



Bild: Boldin/iStock/Getty Images

28.03.2022 10:04 CEST

Ein mühsamer Weg: Startups berichten, wie ihre digitalen Gesundheitsanwendungen in die Regelversorgung gelangen

Ob Diabetes, Tinnitus oder Knieschmerzen – inzwischen gibt es für viele Krankheitsbilder eine App, und das Angebot nimmt stetig zu. Auch die Bereitschaft bei Ärzt*innen, digitale Gesundheitsanwendungen (DiGAs) in der Patientenversorgung zu nutzen, ist hoch: Eine [Umfrage](#) der Stiftung Gesundheit zeigt, dass über 80 Prozent der befragten Ärzt*innen DiGAs in der

nächsten Zeit testen bzw. einsetzen wollen oder es sogar bereits getan haben. Doch aktuell werden lediglich 31 digitale Gesundheitsanwendungen im Verzeichnis des Bundesinstituts für Arzneimittel und Medizinprodukte (BfArM) gelistet. Denn eine dauerhafte Aufnahme setzt einen verifizierbaren positiven Versorgungseffekt voraus - und einen solchen Evidenznachweis zu erlangen, ist für die Entwickler*innen ein sehr mühsamer Weg.

Was sie aber trotzdem antreibt und mit welchen Hürden sie konfrontiert werden, das schildern zwei Startups in einem Interview für apoHealth, dem Kompetenzzentrum für Digitalisierung im Gesundheitsmarkt bei der apoBank. Nora Mehl, Mitgründerin von [aidhere](#), erzählt, wie ihre digitale Adipositastherapie „zanadio“ den Sprung in die Regelversorgung geschafft hat. Und Thomas Prokopp, Mitgründer von [Medipee](#), beschreibt den Weg der Zertifizierung, den ihre digitale Urinanalyse aktuell durchläuft.

Das gesamte Interview gibt es [hier](#).

Über die apoBank

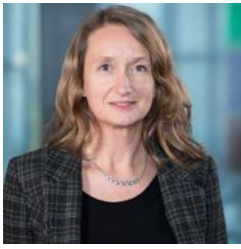
Die Deutsche Apotheker- und Ärztebank (apoBank) ist die größte genossenschaftliche Primärbank und die Nummer eins unter den Finanzdienstleistern im Gesundheitswesen. Kunden sind die Angehörigen der Heilberufe, ihre Standesorganisationen und Berufsverbände, Einrichtungen der Gesundheitsversorgung und Unternehmen im Gesundheitsmarkt. Die apoBank arbeitet nach dem Prinzip "Von Heilberuflern für Heilberufler", d. h. sie ist auf die Betreuung der Akteure des Gesundheitsmarktes spezialisiert und wird zugleich von diesen als Eigentümern getragen. Damit verfügt die apoBank über ein deutschlandweit einzigartiges Geschäftsmodell.

www.apobank.de

Seit der Gründung vor 120 Jahren ist verantwortungsbewusstes Handeln in den Unternehmenswerten der apoBank fest verankert. Sie setzt sich fürs Miteinander ein, fördert Zukunftsprojekte, Kultur sowie soziales Engagement und investiert in Nachhaltigkeit und ökologisches Bewusstsein:

www.apobank.de/mehr-ermoeglichen

Kontaktpersonen



Anita Widera

Pressekontakt

Pressereferentin

anita.widera@apobank.de

0211 5998 153