

Einführung

Dr. Jan Byok und Dr. Alexander Csaki

V

I. Datenschutz und Datensicherheit

- | | |
|--|----------|
| 1 Digital Health und Datenschutzrecht | 1 |
| Dr. Alexander Paul | |

II. Digitale Medizinprodukte

- | | |
|--|-----------|
| 2 Aktuelle Trends bei digitalen Medizinprodukten – neue Märkte für Unternehmen? | 27 |
| Ph.D. Katrin Herrmann und Prof. Dr. Mathias Goyen | |
| 3 (Digitale) Medizinprodukte und medizinische Untersuchungs- oder Behandlungsmethoden: Marktzugang und Erstattung durch die gesetzliche Krankenversicherung | 45 |
| Dr. Mathias Dethloff, Philipp Storz-Pfennig und Dr. Ernst Hagenmeyer | |
| 4 Rechtliche Rahmenbedingungen für den Marktzugang von Neuerungen auf dem Medizinproduktemarkt | 73 |
| Dr. Angelika Kiewel | |

III. Telemedizin

- | | |
|---|------------|
| 5 Telemedizin in der Patientenversorgung | 89 |
| Dr. Franz-Joseph Bartmann und Dr. Johannes Schenkel | |
| 6 Digital Health | 107 |
| Britta Rosenberg, Dr. Sebastian Rosenberg und Dr. Christian Rosenberg | |

IV. Die elektronische Patientenakte

- | | |
|---|------------|
| 7 ePA und IT-Recht, vergaberechtskonforme Beschaffung der Telematikinfrastruktur | 129 |
| Alexander Beyer, Daniela Dammeyer und Prof. Dr. Arno Elmer | |

V. Was bringt die Zukunft?

- | | |
|--|------------|
| 8 Life-Sciences-CRM in der Cloud: Grundlagen, Trends und Erfolgsfaktoren im Healthcare-Kundenmanagement | 149 |
| Dr. Arnim Jost | |

Inhalt

VI. Integrierte Versorgung

- 9 Digital Health in der Integrierten Versorgung 173
Carsten Michels und Lars Neubauer

VII. Social Media – soziale Plattformen

- 10 Social Media in Unternehmen der Gesundheitswirtschaft 201
Dr. Christian Stoffers
- 11 The Virtual Guardian Angel as a Patient-Centered System 223
Prof. Theo B. C. Poiesz
- 12 Social Media als Mittel zur Kunden-/Patientenbindung – Nutzen und Stolpersteine 239
Dr. Benedikt Hoffmann und Dr. Daniela Ochmann
- 13 Aufbau einer Corporate Social Identity – Kunden zu Fans machen 257
Bruno Kollhorst

VIII. Perspektiven in der Medizin: Intelligente Medikament

- 14 Pharma, Diagnostika und IT: Eine Triade für die personalisierte Medizin 281
Birgit Fischer
- 15 Intelligente Medikamente – Kostentreiber oder Zusatznutzen 297
Dr. Peter Moermann

IX. Digitale Gesundheit in Wissenschaft und Forschung

- 16 Evolution statt Revolution – ärztliche Anmerkungen zur Etablierung von Wissenschaft und Forschung bei Telematik und Telemedizin in Deutschland 325
Dr. Christian Groß

X. Rechtliche Rahmenbedingungen der Werbung

- 17 Werbung auf dem Gebiet des Heilwesens 365
Jarste Akkermann