

STRATEGIE TUT NOT

Die Ampelkoalition in Deutschland hat im Koalitionsvertrag eine Digitalstrategie für das Gesundheitswesen versprochen, und die wird derzeit fieberhaft erstellt. Zeremonienmeisterin ist Susanne Ozegowski, die neue Chefin der Abteilung Digitalisierung im Bundesgesundheitsministerium. Der Konsultationsprozess mit acht Workshops und einer Online-Befragung ist abgeschlossen, spätestens Anfang 2023 sollen Ergebnisse kommuniziert werden.

Strategie tut not. Im Moment stottert der deutsche Digitalisierungsmotor an vielen Stellen. Eine KV steigt aus der Testphase des E-Rezepts aus, vielleicht bald noch eine zweite. Eine gematik verbietet das Video-Ident-Verfahren, während es gleichzeitig in anderen Bereichen breit genutzt wird. Ein oberster Datenschutzler haut den Krankenkassen die alternative Versichertenidentität bei der elektronischen Patientenakte um die Ohren. Der Bundesrat sorgt mit einer Stellungnahme zum European Health Data Space für mehr Verwirrung als Klarheit.



Ganz inklusiv: Die Digitalstrategie des BMG soll möglichst alle Bürger:innen einbeziehen. Auch E-Roller-Fahrer:innen.

» Am Ende wird das digitale deutsche Gesundheitswesen nicht nur ein besseres Kommunikationsklima, sondern auch ein solides institutionelles Fundament benötigen. «



GOVERNANCE MUSS WEITERENTWICKELT WERDEN

Man kann das alles irgendwo nachvollziehen, aber es ist gleichzeitig ziemlich destruktiv. Deutschland macht international keine gute Figur. Es gibt zu viele Instanzen, die beim digitalen Gesundheitswesen mitentscheiden können. Es wird zu wenig in Richtung Bevölkerung kommuniziert. Es gibt kaum Bereitschaft, sich auf Einheitlichkeit beim Datenschutz, bei der digitalen Identifikation oder, andere Baustelle, beim regulatorischen Umgang mit medizinischen Cloud-Lösungen zu verständigen. Es gibt vor allem keine Bereitschaft, mit irgendetwas anderem als mit Maximalszenarien zu beginnen oder überhaupt nur über irgendetwas anderes zu reden. Und es scheint völlig die Fantasie dafür zu fehlen, dass man Anforderungen auch im Laufe der Zeit nachschärfen kann.

Zu glauben, dass eine auf Basis weniger Workshops entworfene Digitalstrategie über Nacht dazu führt, dass Individuen und Institutionen ihre teilweise enormen Egos hintanstellen, dürfte naiv sein. Aber zumindest wird zurzeit etwas intensiver und in etwas anderer Atmosphäre miteinander gesprochen. Das allein könnte schon ein wichtiger Schritt nach vorne sein. Am Ende allerdings wird das digitale deutsche Gesundheitswesen nicht nur ein besseres Kommunikationsklima, sondern auch ein solides institutionelles Fundament benötigen. Das fehlt immer noch. Bei der Governance wurden ein paar Fortschritte gemacht, aber noch nicht genug.

PHILIPP GRÄTZEL VON GRÄTZ
Chefredakteur E-HEALTH-COM