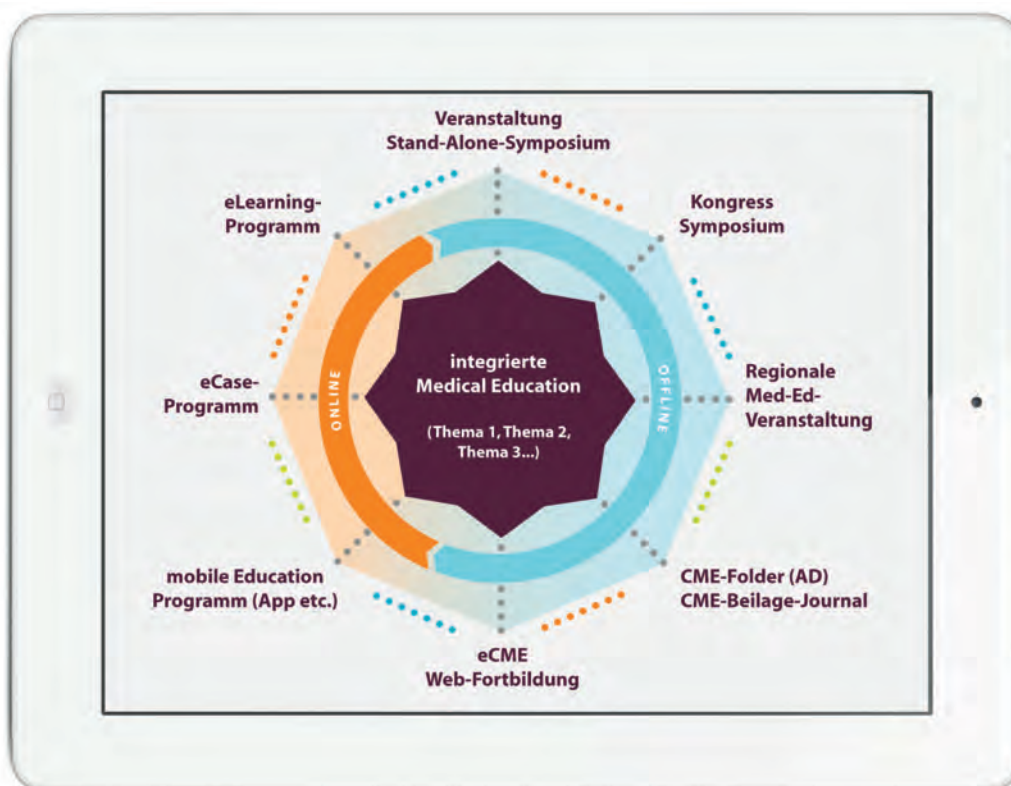


Abbildung 5: Integrierte Medical Education (s&k GmbH)

Das integrierte Fortbildungsprogramm – eine Brücke zwischen Theorie und Praxis mit dem Einsatz von Live-, Print- & digitalen Medien

Herausforderung jeder Arztfortbildung ist es, dem Arzt eine Handlungsveränderung in seiner täglichen Praxis zu ermöglichen oder ihn dazu zu bewegen, eine auf neuesten Erkenntnissen basierende Medizin zu praktizieren. Neben den bekannten Grundsteinen für eine erfolgreiche Fortbildung (wissenschaftliche Themen, Bedürfnisse der Ärzte, Methodik, Didaktik, unternehmenseigene Ziele etc.) müssen erfahrungsgemäß auch die Transferprobleme von der Theorie in die Praxis berücksichtigt werden. Gerade diese Problematik lässt sich durch praxisnahe und anschauliche Hilfestellungen mit digitalen und mobilen Applikationen im Rahmen eines Fortbildungsprogramm einfach lösen.

Die kontinuierlichen Impulse praxisnaher oder fallbasierender Handlungsanweisungen, Leitliniendiskussionen und Ähnlichem über verschiedene Medien (insbesondere digital) erleichtert den Wissenstransfer und erhöht so die Möglichkeit einer Handlungsveränderung. Bekanntlich stellt sich nur über die ständige Auseinandersetzung mit einem Thema letztlich eine Routine für die Praxis ein.

Für die Zukunft der Fortbildungen bedeutet dies, dass ein integriertes Medical-Education-Konzept nötig ist, das aus

1. wissenschaftlich aktuellen, praxisnahen, interaktiven und emotionalen Elementen,
2. dem richtigen Mix aus Live, Print und insbesondere Digital, aus erlebtem persönlichen Lernen im Experten-/Kollegenaustausch und dem praxisnahen Selbststudium sowie
3. dem kontinuierlichen Einsatz verschiedener Lernmedien – kein punktuelles, sondern kontinuierliches Kommunikations-/Fortbildungskonzept – besteht.

Ausblick

Durch die Verknüpfung verschiedener Fortbildungsimpulse und -angebote zu einem Gesamtfortbildungsprogramm erhält man nicht nur einen kontinuierlichen und nachhaltigen Kontakt zu der Zielgruppe, sondern die Mehrfachverwendung der entwickelten, referierten oder programmierten Themen führt auch zu einem besseren, effizienteren Einsatz des zur Verfügung stehenden Gesamtbudgets. Dieses ist zwar vordergründig höher, zahlt sich aber – auch durch den zunehmenden Einsatz und der Funktionsfähigkeit der digitalen Medien – aus.