

Presseinformation

09. März 2021

Philips und Disney bündeln ihre Kräfte, um die Erfahrungen von Kindern im Gesundheitswesen zu verbessern

Hamburg – [Royal Philips](#) (NYSE: PHG, AEX: PHIA) und The Walt Disney Company EMEA haben bekannt gegeben, dass sie gemeinsam die Wirkung von Animationsfilmen – insbesondere von Disney-Geschichten – bei Philips [Ambient Experience](#) untersuchen werden. Ambient Experience ist eine einzigartige Kombination aus optimiertem Design, Raumplanung, proprietärer Software, Licht, Klang, Videoprojektionen und multimedialen Inhalten. Sowohl Patientinnen und Patienten als auch Mitarbeitende können ihre Umgebung individuell gestalten und so eine entspannende Atmosphäre schaffen. Das klinische Forschungsprojekt von Philips wird im Sommer in sechs Krankenhäusern europaweit starten. Es ist das erste Mal, dass Disney bei einem solchen Vorhaben mitwirkt.

Philips wird der Frage nachgehen, wie Ambient Experience durch den Einsatz von Animationsfilmen mit einigen der beliebtesten Disney-Figuren zu einer Verbesserung der Patienten- und Mitarbeiterzufriedenheit während pädiatrischer Magnetresonanztomographien beitragen kann. Die Lösung wird sechs originalgetreu stilisierte Animationsfilme wiedergeben, die von Disney unter Anleitung von Philips speziell für den Einsatz in Krankenhäusern erstellt wurden. Die Filme mit Figuren wie Micky Maus, Arielle, Marvel's Avengers oder Yoda aus Star Wars sollen die Ängste der Kinder verringern und das Personal dabei unterstützen, seine Aufgaben im Untersuchungsraum zu erfüllen.

Klinische Expertise von Philips trifft auf Disneys Storytelling

Philips Ambient Experience wurde weltweit [bereits 2.000 Mal installiert](#). Patientinnen und Patienten können das Licht, die Videoprojektionen und den Klang im Untersuchungsraum individuell gestalten. Das gibt ihnen ein Gefühl von Empowerment und Kontrolle und lenkt sie ab. Ambient Experience In-Bore Connect hilft ihnen, sich zu entspannen, Anweisungen zu folgen und Bewegungen zu minimieren. Vor allem für jüngere Kinder ist es wichtig, still zu liegen, um Wiederholungsscans zu vermeiden. Ambient Experience trägt nachweislich dazu bei, die Effizienz durch einen höheren Patientendurchsatz und eine genauere Vorhersagbarkeit zu steigern sowie die Notwendigkeit von Wiederholungsaufnahmen deutlich zu verringern.

Die Zusammenarbeit bringt das klinische Wissen, die Kompetenz und das tiefe Verständnis von Patientenbedürfnissen aufseiten Philips mit Disneys meisterhaftem Storytelling zusammen. Kinder können Inhalte mit ihren Disney-Lieblichkeitscharakteren auswählen, die ihnen ein Gefühl von Vertrautheit, Kontrolle und Geborgenheit geben. Jede Geschichte wurde speziell dafür entwickelt, um Kinder zu beruhigen und sie durch die Untersuchung zu



begleiten – von einem magischen Teppichflug mit Aladdin und Jasmin bis hin zum gemeinsamen Schwingen von Wolkenkratzer zu Wolkenkratzer mit Spider-Man.

„Ein Besuch im Krankenhaus kann ziemlich einschüchternd sein – besonders für Kinder. Eine patientenfreundlichere und -zentriertere Umgebung könnte dabei helfen, die Patientenerfahrung und die Ergebnisse durch First-Time-Right-Bildgebung zu verbessern“, erklärt Kees Wesdorp, Chief Business Leader Precision Diagnosis bei Philips. „In dieser Pilotstudie werden wir uns damit beschäftigen, ob Philips Ambient Experience mit den speziell entwickelten Disney-Motiven Kindern während der Untersuchung ein positives Erlebnis vermittelt. Gemeinsam können wir einen echten Unterschied für die Tausenden von jungen Patientinnen und Patienten machen, die sich täglich medizinischen Maßnahmen unterziehen.“

„Ich weiß aus eigener Erfahrung, wie beängstigend MR-Untersuchungen für Kinder sein können. Mir gefällt, wie fokussiert Philips auf die Patientenzufriedenheit ist“, sagt Jan Koeppen, Präsident der Walt Disney Company EMEA. „Wir bei Disney freuen uns darauf, die MR-Erfahrung von Philips mit unseren Geschichten und Charakteren zu vervollständigen. Wir sind gespannt auf die Ergebnisse der klinischen Forschung und darauf, den Einfluss unserer Figuren in dieser Umgebung zu messen.“

Laut einer kürzlich von der New Economics Foundation durchgeführten Studie unterstützen die bekannten Disney-Figuren Kinder dabei, in beunruhigenden Situationen Vertrauen aufzubauen. Die Studie zeigt auch, dass Disney durch die Kraft seiner Geschichten und Charaktere positive Gefühle, Erfahrungen und Erinnerungen hervorrufen kann, die Kindern und Jugendlichen helfen, Herausforderungen zu meistern.

Schon seit Langem bringt Disney seine Magie und Erzählungen in Kinderkrankenhäuser auf der ganzen Welt. Im Jahr 2018 kündigte Disney ein weiteres Engagement in Höhe von 100 Millionen US-Dollar an, um im Rahmen seines globalen Social Purpose-Programms dazu beizutragen, die Patientenerfahrung von Kindern in Krankenhäusern neu zu gestalten.

Mehr Informationen: www.philips.com/ecr

Weitere Informationen für Journalistinnen und Journalisten:

Kerstin Zimmermann
PR Manager Health Systems
Philips GmbH Market DACH
Mobil: +49 (0) 171/81 80 186
E-Mail: kerstin.zimmermann@philips.com

Über Royal Philips

Royal Philips (NYSE: PHG, AEX: PHIA) ist ein führender Anbieter im Bereich der Gesundheitstechnologie. Ziel des Unternehmens mit Hauptsitz in den Niederlanden ist es, die Gesundheit und das Wohlbefinden der Menschen zu verbessern und sie mit entsprechenden

Produkten und Lösungen in allen Phasen des Health Continuums zu begleiten: während des gesunden Lebens, aber auch in der Prävention, Diagnostik, Therapie sowie der häuslichen Pflege. Die Entwicklungsgrundlagen dieser integrierten Lösungen sind fortschrittliche Technologien sowie ein tiefgreifendes Verständnis für die Bedürfnisse von medizinischem Fachpersonal und Konsumenten. Das Unternehmen ist führend in diagnostischer Bildgebung, bildgestützter Therapie, Patientenmonitoring und Gesundheits-IT sowie bei Gesundheitsprodukten für Verbraucher und in der häuslichen Pflege. Philips beschäftigt etwa 82.000 Mitarbeiter in mehr als 100 Ländern und erzielte 2020 einen Umsatz von 19,5 Milliarden Euro. Mehr über Philips im Internet: www.philips.at/healthcare