

PATIENTEN IN FREIER WILDBAHN

Der Kalauer, „Das Internet verschläft nie einen Trend“, beweist auch bei der klassischen Gesundheitsversorgung seinen Wahrheitsgehalt. Dieses neue Medium verändert heimlich, still und leise – aber letztlich unaufhaltsam – die Wahrnehmung aller Beteiligten, weshalb es sich lohnt, genauer hinzuschauen.

Mehr als 8.000 deutsche eHealth Webdienste und Apps buhlen heute schon im ironisch als „Wilderer Westen“ titulierten Internet um die Gunst der Bürger. Das Angebot digitaler Gesundheits- und Therapieinnovationen steigt immer schneller, denn Industrie, findige Start-Ups und Weltkonzerne wollen alle an dem riesigen Gesundheitsmarkt mitverdienen. Dabei ist der so entstandene digitale Markt so gut wie überhaupt nicht mit den klassischen Strukturen des traditionellen Gesundheitssystems verknüpft. Folglich führt die Innovationskraft des Internets zu massiven Herausforderungen im Gesundheitswesen, auf die die klassischen Akteure der Branche gut vorbereitet sein sollten.

Grundsätzlich ist es am Anfang jeder Entwicklung schwer vorhersehbar, wohin die Reise langfristig gehen wird. Bei eHealth kann man aber jetzt schon erkennen, wie sich die unregulierte Dynamik des neuen Marktes an den Grenzen des verfassten Gesundheitssystems reibt. Moderne Innovationskraft trifft unbekümmert auf die stark regulierten Prozesse der professionellen Gesundheitsversorgung. Dabei wollen Nutzer einfach nur gute Medizin, während die Anbieter meist eine gezielte Gewinnabsicht verfolgen. Markt trifft somit auf Versorgung. Zum Verständnis dieser Entwicklung lohnt sich ein Blick auf die jeweils eigene Sichtweise beider Beteiligten.

Nutzer- oder Patientensicht

Wie nutzen die Verbraucher heute das Internet? Der sogenannte „Nationale E-Patient Survey“ des Marktforschungs- und Strategieunternehmens „EPatient RSD“ beschreibt seit 2010 jährlich die Internetnutzung von Patienten, Chronikern und Gesundheitssurfern sowie deren Auswirkungen auf ihre Therapien und ihr Verhalten auf dem Gesundheitsmarkt. Bei den Suchanfragen machen Diagnosen, allgemeine Gesundheitsthemen und Symptome den größten Anteil aus. Bei den genutzten Webseiten landen Verzeichnisse von Behandlungseinrichtungen, Ärzten, Medikamenten und Medizinprodukten sowie deren Bewertungen ganz vorne, dicht gefolgt von Medikamenten-Checks. Insgesamt ist das Internet laut der besagten Studie nach dem Arzt die wichtigste Quelle für Fragen der Gesundheitsversorgung.

Anbieter- oder Versorgersicht

Wie machen die Anbieter im Internet auf sich aufmerksam? Angeht die allgemeine wirtschaftliche Bedeutung des Internets verwundert die Menge der Agenturen für Online-Angebote nicht. Bemerkenswert ist allerdings, wie viele dieser Trendsetter auch die ambulante und stationäre Gesundheitsversorgung intensiv ansprechen. Allein eine kurze Google-Anfrage ergibt für jeden der beiden Bereiche seitenweise deutsche Treffer. Allen gemeinsam ist die

Botschaft: „Machen Sie Ihre Praxis oder Klinik im Internet bekannt, denn das Internet hat sich bei Ihren Kunden längst zur Informationsquelle Nummer 1 etabliert.“

Stellvertretend für die vielen Praxisangebote rät zum Beispiel das Unternehmen Jameda zwecks Patientengewinnung zu speziellen Aktivitäten wie einer Kombination aus Praxis-Homepage und Verzeichniseinträgen, Trefferoptimierung bei Google, Steigerung der Patientenzufriedenheit zur Empfehlungsgewinnung, Aufzeigen eigener Expertise durch Eigenveröffentlichungen und aktiver Erfolgskontrolle von Online-Maßnahmen. Kurz: Das Marketing soll also auch in Praxen und Kliniken einziehen.

Fazit

Bei der ständig wachsenden Zahl von Internetangeboten wird es immer schwerer, die Spreu vom Weizen zu trennen. Letztendlich ungeklärt bleibt die Frage nach einer zuverlässigen Orientierung für die Beurteilung der Qualität der angegebenen Informationen. Über die Jahre hat es schon viele Initiativen und Verfahren zur Kennzeichnung der Qualität medizinischer Inhalte gegeben, aber so richtig durchgesetzt hat sich bisher keine. Ein Selektionsergebnis ist noch nicht erkennbar, eine Konsolidierung daher unausweichlich.

*Dr. med. Christoph Goetz,
Leiter Gesundheitstelematik (KVB)*