

## **„Der Mensch als Maßstab. Medizintechnologie“ Neue Kampagne des BVMed zur Bedeutung von Medizinprodukten**

Berlin, 12. April 2010 - *Sperrfrist: 22. April 2010, 11 Uhr*

### **Faszination Medizintechnologien**

Die Welt der Medizintechnologien ist faszinierend. Kardiologische Implantate bringen schwache Herzen wieder in Rhythmus, kranke Gelenke zum schmerzfreien Bewegen, erblindete Augen zum Sehen, taube Ohren zum Hören. Neue MedTech-Verfahren und -Produkte verbessern die Lebensqualität, ja sie retten und erhalten oftmals Leben. Medizintechnologien sind nicht nur für ältere Menschen unentbehrlich. Auch Babys und Kinder profitieren von modernen Verfahren der MedTech-Branche.

Die Medizintechnologiebranche bringt eine riesige Bandbreite an Produkten und Verfahren hervor, die vom Verbandmaterial über Endoprothetik bis hin zu hochkomplexen technischen Geräten reicht. Diese Heterogenität macht es für Außenstehende schwer, die Leistungen der Branche zu verstehen und einzuordnen. Häufig sind auch die Markteintrittsbedingungen bei neuen Medizinprodukten nicht ausreichend bekannt. Medizinprodukte werden oft mit Arzneimitteln verwechselt. Dabei unterscheiden sich Medizintechnologien unter anderem dadurch, dass sie überwiegend physikalisch wirken, kurze Produktzyklen aufweisen und einen höheren Aufwand für Anwendertraining aufweisen.

### **Medizinprodukte und Arzneimittel sind völlig unterschiedlich**

Bei Arzneimitteln wird die Hauptwirkung auf pharmakologischem Weg erreicht. Die Effekte von Medizinprodukten auf den menschlichen Körper sind dagegen meist physikalischer Natur. Arzneimittel greifen in komplexe biologische Systeme ein und ihre therapeutische Wirkung ist eine Wechselwirkung zwischen Arzneistoffen und dem menschlichen Körper. Medizinprodukte wirken dagegen auf den menschlichen Körper – und nicht umgekehrt.

Unerwünschte Arzneimittelwirkungen sind häufig nicht vorhersehbar. Es sind keine Aussagen möglich, wann sie eintreten, wie schwer sie sind und ob sie reversibel sind. Unerwünschte Effekte von Medizinprodukten sind dagegen in stärkerem Maße vorhersehbar und in der Regel reversibel. Zudem sind die klinischen Effekte bei Medizinprodukten in der Regel von den Fähigkeiten und Fertigkeiten sowie den Erfahrungen des Anwenders abhängig. Deshalb müssen Medizinprodukte und Arzneimittel auch unterschiedlich behandelt werden.

Der Rechtsrahmen der Medizinprodukte mit der CE-Kennzeichnung hat sich bewährt und sollte nicht in Richtung der arzneimittelrechtlichen Zulassung verändert werden. Medizinprodukte und Arzneimittel müssen unterschiedlich reguliert bleiben. Das gilt auch für die Bewertungsprozesse des IQWiG, beispielsweise den Methoden für die Kosten-Nutzen-Bewertung. Wir brauchen hier eine eigene Methodik für den Medizinprodukte-Bereich, die den Besonderheiten der Medizinprodukte gerecht wird.

### **Die Welt der Medizintechnologien wird noch zu wenig verstanden**

Untersuchungen und politische Gespräche zeigen, dass die Besonderheiten der Medizintechnologiebranche und ihre Bedeutung für die Patientenversorgung noch zu wenig verstanden werden.

Dabei leisten die Unternehmen der Medizintechnologie einen wichtigen Beitrag für eine hochwertige und effiziente Gesundheitsversorgung und sind zudem ein bedeutender Wirtschafts- und Arbeitsmarktfaktor. Allein in Deutschland stellt die Branche 170.000 Arbeitsplätze. Hinzu kommen Tausende weitere Jobs in angrenzenden Bereichen.

### **BVMed startet Entscheiderkampagne**

Um die Leistungen und Bedeutung der Medizintechnologie-Branche vor allem bei Entscheidungsträgern im Gesundheitswesen zu verdeutlichen, hat der BVMed – Bundesverband Medizintechnologie eine auf drei Jahre angelegte Kampagne initiiert, mit der Entscheidern im Gesundheitssystem die Bedeutung, Wertigkeit, Innovationskraft und Faszination von Medizinprodukten stärker vermittelt werden soll. Die Medizintechnologie soll als treibende Wirtschaftskraft und Jobmotor im Bewusstsein dieser Entscheidungsträger verankert werden. Die orchestrierten Maßnahmen unter der Leitung von Scholz & Friends Agenda starten am 22. April 2010 und umfassen Werbung, Public Relations, Public Affairs und Online-Kommunikation.

### **Der Mensch als Maßstab**

Basierend auf der Kernfrage: „**Was macht Medizintechnologie so einzigartig?**“ wurde die aktuelle Kampagne entwickelt. Im Mittelpunkt steht die Faszination, die von Medizintechnologien ausgeht. In vielen Fällen kann der Einsatz von Medizinprodukten Leben retten oder die Lebensqualität von Menschen entscheidend verbessern. Ob moderne Wundaufgaben, die künstliche Bandscheibe oder das Kunstherz, Medizintechnologien sind High-Tech. Bei der Entwicklung neuer Medizintechnologien steht das Wunder des menschlichen Körpers im Mittelpunkt, dessen Erhaltung die tägliche Herausforderung der Medizintechnologie ist.

Wer sich heute mit dem menschlichen Körper beschäftigt, sei es in der Schule, im Biologieunterricht, als Medizinstudent oder später in einem Gesundheitsberuf als praktizierender Arzt, Forscher oder Apotheker, ist fasziniert von der Vollkommenheit des menschlichen Körpers. Dieser ist mehr als die Summe seiner Teile, seine Funktionen sind perfekt aufeinander abgestimmt. Leonardo da Vinci betrieb bereits im 15. Jahrhundert umfangreiche anatomische Studien, um dem Wunder Mensch näher zu kommen.

Heute versuchen Ärzte, Forscher und Ingenieure der Medizintechnologiebranche das Wunder Mensch zu verstehen. In den meisten Fällen gilt es, die Funktionen des Körpers möglichst perfekt nachzuempfinden oder zu unterstützen, sobald dieser in Folge von Abnutzungserscheinungen, Krankheiten oder Unfällen Schwächen aufweist.

Die Entscheiderkampagne des BVMed baut auf folgende kreative Leitidee: „Der menschliche Körper ist das größte Wunder der Erde. Ihn zu erhalten, ist die tägliche Herausforderung der Medizintechnologie.“ Dabei messen sich die Wissenschaftler und Mediziner in den Medizintechnologie-Unternehmen an dem höchsten Standard den es gibt: dem Menschen. Dies wird auch im Claim verdichtet: **Der Mensch als Maßstab. Medizintechnologie.**

### **Zugespitzte Visualisierung der Branche: Der werbliche Auftritt**

Was macht die Medizintechnologie so einzigartig? Sie produziert modernste Technik, die sich am komplexesten Mechanismus der Erde messen lassen muss: dem menschlichen Körper. In Anzeigen wird die faszinierende Beziehung zwischen dem Wunder und der Technik visualisiert.

Den Hintergrund der Anzeigen bilden anatomische Zeichnungen aus vergangenen Jahrhunderten angelehnte Illustrationen. Sie machen deutlich, mit welcher Ehrfurcht und Bewunderung sich der Mensch – auch als Forscher – dem kaum begreifbaren Körper nähert.

Gleichzeitig verdeutlichen die Zeichnungen aber auch die Zerbrechlichkeit und Fragilität des Körpers. Dieser Bedeutungskomplex lädt – gemeinsam mit dem hervorgehobenen Wort „Wunder“ in der Headline - die Motive emotional auf. Auf den Zeichnungen liegen die Produkte der Medizintechnologie. Sie sind modern fotografiert und heben sich plastisch vom Untergrund ab. Im Kontrast zu den Zeichnungen verdeutlichen Sie die Leistungen der medizintechnologischen Forschung. Die Natur als mystisches Wunder, die Technologie als begreifbare, moderne und ausgereifte Unterstützung dieses hochkomplexen Systems. So hinterlässt die Anzeige sowohl im Ersteindruck als auch bei genauerem Hinsehen einen positiven und emotional berührenden Eindruck für die Medizintechnologie.

Die Werbemaßnahmen richten sich vor allem an politische Entscheider. Hierfür ist die Nutzung von Flächen an den Orten vorgesehen, in deren Nähe sich diese Zielgruppe vorrangig aufhält. Die Kampagne startet Ende April 2010 mit der Plakatierung von Werbeflächen im Umkreis des Berliner Regierungsviertels, so dass sie politischen Entscheidern gleich ins Auge fällt. Zusätzlich werden so genannte Gatefinger (Fluggastbrücken) auf den Flughäfen als Werbefläche genutzt, die besonders häufig von Entscheidern frequentiert werden.

### **Gehört werden: PR- und Public Affairs**

Die Informations- und Aufklärungskampagne verfolgt einen klaren Agenda-Setting Ansatz. Ziel ist das aktive Besetzen von Chancen-Themen, für die der BVMed über hinreichende Kompetenz verfügt. So können die Leistungen und Bedeutung der Branche betont und die Rahmenbedingungen aufgezeigt werden, innerhalb derer die Branche agieren muss.

Unter anderem soll mit einer Umfrage eines wissenschaftlichen Instituts unter Ärzten überprüft werden, ob Patienten Zugang zum neuesten medizintechnischen Standard haben und wie groß die Therapiefreiheit der Ärzte ist. Ein hochwertiges Kampagnenmagazin mit wechselnden Schwerpunktthemen wird zweimal jährlich politischen Entscheidern zur Verfügung gestellt. Das Magazin wird die Faszination von Medizintechnologien verdeutlichen und auf die Rahmenbedingungen der Branche hinweisen.

Auf der anspruchsvoll gestalteten Internetseite [www.massstab-mensch.de](http://www.massstab-mensch.de) kann man sich ab sofort über innovative Medizintechnologien informieren. Die Besucher können die Einsatzmöglichkeiten der Medizintechnologie im menschlichen Körper per Mouseover-Funktion erkunden. Eine Deutschlandkarte zeigt die Standorte der Mitgliedsunternehmen. Auch hier sind per Mouseover detailliertere Informationen abrufbar. Aktuelle Ereignisse, beispielsweise Prominente, die medizintechnologische Produkte oder Maßnahmen benötigen, werden hier aufgegriffen.

Unser Ziel ist es, den Entscheidern der Gesundheitswirtschaft die Bedeutung, Wertigkeit, Innovationskraft und Faszination von Medizinprodukten noch besser zu vermitteln.

Kontakt:

Der Mensch als Maßstab. Medizintechnologien.  
[www.massstab-mensch.de](http://www.massstab-mensch.de)

c/o  
BVMed – Bundesverband Medizintechnologie e. V.  
Manfred Beeres  
Leiter Kommunikation/Presse  
Tel. 030 – 246 255-20  
[kommunikation@bvmed.de](mailto:kommunikation@bvmed.de)