



Viel zu wichtig für nur einen Tag: Takeda ruft Welt-CED-Monat aus

Berlin - 17. Mai 2019 - Es gibt Krankheiten, bei denen man den Betroffenen nicht auf den ersten Blick ansieht, dass sie krank sind. Dazu gehören die chronisch-entzündlichen Darmerkrankungen (CED) Colitis ulcerosa und Morbus Crohn. Umso schwieriger ist es für die schätzungsweise 400.000 Betroffenen in Deutschland, Verständnis für alltägliche Herausforderungen zu bekommen, z. B. wenn sie bei häufig auftretendem Durchfall schnell eine Toilette finden müssen. Zudem ist CED nicht jedem ein Begriff.

„Diabetes kennt jeder, Rheuma kennt jeder. Aber wenn man sagt ‚ich habe eine CED‘, dann fragen alle immer erstmal nach.“ Die CED-Betroffene Nadine Hauptrock spricht damit aus, was viele Betroffene von Außenstehenden bezüglich ihrer Krankheit erleben: Unwissenheit. Aber nur mit Wissen um die Erkrankung, kann die Akzeptanz und das Verständnis in der Öffentlichkeit verbessert werden. Gemäß des Mottos des diesjährigen Welt-CED-Tages „Das Unsichtbare sichtbar machen“ hat Takeda den gesamten Mai zum Welt-CED-Monat ausgerufen und setzt mit verschiedenen Aktionen Akzente für ein breiteres Bewusstsein und gezielte Wissensvermittlung rund um die Erkrankungen.

Mehr als Erfahrungsaustausch & Engagement

Unterstützungsangebote, eine Vernetzung der Community und das Lernen von CED-Betroffenen hat sich Takeda auf seine Fahnen geschrieben. Das langjährige Engagement umfasst dabei die Einbindung und Information verschiedenster Zielgruppen.

Da Aufklärung im Kleinen beginnt, konnten die Mitarbeiter u. a. in einer internen „Listen & Learn“-Veranstaltung vom direkten Austausch mit Betroffenen, Patientenorganisationen und Ärzten profitieren. Diesen Ansatz begründet Werner Urbancik, Leiter des CED-Geschäftsbereichs bei Takeda, so: „Wir haben uns einen Grundsatz erarbeitet: Mit dem Patienten, für den Patienten.“

Mehr als nur ein Hashtag: #TrotzCED-Kampagne

In diesem Sinne ist auch die Förderung der jeweiligen Communities ein wichtiger Aspekt. Mit der auf Social Media fokussierten Kampagne #TrotzCED möchte Takeda einen Beitrag für einen offenen Austausch zwischen Betroffenen leisten. Die Kampagne lebt daher vor allem von der aktiven CED-Community auf Facebook (<https://www.facebook.com/cedtrotzdemich.de/>). Durch die Zusammenarbeit mit relevanten Akteuren wie dem Verein Lila Hoffnung – CED und Darmkrebshilfe e. V. und betroffenen Bloggern, erreicht die Kampagne darüber hinaus auch Nicht-Betroffene. „Die Öffentlichkeit mit einzubeziehen ist ganz wichtig,“ betont auch Elisabeth Lommatzsch, Betroffene und Leiterin der Morbus Crohn / Colitis ulcerosa-Selbsthilfegruppe Wiesbaden.

Kascha, Betroffene und YouTuberin, fasst zusammen, was für viele Betroffene ein großes Ziel ist: „Ich hätte viel früher, viel offener mit CED umgehen sollen. Denn seitdem ich das mache, komme ich wirklich gut mit der Erkrankung klar. Und ich habe auch das Verständnis von Freunden, Familie und Arbeitgeber – weil sie wissen, was mit mir los ist.“ Takeda möchte alle Betroffenen unterstützen, diese Ziele schneller zu erreichen. Auf den digitalen #TrotzCED-Plattformen wird der offene Austausch gefördert und die Voraussetzungen geschaffen, dass die Krankheit in der breiten Öffentlichkeit mehr Sichtbarkeit erlangt.

Mehr digitale Services für Betroffene und Fachpersonal

Um Patienten bei ihren alltäglichen Herausforderungen einen zuverlässigen Helfer an die Seite zu stellen, hat Takeda kürzlich die App CED Forum gelauncht (Download über Google Playstore und Apple Store). Die verschiedenen Features wie die Lebensmittelampel oder der Toilettenfinder adressieren die wichtigsten Bedürfnisse von Betroffenen. Mit Alexa verknüpft bietet die App neben der Dokumentation von Daten wie Gewicht und Schlaf auch die Beantwortung der wichtigsten Fragen rund um die Erkrankung.

Es gibt natürlich Fragen und Situationen, die Betroffene lieber im persönlichen Gespräch klären möchten: Genau deshalb unterstützt Takeda insbesondere auch die sogenannten CED-Fachassistenten – also auf CED spezialisiertes medizinisches Fachpersonal. Denn diese tragen entscheidend zum Erfolg der Behandlung bei. Informationen von nationalen und internationalen Kongressen sowie aktuelle Patientenmaterialien finden CED-Fachassistenten auf dem Takeda NurseCare Portal (<https://www.takeda-gastroenterologie.de/nursecare>).

Mit seinem 360°-Grad-Ansatz, der Betroffene, Angehörige, Patientenorganisationen, Mediziner und medizinisches Fachpersonal sowie auch die breite Öffentlichkeit berücksichtigt, setzt sich Takeda für Akzeptanz von und Verständnis für CED ein, um das „Unsichtbare sichtbar zu machen“.



Bildunterschrift:

Anlässlich des Welt-CED-Monats färbten sich die #TrotzCED-Kanäle lila – die Farbe, die für die Erkrankung steht

Pressekontakt:

Takeda Pharma Vertrieb GmbH & Co. KG

Unternehmenskommunikation

Andreas Hundt

Tel. +49 30 20 62 77 150

E-Mail: pr@takeda.com