

Digitales Aushängeschild par excellence

Das Deutsche Herzzentrum in Berlin ist Sieger beim Wettbewerb „Deutschlands Beste Klinikwebsite“. Den beliebten Contest hat Novartis in diesem Jahr zum 14. Mal veranstaltet.

Dez 08, 2016

Keine Klinik, die etwas auf sich hält, kann heute mehr ohne sie: Die Website. Sie ist die virtuelle Visitenkarte und häufig die erste Anlaufstelle für Patienten, Angehörige, Ärzte und Medienvertreter. Beim Stöbern auf der Krankenhaus-Homepage kann sich entscheiden, ob ein Patient dem einen oder dem anderen Haus das Vertrauen für seine Behandlung schenkt. Novartis veranstaltet deshalb jährlich den Wettbewerb „Deutschlands Beste Klinik-Website“. „Wir wollen Krankenhäuser dabei unterstützen, dass sie besser bei ihrer Außendarstellung im Internet werden“, sagt Jörg Franke von Novartis, der den Contest seit Längerem betreut und mit seinem Team organisiert.

Nun wurden die Gewinner 2016 bekanntgegeben: Primus unter den mehr als 300 teilnehmenden Kliniken ist das Deutsche Herzzentrum in Berlin. Ihm folgen auf den Plätzen 2 und 3 das Ortenau-Klinikum und das Universitätsklinikum Hamburg-Eppendorf.

Je planbarer ein Klinikaufenthalt, desto wichtiger die Homepage

„Wir haben mit dem Wettbewerb so etwas wie eine Marke geschaffen“, freut sich Franke. Das nutzt auch den Patienten. Je besser eine Klinik-Website, umso leichter können sich Patienten über ihre jeweilige Krankheit und die entsprechende Behandlung in einer Klinik informieren. Und: Je langfristiger man einen Krankenhausaufenthalt planen kann, beispielsweise bei Geburten oder Hüft- und Knieoperationen, desto intensiver befassen sich werdende Eltern respektive Patienten mit den Websites der Kliniken.

„Wenn dann der Eindruck entsteht, dass ein Krankenhaus unstrukturiert ist, kann das abschrecken“, sagt Prof. Frank Elste von der Dualen Hochschule Baden-Württemberg aus Bad Mergentheim, Experte in Sachen Klinik-Websites und Co-Veranstalter des Wettbewerbs. Dann wählen die Patienten aller Wahrscheinlichkeit nach lieber Kliniken mit einer ansprechenderen Außendarstellung.

Seriös, kompetent, aufgeräumt

Fast alle Klinik-Websites überzeugten durch einen hohen Standard von Patientenorientierung und Professionalität. So hatte die Jury, die sich aus Vertretern von Krankenhausverbänden, Industrie und Patientengruppen zusammensetzt, die Qual der Wahl unter den 15 übrig gebliebenen Bewerbern, die es in die engere Auswahl geschafft hatten.

Der Gewinner, das Deutsche Herzzentrum Berlin, hat es auf den Spitzenplatz geschafft, weil es mit „seinen tollen Informationen überzeugt“, erklärt Elste. „Die Informationen sind verständlich und hervorragend aufbereitet und man findet sie auch gut auf der Homepage.“ Gleichmaßen sei die optische Darstellung vorbildlich. Der Nutzer der Seite bekomme den Eindruck von Sauberkeit und Hygiene: „alles sehr seriös, sehr kompetent, sehr aufgeräumt.“

Soziale Medien und mobile Geräte

Aber auch die Außendarstellung in sozialen Medien wie Facebook, Twitter und Co. wird immer wichtiger. „Darauf haben wir in diesem Jahr noch genauer geschaut“, sagt Elste. Aber auch die optimale Darstellung der Inhalte nicht nur auf PC und Notebook, sondern auch auf Smartphone und Tablet spielen eine wichtige Rolle. „Das bekommen erst knapp ein Drittel aller deutschen Krankenhäuser gut hin.“ Ganz zu schweigen von einem Service-Angebot über mobile Geräte. „Das“, so Elste, „ist für die Kliniken eine Herausforderung für die Zukunft.“

Jede teilnehmende Klinik erhält in den nächsten Wochen ihr Wettbewerbsergebnis, eine individuelle Stärken-Schwächen-Analyse sowie detaillierte Verbesserungsvorschläge für ihre Website. Darüber hinaus wird das imedON-Zertifikat verliehen, das die Patientenfreundlichkeit einer Website nachweist. Patientenfreundlich ist eine Website u. a. dann, wenn sie für Laien verständliche Texte enthält oder Checklisten für Patienten bzw. Besucher-Informationen. Unabhängig von der Platzierung erhält jede Klinik dieses Zertifikat, die die Kriterien dafür erfüllt. Es gilt bis zum 31.12.2017 und kann in Form eines Siegels für Besucher gut sichtbar auf der jeweiligen Klinik-Website angebracht werden.

Source URL: <https://uat2.novartis.de/news/digitales-aushaengeschild-par-excellence>

List of links present in page

1. <https://uat2.novartis.de/news/digitales-aushaengeschild-par-excellence>
2. <http://www.dhzb.de>
3. <http://www.ortenau-klinikum.de>
4. <http://www.uke.de>
5. <http://www.dhzb.de>