

# **Evaluation der Informationsmassnahme zum Umgang mit Antibiotika im Humanbereich**

## **Zwischenbilanz nach 6 Monaten Umsetzung Executive Summary**

Im Auftrag des Bundesamtes für Gesundheit BAG

Zürich, 27. August 2018

Judith Trageser, Vanessa Angst, Tanja Reinmann, Thomas von Stokar

## Impressum

### **Evaluation der Informationsmassnahme zum Umgang mit Antibiotika im Humanbereich**

Zwischenbilanz nach 6 Monaten Umsetzung – Executive Summary

Zürich, 27. August 2018

**Auftraggeber:** Bundesamt für Gesundheit BAG

**Vertragsnummer:** 18.005168

**Laufzeit der Evaluation:** 15.04.2018 – 15.08.2018

**Datenerhebungsperiode:** 23.04.2018 – 08.06.2018

**Leitung Evaluationsprojekt im BAG:** Petra Zeyen, Fachstelle Evaluation und Forschung (E+F)

**Fachliche Begleitung:** Michael Herrmann (PrivatePublicConsulting GmbH), Hans C. Matter (BAG), Corinne Corradi (BAG), Barbara Weil (FMH), Linda Hadorn (FMH), Martine Ruggli (pharmaSuisse), Andrea Brügger (pharmaSuisse), Delia Bornand (Spitalapotheken) Carole Kaufmann (Spital-Pharmazie, Universitätsspital Basel), Georgio Merlani (Kantonsarzt TI), Florian Sarkar (swiss YPG).

### **Metaevaluation**

Die Evaluation wurde vom BAG extern in Auftrag gegeben, um eine unabhängige und wissenschaftlich fundierte Antwort auf zentrale Fragen zu erhalten. Die Interpretation der Ergebnisse, die Schlussfolgerungen und allfällige Empfehlungen an das BAG und andere Akteure können somit von der Meinung, respektive dem Standpunkt des BAG abweichen. Der Berichtsentwurf wurde in Form einer Meta-Evaluation durch die Fachstelle Evaluation und Forschung des BAG geprüft. Die Meta-Evaluation (wissenschaftliche und ethische Qualitätskontrolle einer Evaluation) stützt sich auf die Qualitätsstandards der Schweizerischen Evaluationsgesellschaft (SEVAL-Standards). Das Ergebnis der Meta-Evaluation wurde dem Evaluationsteam mitgeteilt und fand Berücksichtigung im vorliegenden Bericht.

### **Zitiervorschlag**

INFRAS (2018): Evaluation der Informationsmassnahme zum Umgang mit Antibiotika im Humanbereich. Schlussbericht im Auftrag des Bundesamts für Gesundheit.

### **Bezug**

Bundesamt für Gesundheit, 3003 Bern; Fachstelle Evaluation und Forschung (E+F)  
[www.bag.admin.ch/evaluationsberichte](http://www.bag.admin.ch/evaluationsberichte)

**Korrespondenzadresse:** INFRAS, Judith Trageser, [judith.trageser@infras.ch](mailto:judith.trageser@infras.ch), 044 205 95 26

## Abstract

Die vorliegende Evaluation zeigt auf, wie sich die Informationsmassnahme zum richtigen Gebrauch von Antibiotika bisher bewährt hat und welche Optimierungspotenziale bestehen: Das Faktenblatt spricht die relevanten Punkte zum richtigen Umgang mit Antibiotika an und ist einfach verständlich. Es bietet den Arztpraxen und Apotheken einen Mehrwert bei der Beratung von PatientInnen und KlientInnen. Die Gestaltung und das Format des Faktenblattes stossen mehrheitlich auf positive Resonanz. Die Informationsmassnahme hat bisher aber insbesondere die Arztpraxen noch zu wenig erreicht. Die möglichen Verbreitungskanäle sollten diesbezüglich noch breiter und gezielt genutzt werden. Auch sollten weitere Gesundheitsfachpersonen und Institutionen (z.B. Spitäler) als Mittlerzielgruppen berücksichtigt werden. Weitere Optimierungspotenziale bestehen bei der Bereitstellung des Faktenblatts in zusätzlichen Sprachen sowie bei der Vereinfachung des Bestellprozesses. Schliesslich sollte regelmässig und gezielt über die Informationsangebote informiert und Synergien mit der geplanten Bevölkerungskampagne genutzt werden.

Schlüsselwörter: Umgang Antibiotika, Antibiotikaresistenzen, Kommunikationsmassnahmen, Patienteninformationen, Nationale Strategie Antibiotikaresistenzen StAR.

## Executive Summary

### 1. Einleitung

Anfang 2016 startete die Umsetzung der nationalen Strategie Antibiotikaresistenzen (StAR). Einen Schwerpunkt der Strategie im Teilprojekt Mensch (StAR-M) bildet die Sensibilisierung der Bevölkerung zum sachgerechten Umgang mit Antibiotika. In diesem Zusammenhang haben der Schweizerische Apothekerverband (pharmaSuisse), die Verbindung der Schweizer Ärztinnen und Ärzte (FMH) und das BAG in Konsultation mit verschiedenen Partnern eine Informationsmassnahme entwickelt. Die Informationsmassnahme richtet sich in erster Linie an Apotheken und Arztpraxen, welche ihren KundInnen resp. PatientInnen Informationen abgeben sollen. Kern der Informationsmassnahme ist ein zweiseitiges DIN A5-Faktenblatt, das auf einer Seite einfach verständliche Informationen und Empfehlungen rund um die Antibiotikaeinnahme enthält. Auf der Rückseite führt es Gründe auf, warum bei gewissen Infektionen kein Antibiotikum notwendig ist. Das Faktenblatt kann auf der Webseite [www.antibiotika-richtig-einsetzen.ch](http://www.antibiotika-richtig-einsetzen.ch) auf vier Sprachen (de, fr, it, en) bestellt und heruntergeladen werden. Auf der Webseite ist darüber hinaus ein animierter YouTube-Film zum richtigen Antibiotikagebrauch aufgeschaltet. Schliesslich wurde im Rahmen der Informationsmassnahme auch ein Poster zum Aufhängen in der Apotheke oder Praxis entwickelt.

Das BAG hat INFRAS beauftragt, die Informationsmassnahme in formativer Hinsicht zu evaluieren. Der vorliegende Bericht trägt die Ergebnisse zusammen. Die Evaluation soll darlegen, wie sich die Informationsmassnahme bisher bewährt hat und wo Optimierungspotenziale bestehen. Folgende Evaluationsfragen waren zu beantworten:

- Umsetzung: Wurde die Informationsmassnahme wie vorgesehen umgesetzt? Welche evtl. Schwierigkeiten haben sich ergeben? Als wie geeignet erweisen sich der Umsetzungsprozess und das Umsetzungsnetzwerk?
- Outputs: Inwieweit entspricht das Informationsmaterial den Bedürfnissen/Erwartungen der Apotheken, Arztpraxen<sup>1</sup> und der Fachgesellschaften sowie denen der PatientInnen und KundInnen? Wie ist die Qualität der Informationsprodukte (Gestaltung, Inhalte) zu beurteilen?
- Beitrag zur Zielerreichung: Inwieweit hat die Informationsmassnahme die Mittlerzielgruppe (Apotheken und Arztpraxen sowie Fachgesellschaften) erreicht? Wird das Informationsmaterial akzeptiert und verwendet? Inwieweit hat die Informationsmassnahme die PatientInnen bzw. KundInnen erreicht? Wird das Informationsmaterial verstanden?

---

<sup>1</sup> Der Einfachheit halber wird von «Arztpraxen» und «Apotheken» gesprochen. Es ist genau genommen aber immer das Personal der Arztpraxen und Apotheken gemeint (ÄrztInnen, Medizinische PraxisassistentInnen, -koordinatorInnen und -sekretärInnen, ApothekerInnen, PharmaassistentInnen und sonstiges Verkaufspersonal).

- Welcher Optimierungs- und Handlungsbedarf besteht für die Überarbeitung der Kommunikationsprodukte und für die Umsetzung?

## 2. Methodisches Vorgehen

Die Evaluation stützt sich auf eine Kombination von qualitativen und quantitativen Forschungsmethoden. Den Kern des methodischen Vorgehens bilden telefonische Interviews mit 27 Apotheken und 14 Arztpraxen sowie die Auswertung von Nutzungsdaten der Webseite und der Bestellungen der Faktenblätter. Darüber hinaus wurden zwei Beobachtungen bei zwei Apotheken vor Ort inkl. Kurzinterviews mit KundInnen durchgeführt. Ergänzend und vorbereitend zu diesen Methoden erfolgten eine Dokumentenanalyse, Interviews mit Mitgliedern der Steuergruppe sowie Interviews mit VertreterInnen von medizinischen Fachgesellschaften und Verbänden. Die Ergebnisse der Evaluation wurden in einem Workshop mit der Steuergruppe und Mitgliedern der Begleitgruppe der Evaluation validiert. Der Schwerpunkt des Workshops lag auf der Diskussion und Priorisierung der Optimierungsempfehlungen. Die Ergebnisse des Workshops sind in den definitiven Schlussbericht eingeflossen.

## 3. Resultate

Im Folgenden sind die Resultate der Evaluation zu den Evaluationsfragen zusammengefasst und aus Sicht der EvaluatorInnen kommentiert.

### 3.1. Umsetzung der Informationsmassnahme

#### **Das Umsetzungsnetzwerk hat sich für die Konzeption der Massnahme bewährt.**

Die paritätisch aus den Akteure FMH, pharmaSuisse und BAG zusammengesetzte Steuergruppe arbeitete konstruktiv zusammen. Durch den Einbezug von weiteren Fachgesellschaften in der Fokusgruppe war das Umsetzungsnetzwerk breit abgestützt und es konnte Erfahrungswissen von den Mitgliedern in die Erarbeitung der Kommunikationsprodukte einfließen. Weniger gut bewährt hat sich das Umsetzungsnetzwerk hingegen bisher für die Verbreitung der Informationsprodukte unter der Ärzteschaft (vgl. nächsten Abschnitt).

**Die Verbreitung der Informationsprodukte über Fachgesellschaften ist bisher noch kaum erfolgt.**

Zur Verbreitung der Faktenblätter wurde ein unterschiedliches Vorgehen bei den Apotheken und Arztpraxen gewählt. Während sämtlichen Apotheken je 100 Faktenblätter mit einem Informationsschreiben direkt zugestellt wurden, erfolgte die Verbreitung bei den ÄrztInnen primär über die Fachgesellschaften als Mittler. Aus Sicht der EvaluatorInnen war das unterschiedliche Vorgehen bei den Arztpraxen grundsätzlich angemessen, da diese gemäss eigenen Angaben stets eine grosse Fülle an Informationen erhalten. Somit könnte der Versand eines Stapels Faktenblätter auch Widerstände schüren. Allerdings ist die alternative Verbreitung über die Fachgesellschaften bisher kaum erfolgt. Zwar hat die FMH die Fachgesellschaften über verschiedene Kanäle per E-Mail informiert. Die Information wurde von diesen aber grösstenteils nicht wahrgenommen. Dies zeigt aus Sicht der EvaluatorInnen, dass die Fachgesellschaften direkter und persönlicher angesprochen werden müssen, damit sie aktiv werden.

### 3.2. Eignung der Informationsmassnahme

**Das Faktenblatt ist für den Einsatz in Arztpraxen und Apotheken prinzipiell gut geeignet.**

In den verschiedenen Interviews wird das Thema Antibiotikaresistenzen als wichtiges Thema eingestuft. Die Compliance<sup>2</sup> der PatientInnen bei der Einnahme von Antibiotika sei zum Teil immer noch schlecht. Zudem wenden vor allem Arztpraxen gemäss eigenen Angaben immer noch viel Zeit für die Beratung von PatientInnen auf, die ein Antibiotikum verlangen, obwohl dies nicht nötig sei. Die befragten Arztpraxen und Apotheken sehen deshalb mehrheitlich einen Mehrwert in dem Faktenblatt. Bei der Beratung unterstreiche das Faktenblatt als «offizielles» Dokument die Bedeutung der Informationen an die PatientInnen<sup>3</sup> und biete den Beratenden eine Orientierungshilfe. Den PatientInnen diene es als Erinnerungshilfe.

**Das Faktenblatt eignet sich am besten für die direkte Abgabe.**

Bei der direkten Abgabe des Faktenblattes an die PatientInnen ist dieses gemäss Interviewausagen am wirksamsten, da der richtige Umgang mit Antibiotika dann thematisiert wird, wenn es die PatientInnen direkt betrifft. Zum Auflegen oder Aushängen (in Form des Posters) eignet sich das Faktenblatt aus Sicht der EvaluatorInnen eher weniger bzw. nur in der «Antibiotika-

<sup>2</sup> Der Begriff Compliance stammt aus dem Englischen und hat sich im deutschen Sprachgebrauch etabliert. Er steht für die Bereitschaft der PatientInnen zur Mitwirkung an therapeutischen Massnahmen bzw. die Befolgung der Anweisungen der ÄrztInnen und anderer Gesundheitsfachpersonen.

<sup>3</sup> Zur besseren Lesbarkeit sprechen wir im Folgenden nur von PatientInnen. Damit sind gleichzeitig die KundInnen in den Apotheken gemeint.

Hochsaison»<sup>4</sup>. Aus Interviewaussagen und der Beobachtung vor Ort in Apotheken geht hervor, dass die ausgelegten Faktenblätter in der «Nebensaison» neben vielem anderen Informationsmaterial wenig Beachtung finden.

#### **Die Webseite ist bisher noch ein Nebenprodukt und bietet weiteres Potenzial.**

Die Webseite sowie das darin eingebettete Video sind als Nebenprodukt des Faktenblatts entstanden. Die Webseite sollte als «Basis» für das Faktenblatt dienen, welche den Arztpraxen und Apotheken die Download- und Bestellmöglichkeit bietet. Bisher beschränken sich die Inhalte der Webseite – mit Ausnahme des Erklärungsvideos – auf die Inhalte des Faktenblattes. Aus Sicht der EvaluatorInnen bietet die Webseite aber noch weitere Potenziale. Sie könnte als Schnittstelle zur Sensibilisierungskampagne bei der Bevölkerung bieten, welche im Rahmen von StAR-Mensch geplant ist. Durch die Verbindung der beiden Informationsmassnahmen könnten Wechselwirkungen genutzt werden, indem die Verbreitung des Faktenblatts auch über die PatientInnen angestossen wird, wenn diese stärker zum Thema sensibilisiert sind.

#### **Die Botschaften und Gestaltung der Informationsprodukte stossen auf positive Resonanz.**

Aus Sicht der EvaluatorInnen sind die Informationsprodukte inhaltlich und gestalterisch gut umgesetzt. Die Botschaften sind kurz und prägnant und sprechen die PatientInnen direkt an. Die Informationsprodukte stossen auch bei den befragten Personen grossmehrheitlich auf positive Resonanz. Sie wirken auch auf Befragten ansprechend und modern, wobei den meisten Befragten nur das Faktenblatt bekannt war. Besonders geschätzt wird, dass das Faktenblatt knapp und einfach verständlich ist. Einzelne Befragte erachten das Faktenblatt textlich als eher noch zu überladen. Kleinere Optimierungspotenziale bestehen – auch gemäss einzelnen Interviewaussagen – bei der verstärkten Visualisierung der Botschaften.

### 3.3. Erreichen der Zielgruppen

#### **Die Informationsprodukte werden derzeit noch wenig zur Kenntnis genommen und genutzt.**

Bisher haben rund 3'300 Personen die Webseite [www.antibiotika-richtig-einsetzen.ch](http://www.antibiotika-richtig-einsetzen.ch) besucht. Es ist in den Nutzerzahlen eindeutig sichtbar, dass die Kommunikationsaktivitäten jeweils eine gewisse Aufmerksamkeit erzeugt haben. Die absoluten Zahlen der Webseitenbesuche zeigen aber auch, dass insgesamt erst ein kleiner Kreis der Apotheker- und Ärzteschaft erreicht wurde. Zudem haben bisher erst rund 60 Arztpraxen Faktenblätter bestellt. Von den Apotheken haben

---

<sup>4</sup> Gemäss mehreren befragten Apotheken ist der Antibiotikakonsum höher in der Hochsaison von viralen Infekten (Winter), obwohl medizinisch gesehen kein Zusammenhang besteht zwischen viralen Infekten und Krankheiten, in denen Antibiotika indiziert ist.

rund 30 Faktenblätter nachbestellt. Inwieweit die restlichen Apotheken von den erstmals zugestellten Faktenblättern Gebrauch machten, konnte im Rahmen der Evaluation nicht abschliessend eruiert werden. Dies müsste zu einem späteren Zeitpunkt noch breiter erhoben werden. Der Fokus der vorliegenden Evaluation lag auf der Akzeptanz der Kommunikationsprodukte und ihrer Verbreitung, da zum Zeitpunkt der Datenerhebung die Verbreitung der Informationsmassnahme erst vor gut einem halben Jahr begonnen hatte.

**Die Kenntnisnahme wird durch konkurrenzierende Informationen erschwert bis verhindert.**

In den Interviews wird vielfach erwähnt, dass insbesondere die Arztpraxen aber auch die Apotheken täglich viele Informationen per E-Mail und auf dem Postweg erhalten. Die Arztpraxen und Apotheken triagieren daher stark die Informationen, die sie erhalten. Vor diesem Hintergrund braucht es aus Sicht der EvaluatorInnen noch Zeit sowie gezielte und verstärkte Aktivitäten, damit die Informationsmassnahme zum richtigen Gebrauch von Antibiotika von den Arztpraxen und Apotheken vermehrt zur Kenntnis genommen wird. Darüber hinaus dürfte auch die geplanten Massnahmen zur Sensibilisierung der Bevölkerung dazu beitragen, dass das Thema Antibiotikaresistenzen insgesamt prominenter wird und das Faktenblatt von den Arztpraxen und Apotheken dadurch stärker zur Kenntnis genommen wird.

**Die möglichen Verbreitungskanäle sind noch nicht voll ausgeschöpft.**

Aus den geführten Interviews geht hervor, dass die Möglichkeiten zur Verbreitung der Informationsmassnahme noch stärker ausgeschöpft werden können. Potenzial besteht insbesondere noch über die folgenden Kanäle:

- Medizinische Fachgesellschaften (diese konnten noch zu wenig aktiviert werden, vgl. oben).
- Kantonsärzte und Kantonsapotheken (Informationen der Kantonsärzte werden gemäss Interviews stark beachtet).
- Weitere Informationskanäle der Ärzteschaft und Apotheken (z.B. Journals, Swiss Medical Forum, Social Media, Fernsehsendungen, Kongresse, Weiterbildungsveranstaltungen).
- Weitere Gesundheitsfachpersonen (medizinische Praxisfachpersonen, Mütter- und Väterberatung, Pflegefachpersonen etc.).
- Weitere Institutionen innerhalb und ausserhalb des Gesundheitswesens (z.B. Spitäler, Spitex, Kitas).

**Verschiedene Faktoren behindern den (regelmässigen) Einsatz des Faktenblattes.**

Aufgrund von verschiedenen Interviewaussagen zeigt sich, dass gewisse Hindernisse für den effektiven Einsatz des Faktenblattes bestehen. Dies betrifft einerseits Hindernisse, die dazu



führen, dass es nicht zur Entscheidung kommt, das Faktenblatt einzusetzen (z.B. andere Prioritäten der Arztpraxen und Apotheken, «es wird bereits viel Papier gelagert», «Thema ist gerade nicht akut», Einsatzmöglichkeiten und Nutzen werden durch die Arztpraxen und Apotheken nicht sofort gesehen). Andererseits zeigen sich auch Hindernisse beim regelmässigen Einsatz des Faktenblattes (z.B. unklare Zuständigkeiten in den Arztpraxen und Apotheken, «Bestellprozess geht zu lang», «die Abgabe des Faktenblatts geht in der Alltagssituation vergessen», «es fehlt eine Erinnerung an das Faktenblatt bei der Abgabe von Antibiotika»).

#### **Das Potenzial für Wirkungen bei den PatientInnen ist gegeben.**

Um die Wirkungen bei den PatientInnen zu beurteilen, ist es zum heutigen Zeitpunkt noch zu früh. Die Evaluation gibt aber mehrere Hinweise darauf, dass das Potenzial hierfür vorhanden ist. Erstens zeigen sich die KundInnen in den Apotheken für das Thema Antibiotikaresistenzen empfänglich und diese beurteilen die Information auf dem Faktenblatt als verständlich. Zweitens wird das Faktenblatt von den Arztpraxen und Apotheken, die dieses bereits verwenden, mehrheitlich auch direkt und in den relevanten Situationen (bei der Abgabe von Antibiotika und beim Überzeugen, dass kein Antibiotikum benötigt wird) an die PatientInnen abgegeben.

#### **Die wichtige Zielgruppe der Personen mit Migrationshintergrund ist noch nicht bedient.**

Eine wichtige Zielgruppe für das Faktenblatt konnte noch nicht bedient werden. So weisen mehrere Arztpraxen und Apotheken darauf hin, dass Personen mit Herkunft aus Ländern und Regionen mit hohem Antibiotikakonsum (mediterrane Region, arabische Länder, naher Osten und Lateinamerika) häufiger Antibiotika einfordern, obwohl dies nicht angezeigt sei. Für solche Situationen wünschen sich mehrere Arztpraxen und Apotheken die Übersetzung des Faktenblattes in weitere Sprachen.

## **4. Optimierungs- und Handlungsbedarf**

Ausgehend von den Evaluationsergebnissen ergibt sich aus Sicht der EvaluatorInnen insbesondere Handlungsbedarf bei der Verbreitung des Faktenblatts. Die Möglichkeiten diesbezüglich sind aus unserer Sicht noch zu wenig ausgeschöpft. Darüber hinaus bestehen Optimierungspotenziale beim Abbau von Hindernissen für die Nutzung des Faktenblatts und in Bezug auf die Erhöhung der Wirksamkeit bei den PatientInnen. Wir empfehlen insbesondere folgende Massnahmen zur Optimierung der Informationsmassnahme:<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Die Empfehlungen wurden, wie im Kapitel methodisches Vorgehen ausgeführt, mit der Steuergruppe und einzelnen Mitgliedern der Fokusgruppe diskutiert und priorisiert.

## Hohe Priorität:

- Weitere Verbreitungskanäle bei den ÄrztInnen und Apotheken nutzen. (u.a. Kontakte der Fokusgruppe der Informationsmassnahme besser nutzen).
- Angebot in weiteren Sprachen bereitstellen, um die wichtige Zielgruppe von Personen mit Migrationshintergrund zu erreichen.
- Regelmässig über die Informationsmassnahme informieren und Synergien mit der geplanten Bevölkerungskampagne herstellen.
- Informationsprodukte auch bei weiteren Fachpersonen und Institutionen innerhalb und ausserhalb des Gesundheitswesens bekannt machen.
- Bestellprozess niederschwellig und benutzerfreundlich gestalten.

## Mittlere Priorität:

- Einsatzmöglichkeiten des Faktenblattes in Apotheken und Arztpraxen konkreter aufzeigen.
- Vorteile des Faktenblatts für die Arztpraxen und Apotheken stärker betonen (z.B. Zeitersparnisse, Orientierungshilfe etc.).

## Tiefere Priorität:

- Angebot von Erinnerungshilfen für das Personal in Arztpraxen und Apotheken bei der Abgabe von Antibiotika (z.B. Post-Its oder Implementation in vorhandene elektronische Systeme).
- Prominenterer Verweis auf den erklärenden Film.
- Informationen auf dem Faktenblatt besser visualisieren.
- Angebot weiterer Formate des Faktenblatts (z.B. Kleber für die Arzneimittelpackung).