

Symptom Navi Programm

Dank Agilität zu einer
(hoffentlich) nachhaltigen Lösung

Donnerstag, 1. Februar 2024

Ursula Gehbauer Tichler,
Projektleiterin / Geschäftsführerin VFSM

Agenda

- Symptom Navi Programm
- Projektziele
- Geschäftsmodell 1.0
- Geschäftsmodell 2.0 & 2.1
- Fazit

SNP: Vision und Elemente

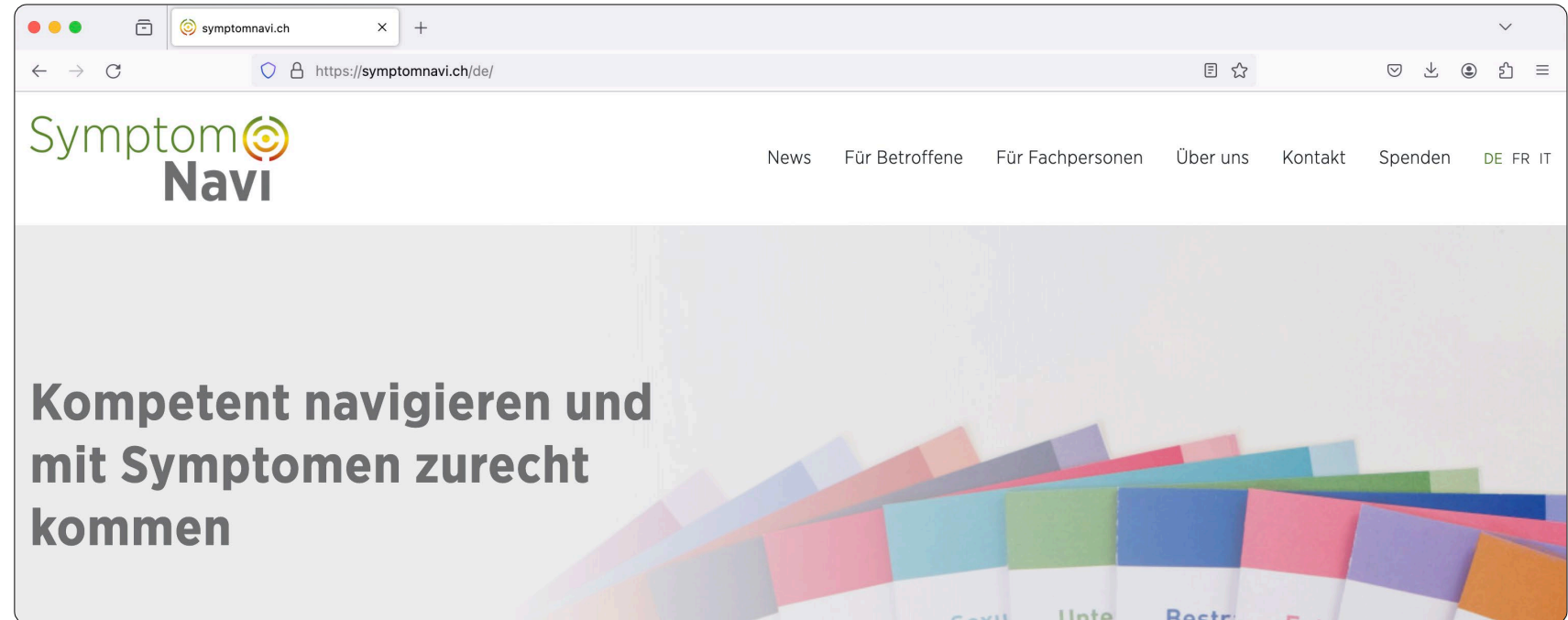
Alle Krebsbetroffenen in der Schweiz haben Zugang zum Symptom Navi Programm.
Sie werden über die ganze Versorgungskette unterstützt:

- kompetent mit ihren Symptomen umzugehen
- Einschränkungen im Alltag in der Lebensqualität zu minimieren
- Langzeitfolgen zu verhindern
- langfristig ihre Gesundheit zu erhalten



Webseite

www.symptomnavi.ch






Krebsbetroffenen Orientierung geben mit:

- schriftlichen Kurzinformationen: Symptom Navi Flyer
- halbstrukturierten Edukationsgesprächen zur Förderung des Selbstmanagements

Symptom Navi Flyer

Beispiel

Atemnot (Dyspnoe)		
Sie fühlen sich ...	Oder Sie stellen fest ...	Was Sie selbst für sich tun können ...
	<ul style="list-style-type: none"> Leichte Atemnot 	<ul style="list-style-type: none"> Versuchen Sie, körperlich aktiv zu bleiben (Spaziergänge, Sport gemäss Ihren Möglichkeiten) und sich regelmässig zu bewegen. Versuchen Sie, herauszufinden, in welchen Situationen die Atemnot auftritt, und ergreifen Sie vorbeugende Massnahmen (siehe unten).
	<ul style="list-style-type: none"> Sie empfinden die Atemnot während der Nacht und/oder tagsüber Sie kommen rasch ausser Atem, wenn Sie sich anstrengen, zum Beispiel beim Treppensteigen oder bereits beim normalen Gehen in der Ebene Sie geraten bereits bei leichten Anstrengungen ausser Atem, zum Beispiel beim Aufstehen, Ankleiden, Zähneputzen oder Duschen 	<ul style="list-style-type: none"> Lassen Sie sich Atemphysiotherapie verschreiben. <ul style="list-style-type: none"> Achten Sie auf Körperhaltungen, in denen Sie besser atmen können. Machen Sie Atemübungen, um die Atemfähigkeit zu verbessern. Erlernen Sie die richtige Technik, um beim Treppensteigen nicht in Atemnot zu kommen. Benützen Sie einen Ventilator und lüften Sie regelmässig. Wenn Sie Atemnot haben, richten Sie den Ventilator direkt in Ihr Gesicht. Mit Entspannungsübungen können Sie die Atemnot lindern. Besprechen Sie mit dem Arzt, ob es sinnvoll sein könnte, zu inhalieren und/oder rezeptpflichtige Medikamente gegen die Atemnot zu nehmen. Wenn Sie schon Reservemedikamente gegen die Atemnot verschrieben erhalten haben, scheuen Sie sich nicht, diese einzusetzen. Die Atemnot kann sowohl Sie als auch Ihre Angehörigen stark belasten. Suchen Sie in dieser Situation das Gespräch mit dem Behandlungsteam.
	<ul style="list-style-type: none"> Neu auftretende Atemnot in Ruhe Plötzliche starke Atemnot Schnelle Verschlimmerung der im gelben Bereich aufgelisteten Symptome Sie haben neu auftretenden Husten, Auswurf oder Fieber Sie haben Brustschmerzen oder Sie husten Blut 	<ul style="list-style-type: none"> Nehmen Sie mit dem Behandlungsteam Kontakt auf.

Projektziele

- Erweiterung Schulungskonzept
- Einführung spitalfernere Settings
- Zugang für Krebsbetroffene
- Erweiterung Angebot Flyer
- Ansätze nachhaltige Finanzierung

Geschäftsmodell 1.0

- Gründung Verein
- Vereinsmitglieder
 - Flyer mit eignen Logos
 - Schulung inhouse
 - Preise Mitgliedschaft
- Webseite: Flyer (ohne Logo) frei zugänglich
- Effekt

Überarbeitung

- Gespräche mit div. Stakeholdern
- Herausforderungen
 - Finanzierungssystem
 - Knappe personelle Ressourcen Spitäler / Zeitmangel Pflege
 - Preissensibilität
- Analyse mit Canvas
- Fokus: Kundennutzen / Wertversprechen / Value Proposition
- Welche Kunden?

Nutzen

- Betroffene & Angehörige (Kaiser-Studie)
 - Hilfreich bis sehr hilfreich
 - Verhinderung 30% Notfallaufnahmen
- KK
 - Weniger Leistung, Reduktion Kosten

Nutzen

- Spitäler
 - Service für Kunden
 - Positionierung Kunden- und Arbeitsmarkt
 - Unterstützung Einarbeitung Personal
 - Unterstützung Betreuung Pflege
 - Qualitätssicherung Pflege
 - Entlastung Personal bei Standardfragen
 - Aktualisierung Merkblätter

Nutzen

- Partner
 - Öffentlich sichtbar gemeinnützige Spende
- Wissenschaftl. Partner
 - Zugang zu qualifizierten Daten

Geschäftsmodell 2.0

- Flyer: Verschiebung in internen Bereich
- Ausrichtung auf unterschiedliche Kunden (Angebot & Preise)
 - Flyernutzung
 - Schulung vor Ort
 - Nutzung Inhalte Flyer (wissenschaftl. Partner)
 - Sponsoring: Gold, Silber, Bronze
 - Mitgliedschaft: CHF 250.-/Person
- Aufbau Netz Ambassador/innen

Geschäftsmodell 2.1

- Kooperation mit Onkologiepflege Schweiz (OPS) im Schulungsbereich
- Anpassung Organisation mit Reduktion Lohnkosten
- Aktion Fundraising
- Anpassung Webseite auf neue Logik

Fazit

- Konsequente Ausrichtung an Kundennutzen (bezahlende Kunden)
- Persönliche Kontakte entscheidend (Kalt- vs. Warmstart)
- Vergrößerung Netzwerk: Suche nach Kooperationspartnern
- Iterativ (Geschäftsmodell & Organisation)
- Mood-Management

Symptom 
Navi