

Video als Entscheidungshilfe für Patienten

Medizinsoziologe will Projekt aus den USA in Deutschland testen / Betroffene berichten von ihren Erfahrungen

KÖLN (akr). Die Diagnose Brustkrebs hat die Patientin zutiefst erschüttert. Der Arzt erreicht sie kaum mit seinen Informationen. Der Mediziner gibt der Patientin deshalb einen Film mit, den sie sich zu Hause anschauen kann. In dem Film beschreiben verschiedene Frauen mit derselben Diagnose, warum sie sich für jeweils unterschiedliche Therapieoptionen entschieden haben. Außerdem erklärt eine Ärztin die Hintergründe.

In Amerika sind solche Entscheidungshilfen weit verbreitet, in Deutschland nicht. Der Medizinsoziologe Dr. Fülöp Scheibler von der Universität Köln möchte das Konzept auch hierzulande etablieren. "Ein solcher Film soll die Arzt-Patienten-Interaktion nicht ersetzen, sondern ergänzen", betont er.

In Frage kommt der Einsatz des Mediums immer dann, wenn es verschiedene Therapieoptionen gibt. Die Filme sollen Patienten dabei unterstützen, die Konsequenzen einer Entscheidung abzuschätzen. "Der Arzt ist der Fachmann für die Medizin, die Patientin die Expertin für ihr Leben", erklärt Scheibler. In den USA oder Kanada gibt es viele Videos und DVD zu verschiedenen Krankheiten, zum Beispiel von der Foundation for Informed Medical Decision Making. Daß in Deutschland solche Medien kaum eingesetzt werden, führt Scheibler auf die häufig noch paternalistisch geprägte Arzt-Patienten-Beziehung zurück. Die Filme seien ein Beitrag dazu, das zu ändern.

Denn der Mediziner überreicht der Patientin nicht nur einen Film. Er gibt ihr auch einen Fragebogen mit. Darauf hält sie ihre Präferenzen fest. Kommt sie zum Arzt zurück, dient der ausgefüllte Bogen als Gesprächsgrundlage. "Patienten sind eigentlich nicht gewohnt, daß sie gefragt werden", sagt Scheibler. "Deshalb durchbricht schon der Fragebogen die Rollen." Gerne würde Scheibler selbst Filme für ein solches Entscheidungsprogramm produzieren. Doch dafür fehlt ihm das Geld. Deshalb will er nun zunächst eines der amerikanischen Originale übersetzen lassen.

"Wir wollen herausbekommen, ob die amerikanischen Filme auch in Deutschland funktionieren", sagt der Medizinsoziologe. Vier Patientinnen der Kölner Universitätsklinik, die gut Englisch sprechen, haben den Film bislang im Original gesehen - und fanden ihn sehr amerikanisch. Eine Zuschauerin nahm Anstoß an Gitarreneinspielungen, die sie deplaziert fand. Eine andere Patientin fühlte sich angesichts der im Film auftretenden Ärztin an einen US-Serienstar erinnert. Die Medizinerin spricht ihren Text in einer Art Wohnzimmer und hat keinen weißen Kittel an. Die Filmautoren wollen damit die Gleichrangigkeit der Medizinerin und der zuvor zu Wort kommenden zwei Patientinnen signalisieren. Die beiden haben sich bei gleicher Diagnose für unterschiedliche Therapieoptionen entschieden.

Dennoch: "Die vier Patientinnen fanden den Film überwiegend gut, vor allem, weil auf die eigene Entscheidungsfindung der Frauen hingewiesen wird", sagt Scheibler. Noch sucht er einen Geldgeber, der die Synchronisierung bezahlt. Zur Zeit führt er Verhandlungen, unter anderem mit einer Krankenkasse. Die Filme könnten zum Beispiel innerhalb von Disease-Management-Programmen gute Dienste leisten, glaubt er. Ist die Übersetzung fertig, sollen die Filme in einer Kieler Frauenarztpraxis getestet werden.

Nach Scheiblers Vorstellungen sollen die Videos oder DVD nicht über den Handel vertrieben werden. "Das Medium ist nicht dazu gedacht, daß es unabhängig vom Arzt genutzt wird", betont er.