

## Inhalt

|     |  |     |
|-----|--|-----|
| 1   | Einführung – Digitale Transformation der Medizin                               | 1   |
| 2   | Ich habe doch keine Zeit! Ein Überblick  | 7   |
| 3   | Zeitenwende im deutschen Gesundheitswesen                                      | 15  |
| 4   | Hallo, ich bin neu hier, wie funktioniert das deutsche Gesundheitswesen?       | 23  |
| 5   | Hilfsmittel, Methode, DiGA – Wege in die GKV-Versorgung für digitale Lösungen  | 31  |
| 6   | Entwicklung von digitalen Gesundheitstools                                     | 37  |
| 6.1 | Einbindung von Versorgungsexpertise – Fragen Sie einen Arzt oder ...           | 40  |
| 6.2 | Einbindung der PatientInnenexpertise   | 47  |
| 6.3 | Krankenhäuser – Digitale (Gesundheits-)Tools                                   | 50  |
| 6.4 | Interoperabilität und Datenformate – Das Miteinander von Menschen und Systemen | 54  |
| 6.5 | Datenschutz und Informationssicherheit „by Design“                             | 60  |
| 6.6 | Regulierung von Medizinprodukten   | 62  |
| 7   | Der DiGA-Fast-Track  | 81  |
| 7.1 | Die DiGA-Definition  | 82  |
| 7.2 | Grundlegende Anforderungen   | 86  |
| 7.3 | Positive Versorgungseffekte  | 107 |
| 7.4 | Antrag zur Aufnahme in das DiGA-Verzeichnis                                    | 123 |
| 8   | Die DiGA ist gelistet – Und jetzt?   | 131 |
| 8.1 | Und das war erst der Anfang: Preisverhandlungen                                | 131 |
| 8.2 | Und wer verschreibt mich jetzt? Perspektivwechsel Ambulante Versorgung         | 140 |
| 8.3 | Von der Verordnung zur DiGA  | 142 |

## Inhalt

|      |   |     |
|------|---|-----|
| 9    | Kauf meine DiGA, denn sie ist sehr gut!                           |     |
|      | Marketing von digitalen Medizinprodukten _____                    | 149 |
| 9.1  | Clash of Cultures – Modernes Marketing vs. Heilmittelwerberecht _ | 149 |
| 9.2  | Was soll schon schiefgehen? – Rechtliche Konsequenzen _____       | 150 |
| 9.3  | Heilmittelwerberecht _____  | 151 |
| 9.4  | Werberegelungen für DiGA _____                                    | 157 |
| 10   | ePA und TI – Ein Blick über den DiGA-Tellerrand _____             | 161 |
| 10.1 | Kommunikation im Medizinwesen (KIM) _____                         | 164 |
| 10.2 | Elektronische Gesundheitskarte (eGK) _____                        | 165 |
| 10.3 | Elektronische Patientenakte (ePA) _____                           | 166 |
| 10.4 | Da war doch noch etwas: Das eRezept _____                         | 168 |
| 11   | Zusammenfassung und Ausblick _____                                | 171 |
|      | Literatur _____   | 175 |
|      | Weiterführende Links _____  | 178 |
|      | Abkürzungsverzeichnis _____                                       | 179 |