

iPad-Abo für Apotheken



Foto: Christof Stache

Berlin - Schulungen gehören in Apotheken zum Alltag. Die Firma Marpinion will die Formate visualisieren. Apotheker und PTA können Tablets mieten und erhalten die Information der Unternehmen direkt auf den Geräten. „Es werden zusätzlich zu medizinischen Inhalten auch fachlich aufbereitete Themen wie Beratungs- oder Abrechnungstipps gezeigt“, sagt Geschäftsführer Martin Dess. Inhaber und das Team verpflichten sich dabei, im Anschluss Fragen zu beantworten. Bislang beteiligten sich rund 200 Apotheken.

Marpinion wurde Ende 2013 gegründet und startete ein Jahr später mit Videos für rund 350 Gastroenterologen. Dabei wechseln sich Berichte über wichtige Kongresse oder neue Studien und Produktinformationen ab. „Die Ärzte erhalten aktuelle und wissenschaftliche Themen auf einem Top-Niveau“, sagt Dess. Das Angebot für Ärzte wurde auf die Fachbereiche Pneumologen, Urologen, Kardiologen und Dermatologen ausgeweitet. Bisher beteiligen sich rund 1400 Ärzte. Weitere Fachgruppen seien im kommenden Jahr geplant, so Dess.

Für die Firma arbeiten mehr als 50 Mitarbeiter, 22 davon gehen in Praxen und Apotheken. Ein Team aus sieben Mitarbeitern produziert die Inhalte und fragt bei Herstellern an. „Wir akzeptieren nur erstklassige Informationen von Pharmaunternehmen und keine bloßen Werbebotschaften. Die Hersteller können uns eigene Beiträge liefern oder wir produzieren diese professionell für sie“, so Dess. Im Bereich Gastroenterologie arbeitet Marpinion mit einem Dutzend Firmen zusammen, ein Beispiel ist Reckitt Benckiser (RB) mit Gaviscon. Für Apotheken konnten bisher fünf Hersteller gewonnen werden.

Marpinion dreht mit Kooperationspartnern bis zu 20 Filme pro Monat und Fachgruppe. In den Beiträgen für Ärzte werden Inhalte zusammengefasst und anhand von 3D-Grafiken dargestellt. „Bei der Wiedergabe von Studien achten wir auf höchste und klare Darstellung“, sagt Dess. Für die Qualitätskontrolle gebe es für jeden Bereich ein eigenes Expertenteam aus unabhängigen Medizinern. Im Anschluss an den Beitrag beantworten Ärzte und

Apotheken Fragen zu den gezeigten Inhalten. Per biometrischer Gesichtserkennung beim Anmelden in der App wird sichergestellt, dass nur geprüfte Teilnehmer antworten.

Apotheken und Ärzte zahlen die Miete für die Tablets in Höhe von bis zu 30 Euro pro Monat. Der Vertrag läuft 24 Monate. Damit verpflichten sich die Heilberufler, Beiträge von bis zu einer Stunde pro Monat zu sehen und zu bearbeiten. In der Offizin werde mit 15 bis 20 Minuten gestartet. „Der Plan ist, die Dauer um fünf Minuten pro Monat zu erhöhen“, sagt Dess.

Apotheker und Ärzte verpflichten sich, die Fragen zu beantworten und die Videos zu sehen. „Falls nicht so rezipiert wird, wie vorgesehen, dann gehen wir in den Dialog mit dem User“, sagt Dess. Hält sich jemand nicht an die Vorgaben, gibt es die rote Karte: Bisher seien vier Geräte eingezogen worden. „Unsere Vision ist es, die Kommunikation im Gesundheitswesen zum Wohl des Patienten zu verbessern“, so Dess.

In der Geschäftsführung sitzen neben Dess außerdem Markus Reichenberger, der für die Infrastruktur zuständig ist und außerdem das Partnerportal neu.de aufgebaut hat. Finanzchef ist Maximilian von Grundherr. Der Finanzchef kommt von der bayerischen Firma Grünwald Equity, die 55 Prozent der Anteile an Marpinion hält. Dess ist Gründer der Werbeagentur „Die Jäger von Röckersbühl“, die sich in der Branche mit Abverkaufskonzepten für Bionorica einen Namen gemacht hat. Das bayerische Unternehmen schickt auch die Vertriebsfirma POS-Berater in Apotheken.