



Die virtuelle (Wissens-) Architektur im Gyn Onco Barcamp 2021

Online-Events

Barcamp 2021 – die Gyn-Onkologie begegnet sich virtuell

Medizinische Fortbildung muss in Zeiten des digitalen Wandels und der Pandemie neue Wege gehen. Das Gyn Onco Barcamp 2021, das von AstraZeneca in Kooperation mit MSD Sharp & Dohme initiiert wurde, fand in diesem Jahr erstmals als reines Online-Event statt. Bei der Konzeption und Umsetzung unterstützte die Healthcare-Agentur Havas Life Bird & Schulte.

Autorin: Mareike Kreuter, Havas Life Bird & Schulte

Gute medizinische Fortbildung in Zeiten des digitalen Wandels zeichnet sich durch spannende Themen, hohe Interaktivität und kurzweilige Online-Formate aus. So geschehen beim Gyn Onco Barcamp 2021, das seit vier Jahren von AstraZeneca in Kooperation mit MSD Sharp & Dohme und in Zusammenarbeit mit der Healthcare-Agentur Havas Life Bird & Schulte umgesetzt wird. Im Mittelpunkt der interdisziplinären Diskussion: neueste Therapieoptionen in der Versorgung von Patientinnen mit Ovarial- und Mammakarzinom, diagnostische Biomarker-Verfahren und aktuelle Praxiserfahrungen im Rahmen der fortschreitenden Digitalisierung.

Grundkonzept der innovativen Veranstaltungsreihe nach dem Vorbild der Barcamps des Silicon Valley ist es, alle

Mitwirkenden gleichermaßen als Referierende und Rezipienten partizipieren zu lassen. Heißt: Jeder Teilnehmende kann aktiv zum Programm beitragen, zum Beispiel durch die Gestaltung eines Vortrags, eines Workshops, einer Präsentation oder durch die Moderation einer Diskussionsrunde. Es ist aber auch möglich, einfach nur im Auditorium dabei zu sein. Dafür stellen sich die angemeldeten Teilnehmenden im Vorfeld ihre persönliche Agenda nach eigenen Interessenschwerpunkten zusammen und bewerben sich mit eigenen Redebeiträgen und Vortragsthemen. „Für uns bedeutet das Barcamp-Konzept die Möglichkeit eine Plattform zu bieten, die von allen mitgestaltet werden kann. Von ExpertInnen – für ExpertInnen. Wir sind davon überzeugt, dass wir das ideale Fortbildungs-

programm am besten gemeinsam mit unseren Chairs sowie den Teilnehmenden entwickeln können und beliebte sowie gewünschte Fokusthemen sich am einfachsten durch diese Zusammenarbeit clustern und spannende neue Topics schnell auf die Agenda setzen lassen“, sagt Jeannine Schöttner, Brand Director Women’s Cancer bei AstraZeneca.

Eine Idee geht in Serie

Seit Beginn des Fortbildungsformates, das von AstraZeneca gemeinsam mit der Agentur Havas Life Bird & Schulte konzipiert und ins Leben gerufen wurde, ist das Interesse groß. Inzwischen hat sich das Gyn Onco Barcamp zu einem festen jährlichen Termin in den Kalendern der



Fotos: Havas Life Bird & Schulte

Begrüßung der Teilnehmenden in der digitalen Lobby

Community entwickelt. „Uns war von Anfang an wichtig, dass wir weit über die bestehenden Angebote mit unserer Methodik hinausgehen möchten. Und mit anfänglich gedanklichen Hürden konstruktiv umgehen müssen“, betont Sabine Baur, Geschäftsführerin der Havas Life Bird & Schulte. „Die Konzeptidee wurde dadurch so lange für eine zertifizierte medizinisch-wissenschaftliche Weiterbildung optimiert, bis sie den hohen Standards und engen Rahmenbedingungen der Pharmaindustrie und der Landesärztekammern entsprach. Ohne dabei ihren Charme einzubüßen.“ Dass dies gelungen ist, zeigt nicht zuletzt die seit Jahren steigende Teilnehmerzahl und die hohe Qualität der inhaltlichen Beiträge, die sich durch die flexible Programmgestaltung ergibt.

Barcamp wird digital

Mit der virtuellen Durchführung des Gyn Onco Barcamps in diesem Jahr wurde das Organisationsteam jedoch erneut vor Herausforderungen gestellt. Hanna Großklaus, Eventmanagerin bei Havas Life Bird & Schulte, weiß: „Das Barcamp-Format lebt von der Interaktion zwischen den Teilnehmenden und Referierenden. Nur mithilfe einer gut zu navigierenden digitalen Plattform kann die Motivation zur Interaktion aufrechterhalten und die Diskussion in den unterschiedlichen Sessions angeregt werden.“ So standen den Besuchern nach

Registrierung in virtuellen Räumen gleich drei Veranstaltungsformate zur Verfügung, um sich mit Kollegen zu den neuesten Updates aus der Wissenschaft auszutauschen: Plenarsessions, Break-outs und „Meet the Expert“-Sessions. Mit einfachen, userfreundlichen Tools konnten jederzeit und spontan Live-Umfragen und Abstimmungen aktiv in die interdisziplinäre Diskussion implementiert werden. Viele Funktionen und Hilfestellungen, darunter eine Programm- und Referenten-Übersicht, Push-Nachrichten zum aktuellen Programm und ein Hilfe-Chat, vervollständigten das Angebot im virtuellen Barcamp.

Highlights sind Programm

Der Veranstaltungsauftritt stand inhaltlich ganz im Zeichen der neuen, durch die Pandemie bestimmten Anforderungen. Mit dem Vortrag ‚Digitalisierung – Fluch oder Segen für den Praxisalltag?‘ wurde das Gyn Onco Barcamp in diesem Jahr von Bart de Witte, Pionier im Bereich digitale Gesundheit, eröffnet. Auch die Referierenden der ersten Break-out-Sessions widmeten sich dem Thema Digitalisierung, stellten unterschiedliche neue Apps vor und diskutierten den Umgang und Einsatz von Social Media in der Medizin. Im Anschluss an das Impulsreferat ‚App auf Rezept – Verschreibung von DiGAs in der Praxis‘ fand eine lebendige Podiumsdiskussion zum Thema ‚Digitalisierung im Gesundheitswesen‘ statt. Während der Diskussion im Plenum bot sich allen Teilnehmenden die Möglichkeit, live über unterschiedliche Fragestellungen abzustimmen oder im Live-Chat Fragen an die ExpertInnen zu richten. Der zweite

Tag war inhaltlich geprägt von Themen zur Tumor-Diagnostik und relevanten Testungsverfahren mit vertiefenden Einblicken in aktuelle Methoden und Maßnahmen sowie der wichtigen Rolle von Biomarkern in der Therapie mit PARP-Inhibitoren. Das wissenschaftliche Programm der beiden Tage wurde von der Landesärztekammer Schleswig-Holstein mit insgesamt sieben CME-Punkten zertifiziert.

Neue Formate überzeugen

Das virtuelle Gyn Onco Barcamp mit AstraZeneca als Veranstalter in Zusammenarbeit mit Havas Life Bird & Schulte ist ein Beispiel dafür, wie jahrzehntelanges Know-how im medizinisch-wissenschaftlichen Fortbildungssegment in immer wieder neuen Ansätzen realisiert wird. Inhaltliche Tiefe in modernen kurzweiligen Kanälen zu generieren, macht den Unterschied. Und die Zahlen dazu belegen den Erfolg: 2021 besuchten deutschlandweit 359 Teilnehmende und 35 national Referierende mit insgesamt 3.155 Online-Session-Visits die Veranstaltung mit wie immer hohen Response-Quoten bei der Evaluierung. Trotz der überaus positiven Bilanz ist der Wunsch groß, dass sich die gyn-onkologische Community im Rahmen des Gyn Onco Barcamps 2022 wieder persönlich treffen kann, so dass ein hybrides Veranstaltungskonzept fürs nächste Jahr schon jetzt in Planung geht.



Foto: Havas Life Bird & Schulte

Gastdozent Bart de Witte in seinem Vortrag zur Digitalisierung im Gesundheitswesen

Havas Life Bird & Schulte

Die Fullservice-Agentur Havas Life Bird & Schulte ist als Kommunikationsagentur für Healthcare auf das gesamte Spektrum spezialisiert von Werbung über Medical Education bis zu Veranstaltungen und Digital Media sowohl für verschreibungs- als auch für nicht verschreibungspflichtige Produkte. Die Agentur gehört seit 2015 zum Havas Netzwerk und beschäftigt ein über 60-köpfiges Team am Standort in Freiburg. bird-schulte.de

