

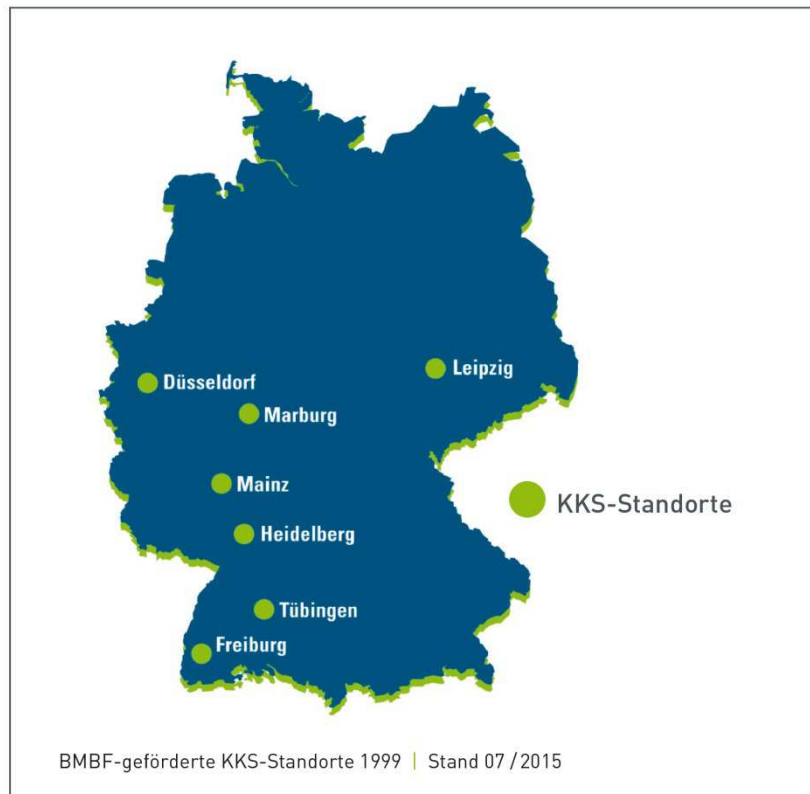


# **Die Imagefrage**

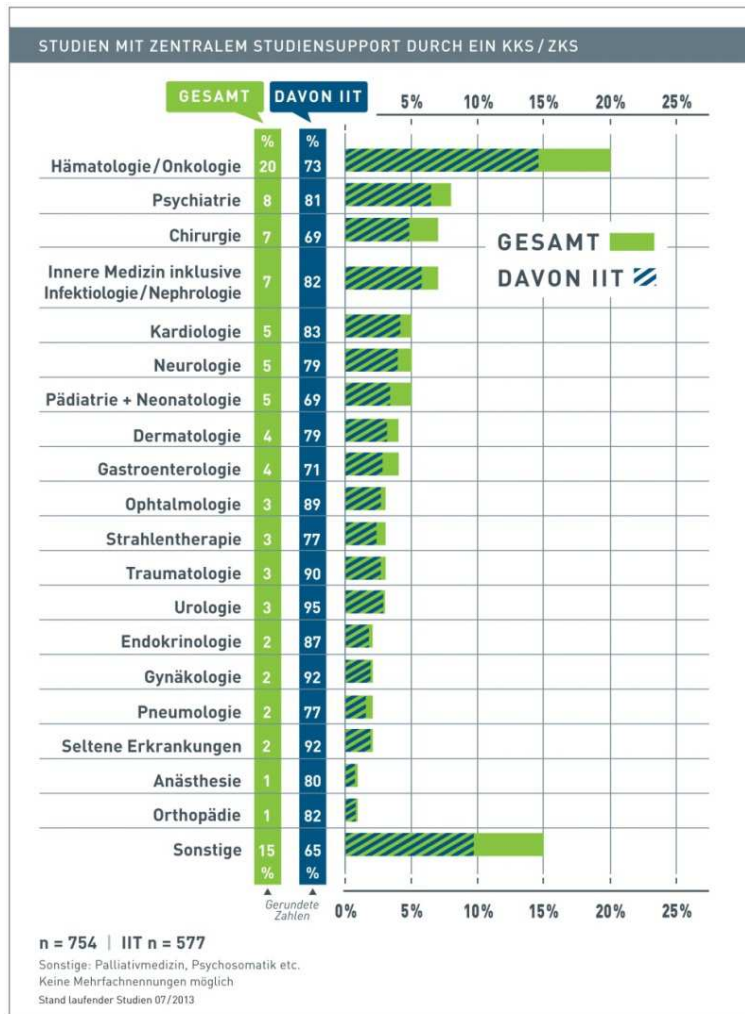
## **Klinische Studien und Patienten/Studienteilnehmer im Spiegel der Medien**

Stephanie Wolff . Operative Leitung Geschäftsstelle  
KKS-Netzwerk . Presse- & Öffentlichkeitsarbeit

## Koordinierungszentren für Klinische Studien: Wissenschaftsdienstleister & Forschungspartner



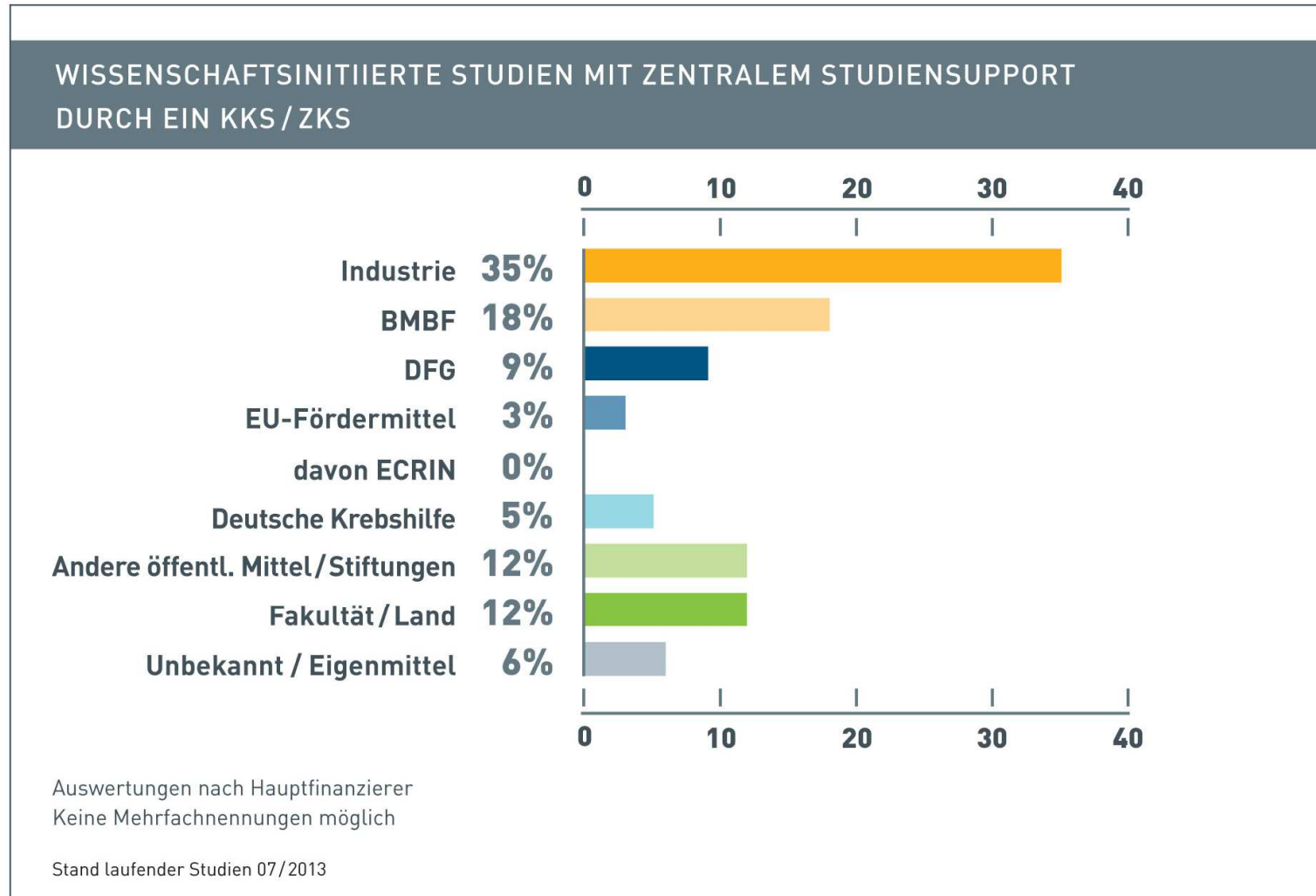
## Studien im KKS-Netzwerk:



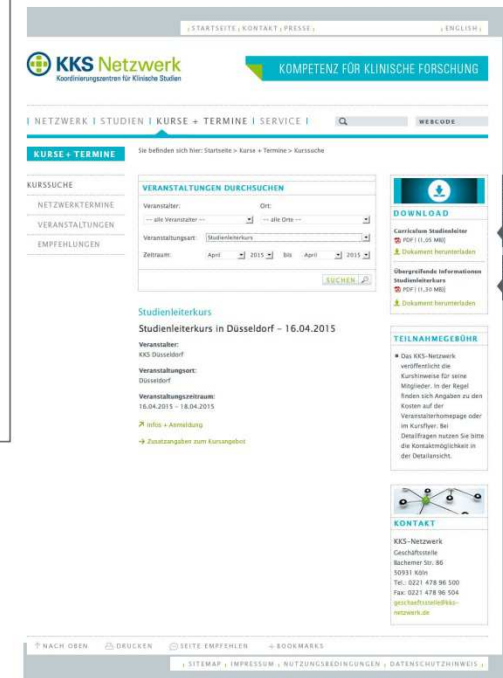
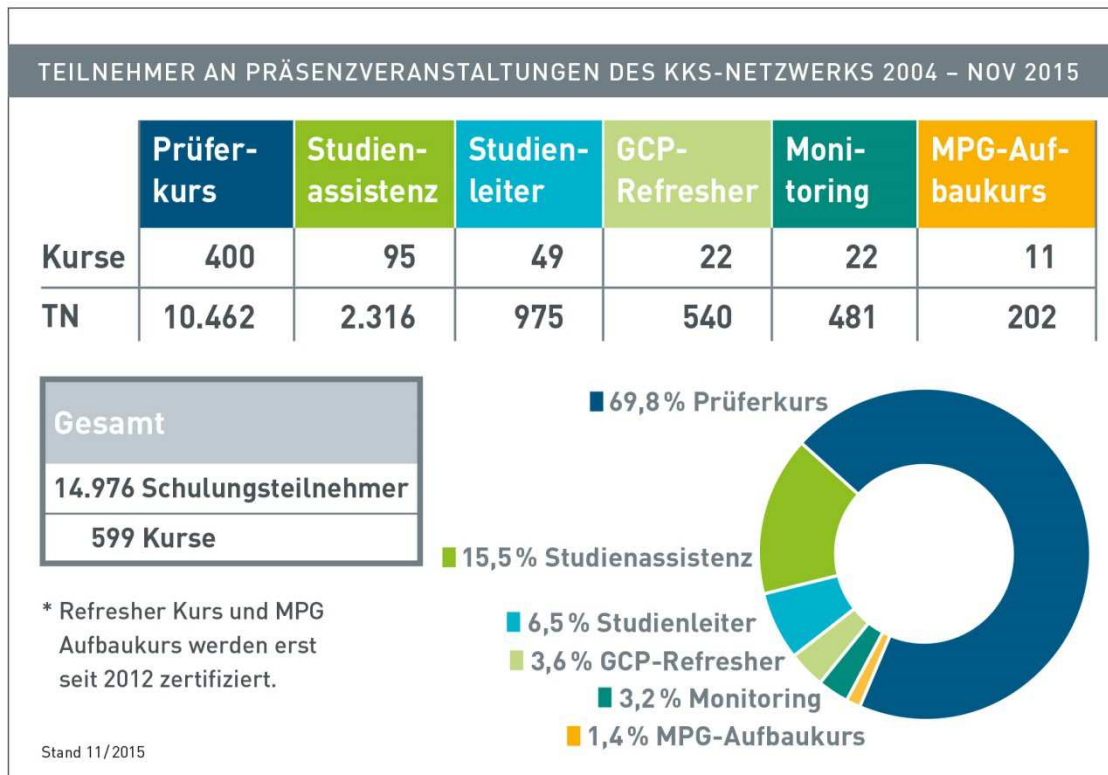
### Indikationen von Studien mit zentralem Studiensupport:

- Hämatologie/Onkologie im Fokus
- IITs überwiegen

## Finanzierungsmodelle von IITs



## Präsenzkurse der KKS/ZKS



**Kurs-Suchmaske** über [www.kks-netzwerk.de](http://www.kks-netzwerk.de)  
Jährlich rund 200 Präsenzkurse bundesweit

## Press button to add drama – oder: Wie arbeiten Medien?



<https://www.youtube.com/watch?v=sanHTQAJ9JA>

## 10 Nachrichtenelemente:

- Aktualität
- Folgeschwere
- Nähe
- Prominenz/Öffentliche Bedeutung
- Dramatik
- Kampf
- Liebe/Sex
- Emotionalität/Gefühl
- Fortschritt
- Kuriosität



Aspekte der Themenauswahl beim Transport von Informationen

## Presse-Regel:

Je mehr Nachrichten-Elemente Ihr Thema enthält und je stärker diese ausgeprägt sind, desto größer ist Ihre **Chance auf Medienresonanz**.

vice versa

Das Thema Klinische Studien wird aufgegriffen, wenn möglichst viele Nachrichten-Elemente zutreffen/sich einbetten lassen.



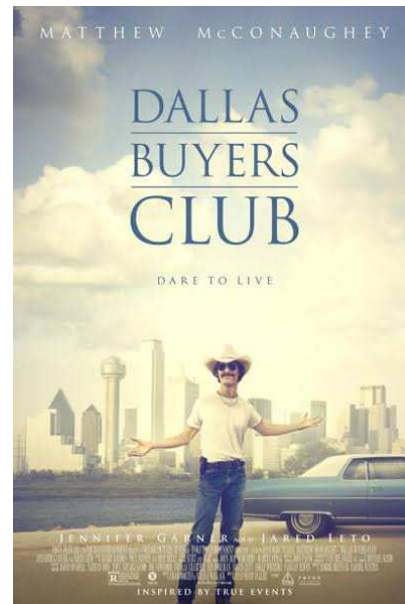
copyright Spiegel Verlag



## Beispiel: Spielfilm



Patienten (in der Dritten Welt) als Versuchskaninchen in klinischen Studien



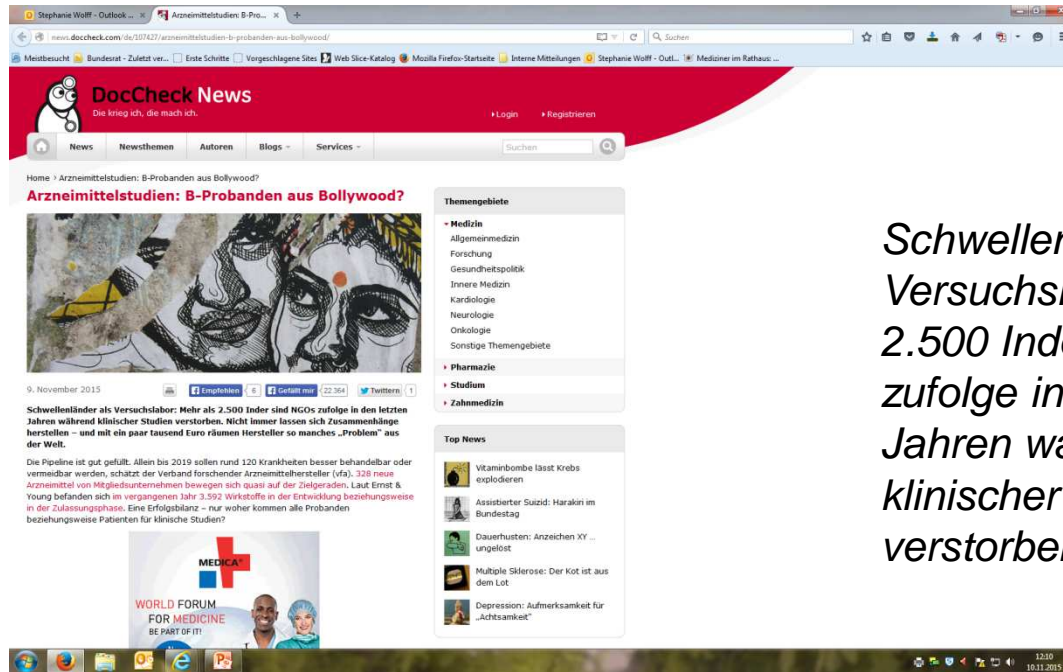
Wunsch nach Einschluss in klinische Studien als letzte Hoffnung für AIDS-Patienten

Dramatik  
Kampf  
Kuriosität  
Emotionalität  
Liebe/Sex  
.....

# Zum Image der Patienten in klinischen Studien

## Beispiel nachrichtenorientierte Medien (Print/Online)

### Versuchskaninchen versus Patient als Held



*Schwellenländer als Versuchslabor: Mehr als 2.500 Inder sind NGOs zufolge in den letzten Jahren während klinischer Studien verstorben.*

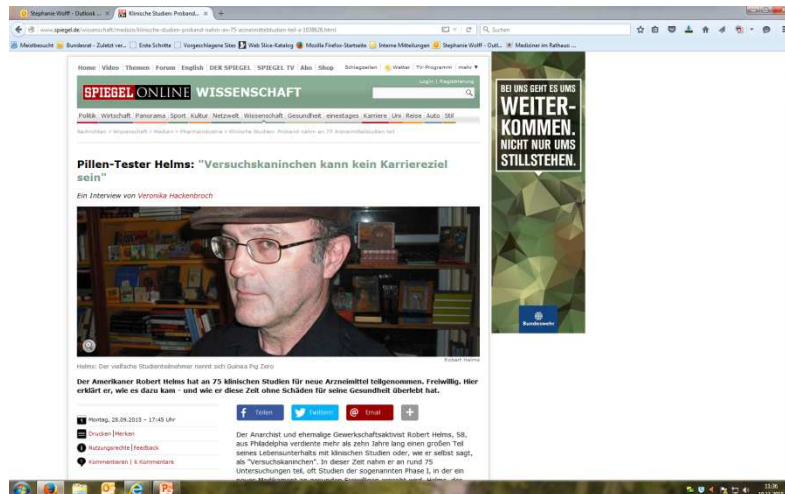
Dramatik  
Kampf  
Emotionalität  
....

<http://news.doccheck.com/de/107427/arzneimittelstudien-b-probanden-aus-bollywood/>

# Zum Image der Patienten in klinischen Studien

## Beispielnachrichtenorientierte Medien (Print/Online)

### Versuchskaninchen versus Patient als Held



*Der Amerikaner Robert Helms hat an 75 klinischen Studien für neue Arzneimittel teilgenommen. Freiwillig. Hier erklärt er, wie es dazu kam - und wie er diese Zeit ohne Schäden für seine Gesundheit überlebt hat.*

Spiegel Online  
28.09.2015

Emotionalität  
Kuriosität  
Fortschritt  
Kampf  
.....

# Zum Image der Patienten in klinischen Studien

## Beispiel nachrichtenorientierte Medien (Print/Online)

### Versuchskaninchen versus Patient als Held



*So kostbar wie eine Organspende ist die Teilnahme eines Patienten an einer klinischen Studie", betont der Radiologe Professor Werner Golder.*

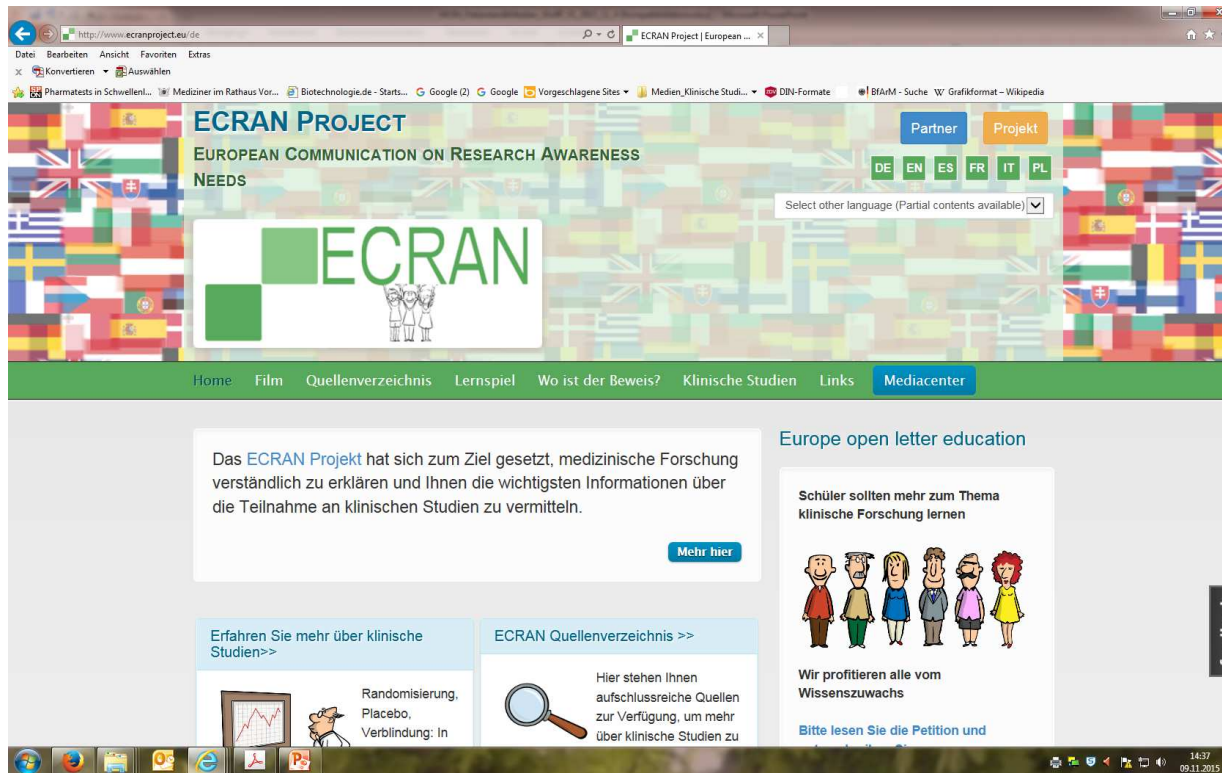
Ärzte Zeitung  
15.10.2015

Dramatik  
Kampf  
Emotionalität  
.....

Werner Golder: **So kostbar wie eine Organspende**  
Z Rheumatol 2015; 74:456-458 onl. Publiziert 3.6.2015

Siehe auch: Werner Golder: **Teilnahme an klinischen Studien: Ein kostbares Geschenk**  
Dtsch Arztebl 2013; 110(45): A-2128 / B-1878

## Beispiel Internetpräsenz:



Folgeschwere  
Drama  
Kampf  
Kuriosität  
Liebe/Sex  
.....



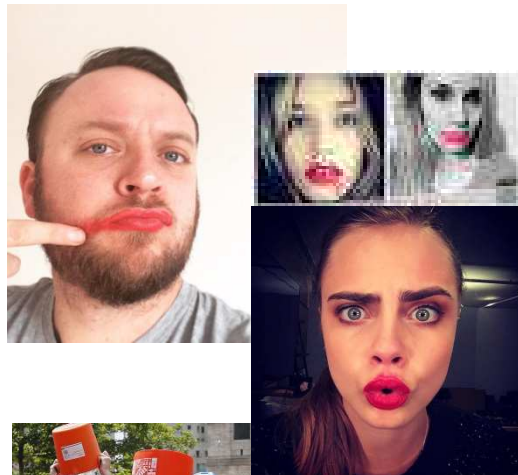
**Trickfilm** zu Konzeption und Ablauf einer klinischen Studie [in allen wichtigen europäischen Sprachen](#)

<https://www.youtube.com/watch?v=r8MDeD1kqhw&list=PL8mXBcPN-CpQkf9vbQJtMba4g0RnQedyR>

## Beispiel Virale Medien

Virale Medien: Twitter, Facebook, Instagram, Blogs –  
Selbstdarstellung - Gleiche Regeln?

Emotionalität  
Nähe  
Prominenz  
....



### SmearForSmear Campaign 2015

Kampagne zur Gebärmutterhalskrebs-Vorsorge  
auf Initiative des britischen Jo's Cervical Cancer  
Trust



### Ice Bucket Challenge 2014

Kampagne zur Nervenkrankheit Amyotrophe  
Lateralsklerose (ALS) Einwerbung von  
Spendengeldern für Forschung und  
Bekämpfung

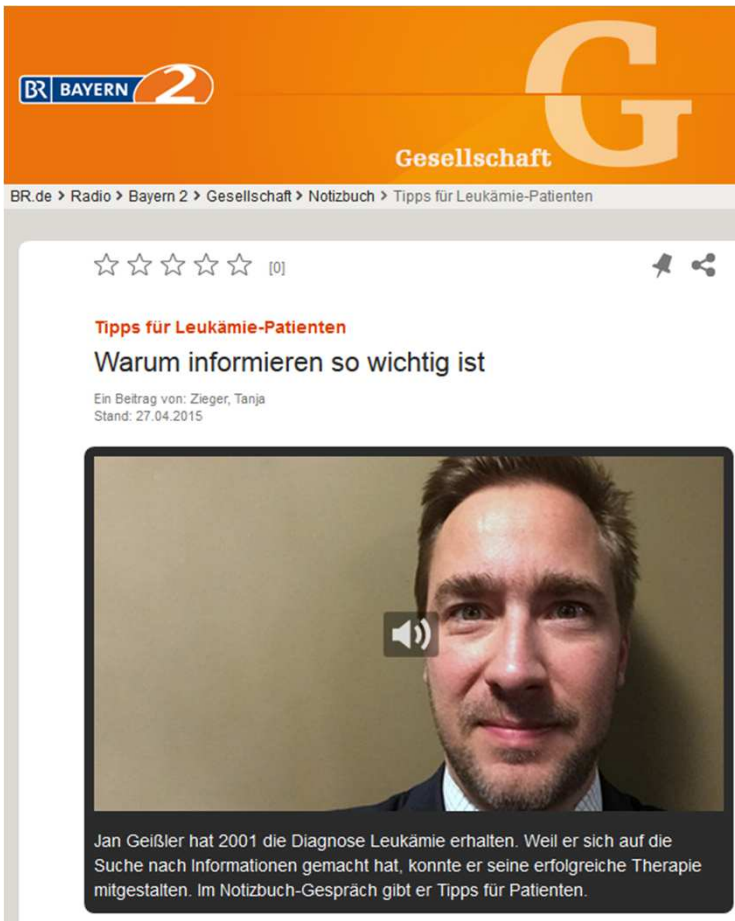
Vermittlung von Botschaften über soziale Netzwerke wie Twitter und Facebook

## **You Tube – Klickraten Thema Klinische Studien:** Öffentliche Wahrnehmung von Informationsinhalten (Verzerrung)

Dramatik?  
Kampf?  
Kuriosität?  
Emotionalität?  
Liebe/Sex?  
.....

Patient in klinischer Studie Wie funktionieren klinisch Studien (vfa-Pharma)	180 Aufrufe
ECRAN-Trickfilm zu klinischen Studien	245 Aufrufe
BR Kontrovers – Manipulierte Studien – Patienten als Versuchskaninchen	1.767 Aufrufe
Prostatakrebs - Patienten-Informationenfilm Deutsche Krebshilfe	2.059 Aufrufe
Phallosan – Ergebnis einer klinischen Studie	93.729 Aufrufe

## Beispiel Info-Formate (HF/TV):



BR BAYERN 2 Gesellschaft

BR.de > Radio > Bayern 2 > Gesellschaft > Notizbuch > Tipps für Leukämie-Patienten

☆☆☆☆☆ [0]

**Tipps für Leukämie-Patienten**

Warum informieren so wichtig ist

Ein Beitrag von: Zieger, Tanja  
Stand: 27.04.2015

Jan Geißler hat 2001 die Diagnose Leukämie erhalten. Weil er sich auf die Suche nach Informationen gemacht hat, konnte er seine erfolgreiche Therapie mitgestalten. Im Notizbuch-Gespräch gibt er Tipps für Patienten.

Kampf  
Emotionalität  
Fortschritt  
Nähe....

## Patient als Experte

Bayern2-Radiobeitrag „Neue Wege in der Leukämie-Therapie“  
vom 27.04.2015, 12:54 Uhr

<http://www.br.de/radio/bayern2/gesellschaft/notizbuch/leukaemie-tipps-geissler-jan-102.html>

Realität: Viele Patienten sind gut informiert über klinische Studien!



## Korrelation Arzt / Patient

Standard-  
behandlung  
Immer sicher?



Forschung  
Immer riskant?

Anspruch versus Wirklichkeit:  
Evidenzbasierte Medizin als Grundlage medizinischer Versorgung?

## Interaktion Arzt-Patienten in klinischen Studien



### Arzt

- wünscht Erkenntnisgewinn
- benötigt Evidenz
- sollte aufklären – auch über Wissenslücken
- benötigt Compliance beim Patienten zur Teilnahme an klinischen Studien
- wünscht Zuwachs an Reputation
- muss sich als Partner beweisen

### Patient(en)

- wünscht Besserung/Heilung
- sucht Evidenz
- wünscht sich Transparenz
- benötigt Informationen – auch über Wissenslücken
- wünscht sich Benefits bei der Teilnahme an klinischen Studien (z.B. intensivere Betreuung)
- will als Partner auf Augenhöhe behandelt werden

Zielsetzung: Evidenzlücken gemeinsam schließen

## Imagelifting Patient in klinischen Studien



Transparenz

+ AllTrials

Kooperation

Wissenstransfer

Information

Respekt

**Wo ist der Beweis?**

Daten/Studien zu vielen Interventionen fehlen!

## Chancen für Patienten



**Patient als Role Model**  
aktiver,  
(selbst)bewusster  
und kritischer  
Teilnehmer sowie  
gut informierter  
Fürsprecher und  
Berater



Jan Geissler, EUPATI

## Empfehlungen zur Kommunikation „Patient in klinischer Studie“

### Nachrichtenelemente beachten:

- Adressaten beachten (keine Fachkompetenz bei Journalisten voraussetzen)
- Relevanz verdeutlichen
- Aktuelle Awareness von Themen nutzen
- Inhaltliche Verbindungen schaffen
- Erfolge als (be-)greifbar darstellen - (Alltagsbezüge herstellen)
- Prominenz nutzen
- Evidenzlücken kommunizieren



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Sie wollen mehr erfahren?  
Abonnieren Sie kostenlos den  
Newsletter des KKS-Netzwerks.

<http://www.kks-netzwerk.de>

stephanie.wolff@kks-netzwerk.de