

### Umfassende Anlaufstelle bei Leberzirrhose

Norgine hat im Bereich Gastroenterologie die Webseite [leberzirrhose.de](http://leberzirrhose.de) gelauncht. Das von WEFRA LIFE konzipierte und umgesetzte Informationsportal richtet sich an Patienten mit der gleichnamigen Erkrankung und soll dabei helfen, diese frühzeitig zu erkennen. Die Website erreichte beim Launch eine Klickrate von bis zu 30%.

Die Ängste der Betroffenen in Zusammenhang mit der Erkrankung ihres überlebenswichtigen Organs – der Leber – sind genauso nachvollziehbar wie vielfältig. Antworten auf die vielen aufkommenden Fragen können möglicherweise mehr Halt und Zuversicht geben. Das Ziel der Online-Plattform [leberzirrhose.de](http://leberzirrhose.de) ist daher, den Dialog für Betroffene zu fördern, um ihnen Ängste zu nehmen und einen Weg aufzuzeigen, trotz Erkrankung ein möglichst normales Leben zu führen.

Das übergreifende Wissensportal, das durch umfangreiche SEO- und SEA-Maßnahmen gestützt wird, vereint relevante Themen wie die Ernährung bei Leberzirrhose sowie das nötige Hintergrundwissen in Form von News aus der Wissenschaft und Interviews mit Experten. Ver-



schiedene Leberzirrhose-Selbsttests geben den Besuchern der Plattform außerdem die Möglichkeit, der oft jahrelang unentdeckten Krankheit auf die Spur zu kommen. Eine umfangreiche Arztsuche hilft den Betroffenen zusätzlich. Und ein auf

Langzeit ausgerichtetes Content Management gewährleistet jeden Monat die Bereitstellung hilfreicher neuer Inhalte.

„Die Website soll Betroffenen und Angehörigen zeigen, dass ein erfülltes Leben mit dieser unheilbaren Krankheit möglich ist“, erklärt Dr. Fabian Esser, Head of Business Unit Hepatologie & Spezialprodukte bei Norgine. „WEFRA LIFE hat uns mit seiner userzentrierten Strategie überzeugt: Hier wurde unter Berücksichtigung sämtlicher UX- und UI-Elemente designed und programmiert – und auch die Botschaft hinter [leberzirrhose.de](http://leberzirrhose.de) war einfach die richtige. Schließlich ist bei rechtzeitiger Behandlung und Unterstützung der Betroffenen oft sogar bis zu einem gewissen Grad eine Erholung der Leber zu beobachten. Auch eine verkürzte Lebensdauer muss nicht zwingend eintreten.“

### App für die Vorbereitung auf eine Darmspiegelung

Die Agentur **meusel healthcare** hat eine App für **PLENVU®** von Norgine GmbH entwickelt, um Patienten in der Vorbereitung auf eine Darmspiegelung zu unterstützen. Eine Studie konnte belegen, dass bei dieser Indikation die Nutzung einer App mit einer besseren Darmreinigung und einer besseren Compliance der Patienten einhergeht.

Jetzt ist die neue PLENVU® App online. Kreiert als persönlicher Begleiter in der Vorbereitung auf die Darmspiegelung.

Zum Zeitpunkt des Auftrages durch die Norgine GmbH existierte bereits die Vorgängerversion der App. Dieser Prototyp diente als Grundlage für die neue App. Nicht nur die inhaltliche Aufbereitung, sondern auch das komplette Design und die Konfigurierung der App fielen in den Zuständigkeitsbereich von meusel healthcare. „Immer wieder an Details zu feilen, Stück für Stück ein rundes Gesamtbild zu kreieren und das dann auch noch zur Voll-



endung zu bringen, war tatsächlich ein großartiges Gefühl“, berichtet Nadine Strumberger, Creative Concept Director der Agentur.

Die App soll Fragen – z. B. „Wie und wann wird das Produkt zur Darmreinigung richtig eingenommen?“, „Was darf ich vor der Koloskopie noch essen – was nicht?“, „Wie genau sieht eine leichte Mahlzeit aus?“, „Wie lange darf ich etwas trinken?“, „Was zählt zu den klaren Flüssigkeiten?“ – beantworten und so einen Service darstellen, der dem Nutzer echten Mehrwert bietet – zumindest war das auch der Anspruch der Agentur.

Unter Einbeziehung medizinischer Experten und möglicher Anwender wurden deshalb spezifische Inhalte erarbeitet, die Informationen zur Ernährung deutlich ausgeweitet und passende Push-Nachrichten integriert. Auch der Aufbau sollte sich streng am Patientennutzen orientieren. Deshalb entstand eine Einteilung in zwei Be-

### Neue Website will Rosacea-Patienten beim Arztgespräch unterstützen

Galderma bietet einen neuen Service für Menschen, die an der Hautkrankheit Rosacea leiden: Auf der Website [StellDichDeinerRosacea.de](http://StellDichDeinerRosacea.de) können Rosacea-Patienten einen personalisierten Leitfaden für ihren nächsten Hautarzttermin erstellen und herunterladen. Der Leitfaden soll Betroffene dabei unterstützen, die tatsächlichen Auswirkungen ihrer Erkrankung bei ihren Hautärzten anzusprechen, damit diese die persönlichen Therapieziele der Patienten leichter erkennen.

Ziel der Website ist es, die Kommunikation zwischen Patienten und Ärzten zu fördern. Denn Offenheit zwischen Rosacea-Patienten und ihren Hautärzten sei der Schlüssel zum Behandlungserfolg, betont Galderma. Hierzu müssten sich Patienten ihrer Krankheit stellen. Das bedeute auch, dass sie im Arzt-Patientengespräch möglichst genau über ihre aktuelle Krankheitssituation berichten.

Die neue Website [StellDichDeinerRosacea.de](http://StellDichDeinerRosacea.de) führe Benutzer durch einige Fragen zu ihren individuellen Symptomen, zu den Empfindungen, die die Rosacea bei ihnen auslöst, und zu bereits angewendeten Behandlungen. Auf Basis dieser Daten wird ein persönlicher Leitfaden erstellt, den die Benutzer herunterladen und zu ihrem näch-



ten Arzttermin mitnehmen können. Das soll Patienten den Mut geben, die tatsächlichen Auswirkungen ihrer Erkrankung offen anzusprechen, sodass die Hautärzte die individuellen Bedürfnisse ihrer Patienten leichter erkennen.

„Die besten Arztgespräche ergeben sich, wenn Patienten mit einer Liste zum Termin kommen: eine Liste aller Symptome und Auslöser, die sie belasten, und aller Behandlungen, die sie bereits durchgeführt und die geholfen haben – oder auch nicht“, erklärt der Dermatologe und Rosacea-Experte Prof. Martin Schaller von der Universitäts-Hautklinik Tübingen.

„Patienten sollen uns auch mitteilen, wie die Hautkrankheit sich emotional auf Ihren Alltag auswirkt – also nicht nur die sichtbaren Symptome. Anhand dieser Informationen können wir die Therapie individuell anpassen und so helfen, den Teufelskreis der Rosacea zu durchbrechen.“

Auch die Kampagne „Aktiv gegen Rosacea“ informiert auf ihrer Website [www.rosacea-info.de](http://www.rosacea-info.de) ausführlich zur Hautkrankheit. Zudem ist sie in sozialen Medien aktiv: In Deutschlands größter Rosacea-Community bei Facebook ([www.facebook.com/AktivGegenRosacea/](http://www.facebook.com/AktivGegenRosacea/)) sind mehr als 11.600 Betroffene im täglichen Austausch. Kontakt zur Rosacea-Community und News gibt es auch bei Instagram ([www.instagram.com/aktivgegenrosacea/](http://www.instagram.com/aktivgegenrosacea/)) und YouTube [www.youtube.com/AktivGegenRosacea](http://www.youtube.com/AktivGegenRosacea). Außerdem informiert die Kampagne im Blog ([blog.rosacea-info.de/](http://blog.rosacea-info.de/)) über tagesaktuelle Rosacea-Themen und versucht mit Tipps und Neuigkeiten den Alltag von Betroffenen einfacher zu gestalten.

Die globale Kampagne „FaceUpToRosacea.com“ wurde vom globalen Rosacea-Marketingteam von Galderma in Zusammenarbeit mit der Agentur Havas Life Medicom ins Leben gerufen.

Die lokale Umsetzung „StellDichDeinerRosacea.de“ wird in Deutschland in die bereits seit 10 Jahren bestehende Rosacea-Aufklärungskampagne von Galderma, „Aktiv gegen Rosacea“ ([rosacea-info.de](http://rosacea-info.de)), integriert und im Rahmen der Gesamtkommunikation zu Aktiv gegen Rosacea beworben. Hierzu zählen klassische Publikums-PR-Aktivitäten (Pressemeldungen etc.) und vor allem Social-Media-Aktivitäten inkl. Influencer-Marketing bei Instagram, Facebook und YouTube. Darüber hinaus sind Google- und Social-Media-Ads vorgesehen.

Für die lokale Umsetzung in Deutschland ist Dr. Uwe Henrichs, Franchise Manager Rosacea, federführend. Die betreuenden Agenturen sind medical relations GmbH (PR, Pressearbeit, digitaler Content, Social Media etc.) sowie anyMOTION GRAPHICS GmbH (digitaler Auftritt und Online-Media).

reiche: Einen persönlichen Bereich, in dem Schritt für Schritt und Tag für Tag die aktuellen Informationen zur Darmvorbereitung angepasst auf den eingegebenen Untersuchungstermin enthalten sind. Im darunter liegenden Bereich befinden sich Infos im Überblick, in dem der Ablauf einer Koloskopie, Tipps zu Ernährung und Verhalten, Produkt- und Zubereitungsinformationen und weitere wichtige Hinweise zur Einnahme von PLENVU® jederzeit abrufbar sind. Da sich vornehmlich ältere Menschen einer Darmspiegelung unterziehen, gehörten außerdem eine verstellbare Schriftgröße, verständliche Symbole und eine einfache Bedienung zu den Features, die der Agentur bei der Umsetzung wichtig waren.

Eine Studie aus dem Jahr 2017 (JMIR Mhealth Uhealth 2017;5(9):e138 doi:10.2196/mhealth.7703) hat nachgewiesen, dass die Verwendung einer App zur Vorbereitung auf eine Darmspiegelung zu einer besseren Reinigungsleistung im Darm führen kann und von den Anwendern als hilfreich empfunden wird. Deshalb war der Anspruch an die App von Seiten der Firma sehr hoch, erklärt die Agentur. Sie sollte dem Image des Unternehmens als Marktführer und dem Credo nach bestmöglicher Unterstützung von Patienten und Ärzten gerecht werden.