

# Mit 3 Klicks zur Patienteninformation!?

## Kann man sich im Internet wirklich gut informieren? Die Chance für das Online-Marketing!

Von Sabine Loh

**H**äufig denkt man: In Zeiten des Internets bin ich doch informierter als je zuvor. Vor meinem Arztbesuch suche ich online nach Anhaltspunkten zu meiner

Internet-Erklärungen zu Erkrankungen sind unspezifisch. Wie sollte es ohne Anamnese auch anders sein? Darüber hinaus, und dieser Punkt ist besorgniserregend, wird nicht direkt und unmissverständlich empfohlen, durch einen Arztbesuch ernsthafte Erkrankungen auszuschließen.

Damit wird deutlich: In der Medizin stehen wir immer noch am Anfang des Online-Marketings. Patientinnen und Patienten suchen relevante und genaue, vor allem aber verständliche und vertrauenswürdige Informationen. Sie finden Werbung, unzureichende Hinweise und auch falsche Informationen.

Was man braucht? Portale, die durch hohe aktuelle Informationsqualität überzeugen und medizinische Leistungen abbilden. Konkret: Die Sprache muss leicht verständlich sein. Die wichtigsten Informationen sollten so

einfach wie möglich zu finden sein – maximal 3 Klicks bis zur in Frage kommenden Erkrankung und zu Spezialistinnen und Spezialisten. Bei unserem koloproktologischen Beispiel hieße das: Erkrankungen des Darms oder Gesäßes (Klick), Hämorrhoiden (Klick), Ihr Spezialist (Klick). Die ausgewählte Informationsdomäne sollte klar gegliedert sein. Man muss intuitiv navigieren können.

Schließlich muss das hinterlegte medizinische Wissen leitlinienkonform und aktuell sein, von Experten und Expertinnen mitverfasst. Die Aufgabe des Marketings besteht darin, dieses Wissen erfolgreich an die interessierten Patientinnen und Patienten zu vermitteln – ganz ohne Werbung. ■

*Mit nur 3 Klicks auf relevante Informationen einer Erkrankung stoßen? Das müsste in Zeiten des Internets möglich sein. Bisher ist es noch eine Wunschvorstellung der Patientinnen und Patienten, schnell vertrauenswürdige und klare Informationen zu finden. Unabhängige Online-Portale, die die Sprache der Laien sprechen und die Navigation zu Spezialistinnen und Spezialisten erleichtern, könnten helfen.*

**Keywords:** Marketing, Kommunikation, Strategie

möglichen Erkrankung. Ich gebe Symptome ein und lese nach, was mir die gängigen Suchmaschinen anzeigen. Und wenn der Arzt oder die Ärztin dann eine Diagnose stellt, kann ich leicht überprüfen, ob die Therapie-Empfehlungen mit dem übereinstimmen, was laut Internet dem aktuellen medizinischen Wissen entspricht.

In der Realität sieht das anders aus. Betrachten wir die vermeintlich harmlosen Volkskrankheiten, wie Blasenstörungen, Fußpilz und Hämorrhoiden, so stellt man leider fest, dass die Suchergebnisse keineswegs sachgerecht informieren. Vielmehr werden per erstem Klick sofort zahllose Präparate zum Kauf angeboten. Einer der Einträge lautet: „Hämorrhoiden verschwinden in 3 Tagen“. Wenn es doch nur so einfach wäre, werden einige schon gedacht haben, nachdem sie die dritte Salbe bestellt und über Wochen versucht haben, Linderung herbeizuführen. Doch wer geht mit diesem intimen „Problem“ schon gleich zum Arzt?

Sabine Loh

create for care

Agentur für Gesundheitsmanagement

