

Ungeplant: Von der Ärztin zur Unternehmerin

Professorin Pia Wülfing hat über zehn Jahre eine onkologische Tagesklinik geleitet - bis die Pandemie sie in den unbezahlten Urlaub zwang. Jetzt ist sie Gründerin und App-Entwicklerin.

Von Kerstin Mitternacht

Seit zwei Jahren arbeitet Professorin Pia Wülfing nicht mehr als Ärztin, sondern ist Gründerin einer DiGA – doch geplant war das alles nicht. „Ich wäre auch heute noch in der Klinik, ich habe sehr gerne dort gearbeitet“, sagt Pia Wülfing der Ärzte Zeitung.

Bis zum Beginn der Pandemie hat Wülfing über zehn Jahre die onkologische Tagesklinik und Praxis des Mammazentrums in Hamburg geleitet. Aber sie ist mit Beginn des ersten Lockdowns von 180 auf 0 ausgebremst worden, weil sie als Corona-Risikopatientin nicht mehr arbeiten sollte. Nach zwei Wochen Urlaub war der Garten gemacht und Wülfing fing an nachzudenken, was sie jetzt mit ihrer Zeit anstellen sollte. Kurzerhand kaufte sie sich zwei Mikrofone fürs Smartphone, um einen Podcast zum Thema Brustkrebs aufzunehmen.

Interviewpartnerin wurde die 70-jährige Nachbarin, selbst ehemalige Brustkrebspatientin. Innerhalb weniger Wochen hatte die Wülfing mit ihr mehrere Folgen für ihren Podcast aufgenommen. Die Rückmeldungen von Kolleginnen und Kollegen sollen durchweg positiv gewesen sein, vielen Patientinnen soll der Podcast Mut gemacht haben.

Pia Wülfing erschienen die Niederungen von Podcast und Social Media nach einer Karriere in Klinik und Forschung zunächst trivial. Aber sie stellte schnell fest, wie damit Brustkrebs-Patientinnen über ihre Erkrankung aufgeklärt werden können. Denn in der Klinik bleibt bekanntlich nur wenig Zeit, diese Aufklärung in der Ausführlichkeit zu leisten, wie die Betroffenen dies brauchen.

„Ich habe alles, was ich in den Aufklärungsgesprächen gesagt habe, aufgeschrieben, alles leitliniengerecht und so, dass es trotzdem von Laien verstanden wird“, sagt Wülfing.

Patientinnen trugen die Idee an sie heran, dass auch Videos eine hilfreiche Ergänzung zum Podcast wären. „Über Unterstützer im Bekanntenkreis habe ich ein Film-Studio samt Kameramann kostenfrei zur Verfügung gestellt bekommen und habe in kurzer Zeit 50 Videos produziert. Somit hatte ich den Podcast, viel Content und Videos und stand vor der Frage: Wie bekomme ich alle diese Inhalte an die Patienten?“



© PINK! BRUSTKREBS (2)

Wülfing dachte an eine Website oder App. Die Schwierigkeit bestand vor allem darin, die Angebote kostenfrei zur Verfügung zu stellen und trotzdem unabhängig zu bleiben. Wülfing entschied sich, eine Digitale Gesundheitsanwendung (DiGA) zu entwickeln. Sie sieht sich als „Social Entrepreneur“ und ihr gehe es in erster Linie darum, betroffenen Patientinnen zu helfen. Sie sagt, der Profit-Gedanke stehe im Hintergrund. „Wir müssen kostendeckend arbeiten, aber die Website und die App PINK! Coach sollen allen Betroffenen unentgeltlich zur Verfügung stehen.“

Die Gynäkologin konnte Anfang 2021 über ein Stipendium die erste Stelle für ihr Unternehmen finanzieren. Sie begann mit einem zunächst sehr kleinen Team, die App zu entwickeln. Einige Hürden galt es zu nehmen: die regulatorischen Anforderungen an eine DiGA, die Pilotstudie für die Zulassung der App, und schließlich der Antrag beim BfArM für die Aufnahme in das DiGA-Verzeichnis. Seit Sommer 2022 ist die App „DiGA PINK! Coach“ im Verzeichnis vorläufig aufgenommen. Preis der App für 90 Tage: 535,50 Euro. Eine weitere Studie mit über 400 Teilnehmerinnen läuft gerade für die dauerhafte Aufnahme.

Das Team wachse langsam, sagt Wülfing. Das Unternehmen habe wenig Geld und auch kein Budget für Marketing. Die Kosten für Regulatorik, Datenschutz, Datensicherheit und für die klinischen Studien – alles Voraussetzungen einer DiGA – müssten selbst finanziert werden, so Wülfing. „Wir hatten aber Glück, dass sich PINK! als Angebot für Mammakarzinom-Patientinnen wirklich schnell in Praxen und Kliniken herumgesprochen hat.“ Im nächsten Schritt soll ein psycho-onkologischer Onlinekurs in die klinische Erprobung gehen. Er könnte künftig ebenfalls als DiGA zur Verfügung stehen.

Wülfing hatte schon viele schlaflose Nächte als Unternehmerin. „Das hatte ich vorher nicht, aber jetzt bin ich für das Gehalt von mittlerweile 25 Mitarbeitern verantwortlich und das ohne ein lange etabliertes Geschäftsmodell und in einem sehr bewegten Bereich. Das ist doch etwas anderes als ein Praxissitz.“ Es gebe keine Erfahrungswerte, auf denen sie

Die DiGA „Pink! Coach“ unterstützt Brustkrebspatientinnen mit Informationen und soll helfen, Kontrolle zurückzugewinnen.

**Professorin Pia Wülfing**

ist Gynäkologin und seit 20 Jahren auf Brustkrebs spezialisiert. Sie war in verschiedenen Brustzentren tätig und hat dort jeweils die Onkologie geleitet. Zudem hat sie sich in der Forschung intensiv mit dem Mammakarzinom beschäftigt. Thema ihrer Habilitation war die Entwicklung neuer Medikamente gegen Brustkrebs.

hätte aufbauen können. Sie kannte allerdings nach 20 Jahren klinischer Tätigkeit die Bedürfnisse der Patientinnen und die Engpässe in Kliniken und Praxen nur zu gut.

Eine Herausforderung für sie war die Frage, wie sie ihr Vorhaben finanzieren könnte. „Einen Forschungsantrag konnte ich stellen, das hatte ich oft genug gemacht, aber wie läuft das als Unternehmerin? Ich wollte auf keinen Fall ‚fremdes‘ Geld, vor allem kein Venture Capital, und dass mir Geldgeber in mein Unternehmen reinreden.“

Anfangs sei es schwer gewesen, sagt sie, potenzielle Geldgeber davon zu überzeugen, dass man mit Content und Coaching ein wirtschaftlich funktionierendes Geschäftsmodell entwickeln kann. Inzwischen können alle laufenden Kosten, auch die für die klinischen Studien, aus den Erlösen gedeckt werden.

Ärztinnen und Ärzte und deren Mitarbeiter in Brustzentren und Praxen verweisen heute ihre Mammakarzinom-Patientinnen an PINK! genauso wie Mammografie-Screeningzentren. „Wir sind in der Patient Journey deshalb sehr früh dabei“, damit Patientinnen mit all den Fragen nach der Diagnose nicht alleine gelassen werden.

Das digitale Angebot soll Versorgung und Abläufe verbessern. „Wir nehmen ja niemanden etwas weg. Wir ergänzen nur. Und nur in Bereichen, die Ärzten ohnehin nicht vergütet würden.“ Kolleginnen und Kollegen würde mit PINK! keine Mehrarbeit entstehen, sondern sie erfahren Entlastung und das leitliniengerecht. „Alles, was den Patientinnen hilft, haben wir zusammengetragen, neben den medizinischen Informationen auch organisatorische Themen wie Kompressions-BH, Reha oder Haushaltshilfe.“

Die Patientinnen seien nach einer Diagnose oft sehr verunsichert, PINK! soll ihnen laut Wülfing helfen, durch Informationen die Kontrolle zurückzugewinnen. „Ich weiß noch, dass viele Patienten im Brustzentrum im Gespräch ihr Smartphone auf den Tisch legten und fragten, ob sie das Gespräch aufzeichnen könnten, damit ihnen nichts Wichtiges entgeht. Mit PINK! haben sie alle Informationen unbegrenzt zur Hand.“

Mut zahle sich wohl doch manchmal aus, sagt sie über ihre Unternehmensgründung. „Wenn ich bedenke, dass ich ohne Geld und ohne Idee, wie es weitergehen könnte, im ersten Lockdown stand, zeigt sich doch, dass es immer Alternativen gibt und ich jetzt obendrein sehr vielen Patientinnen helfen kann.“ Sie weiß, dass bei vielen Kolleginnen und Kollegen zumindest Skepsis bezüglich der Digitalisierung im Gesundheitswesen vorhanden ist. Doch sie ist der Meinung, dass Ärzte sich das nicht aus der Hand nehmen lassen sollten, damit es nicht andere machen, bei denen es dann nur ums Geldverdienen geht und nicht um das ärztliche Ethos.

Spaß macht Wülfing am Unternehmertum, dass sie kreativ sein kann, sich etwas ausdenken und dann mit ihrem Team entwickeln kann. Denn Medizin sei in der Klinik oft ein Kampf gegen Windmühlen. Was sie durch die Pandemie und die Arbeit als Unternehmerin gelernt hat: „Ich plane nicht mehr!“