

Online-Getümmel!

Und wo sind denn jetzt die Patienteninformationen?

Von Sabine Loh

Erfolgreiches Klinik-Marketing ohne digitale Vernetzung ist heute undenkbar. Doch ist es nicht immer wieder erstaunlich, wie groß die Informationslücken sind, wenn Patientinnen und Patienten Hilfe suchen?

Vor wenigen Wochen fand an der Technischen Universität Wien die Auftaktveranstaltung des Vienna Up'22, dem Start-up-Festival statt. Beim ersten Health Hub Vienna Meetup sprachen ausgewiesene Expertinnen und Experten über die medizinischen und therapeutischen Online-Angebote für mental erkrankte Menschen. Spannend, denn zum einen stellten sie anhand aktueller Untersuchungen während der Corona-Zeit fest, dass eine Therapie-sitzung, die online durchgeführt wurde, von Patient und Therapeut gleichermaßen als wirkungsvoll bewertet wurde. Zum anderen zeigte sich, dass das Online-Angebot und die damit verbundenen Informationen zu wenig oder zu unspezifisch kommuniziert und oftmals nicht gefunden wurden. Fatal, zumal in der Pandemie zahlreiche Patientinnen

und Patienten auf eine Therapie verzichten mussten.

Online-Marketing braucht Katalysatoren

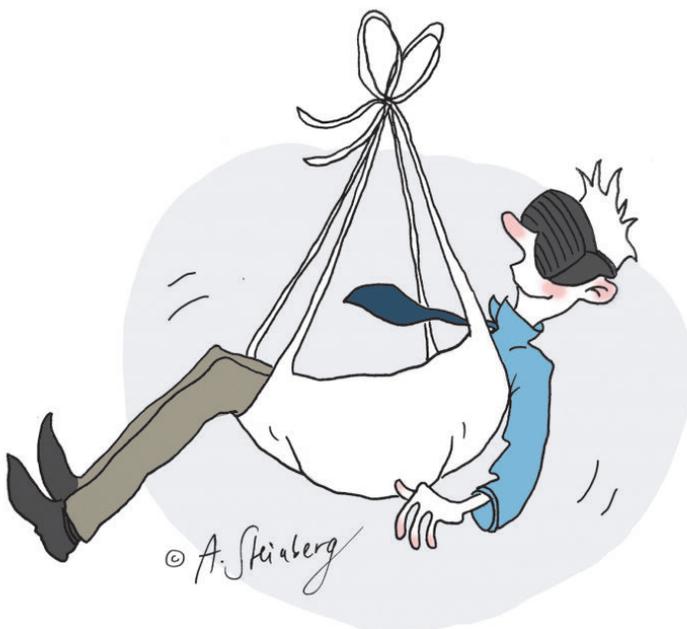
Eine Möglichkeit ist, mit Start-ups zusammenzukommen, um gemeinsam eine Strategie zu verfolgen. Start-ups wohnt ein Gedanke inne: Sie wollen rasch wachsen, indem sie mit innovativen Ideen den Markt erobern. Warum sich also nicht mit jungen, aufstrebenden Teams zusammenschließen? Schließlich geht es darum, den Mehrwert und die Hilfe für Patienten im Online-Dickicht herauszustellen, sie sichtbar und handhabbar zu machen. Online-Marketing muss sehr zielgerichtet, aufmerksamkeitsregend sowie eingängig umgesetzt werden. Vor allem muss ein medizinisch-therapeutisches Angebot schnell auffindbar und verständlich sein. Hierzu müssen Ärzteschaft, Therapeutinnen und Therapeuten als auch die Marketingteams noch mehr auf die Bedürfnisse der Patienten und Angehörigen eingehen. Ein Start-up kann als Katalysator dienen und den Blick schärfen.

In Wien haben sich in diesem Jahr wieder kreative Köpfe vorgestellt, die mit ihren Ideen neue Räume für Begleitung und Behandlung erschaffen haben – online und mit direkter Vernetzung zwischen Arzt und Patient. Jetzt müssen nur noch die Akteure davon erfahren, um gegebenenfalls profitieren zu können. Keine leichte Aufgabe, aber eine,

Wie kommt es also, dass es zwar sehr gute (Online-) Behandlungsangebote gibt, diese jedoch nicht sichtbar werden? Online-Marketing ist eben mehr als ein Webseite-Relaunch, die Eröffnung eines Social-Media-Kanals oder eine neu ausgerichtete Patientenveranstaltung. Auf diese Weise erreicht man noch keine potenziellen Patientinnen und Patienten. Um sich im dichten Online-Getümmel hervorzutun, bedarf es eines Katalysators.

Keywords: Marketing, Vernetzung, Strategie

die einmal mehr zeigt: Marketing und Kommunikation sind heutzutage wichtiger denn je in der Gesundheitsbranche. ■



Die Vibes der Startups für die Zusammenarbeit nutzen.

Sabine Loh

Leiterin Corporate Brand Management
Universitätsmedizin Mannheim & Akademie

Gründerin von create for care



Sabine Loh