imedON – Initiative Medizin Online

Die Initiative für Medizin im Netz

Jens Stadler, Magdalena Gruba, Frank Elste

Dr. Altmann von Novartis im Gespräch mit Dr. Dr. Frank Elste, Heidelberger Institut für Medizinmarketing, und Michael Reiter vom GIT-Verlag.

Das Internet wird von Patienten seit Jahren zur Informationsgewinnung im medizinischen Sektor genutzt. Inzwischen hat es die anderen Informationsmedien, wie Hausarzt, soziales Umfeld, TV, Zeitschriften etc., nicht nur ergänzt, sondern zum Teil sogar verdrängt. Dabei kann es leider durchaus passieren, dass Patienten eine schlechte Webseite fälschlicherweise mit einem schlechten Krankenhaus gleichsetzen. Mit diesem Problem beschäftigten sich im Rahmen des Wettbewerbs „Deutschlands Beste Klinik-Website" bereits seit vielen Jahren die Veranstalter, Novartis Pharma aus Nürnberg und das Heidelberger Institut für Medizinmarketing. Um die Qualität der medizinischen Webseiten noch mehr zu fördern, hat daher Novartis Pharma zusammen mit dem Heidelberger Institut für Medizinmarketing Anfang 2009 die „Initiative Medizin Online" ins Leben gerufen. Das Ziel der Initiative liegt darin, den Krankenhäusern Möglichkeiten zur Erstellung einer guten Webseite aufzuzeigen und sie bei der Webseitenoptimierung zu unterstützen. Was die Initiative darüber hinaus erreichen möchte, ist eine hohe Qualität der Krankenhauswebseiten. Dazu wird jedes Jahr ein Qualitätszertifikat an die Kliniken verliehen, die die Qualitätskriterien des Heidelberger Instituts für Medizinmarketing erfüllen.

Heidelberger Institut für Medizinmarketing GmbH
Hauptstraße 64–66, Seitenbau · 69117 Heidelberg
Telefon (06221) 6559-590 | Telefax 6559-598
http://www.medizinmarketing.org
http://www.medizinforschung.org
E-Mail: mail@ medizinmarketing.org
Med. Direktor / GF Dipl.-Kfm. Dr. Dr. Frank Elste
Amtsgericht Mannheim Handelsregister B 337894
Umsatzsteueridentifikationsnummer DE238568990

Hintergründe

Ziel dieser im Jahr 2009 gegründeten Initiative ist es, die Patientenfreundlichkeit medizinischer Webseiten zu erhöhen und somit auch im Online-Bereich den Patienten in den Mittelpunkt aller Anstrengungen im Gesundheitssystem zu stellen. Die Initiative setzt die langjährigen Forschungsergebnisse des Heidelberger Instituts für Medizinmarketing im Bereich der Patientenbedürfnisse in die Praxis um und gibt den Akteuren im Gesundheitswesen somit Gelegenheit, noch besser die Erfordernisse einer patientenfreundlichen Webpräsenz zu erfüllen. Zu diesem Zweck werden in diesem Paper die Kriterien veröffentlicht, die eine patientenfreundliche und qualitativ-hochwertige Webseite auszeichnen. Das durch die Initiative verliehene imedON-Zertifikat ist ein unabhängiger und wissenschaftlich-fundierter Nachweis für die Patientenfreundlichkeit von medizinischen Webseiten und kann von jedem beantragt werden, der die imedON-Kriterien erfüllt.

Die Initiatoren

An dieser Stelle möchten wir kurz die Initiatoren der Initiative Medizin Online (imedON) vorstellen:

Das Heidelberger Institut für Medizinmarketing, Vertreter der Forschung

Das Heidelberger Institut für Medizinmarketing ging aus der Forschungsgruppe „Marketing in der Medizin“ der Universität Heidelberg hervor und erforscht in seiner Arbeit die Veränderungen im Gesundheitssystem aus medizinisch-betriebswirtschaftlicher Sicht. Über die Jahre ist das Institut zu einer der führenden Einrichtungen im Bereich des Medizinmarketings geworden. Das Heidelberger Institut für Medizinmarketing entwickelte im Rahmen seiner Arbeit die Kriterien für das imedON-Zertifikat und ist einer der Hauptgründer der Initiative.

Novartis Pharma, Vertreter der Industrie

Der bekannte Pharmahersteller aus Basel hat traditionell ein hohes Forschungsengagement. So investierte Novartis im Jahr 2007 allein in Deutschland 160 Mio Euro in Forschung und Entwicklung neuer Medikamente und führte im gleichen Jahr 125 klinische Studien durch – mehr als alle Wettbewerbskonkurrenten. Da im Fokus von Novartis eine ganzheitliche und qualitativ hochwertige medizinische Versorgung steht, war es nur konsequent, dass das Pharmaunternehmen zu den Gründern dieser Initiative zählt.

Heidelberger Institut für Medizinmarketing GmbH
Hauptstraße 64–66, Seitenbau · 69117 Heidelberg
Telefon (06221) 6559-590 | Telefax 6559-598
http://www.medizinmarketing.org
http://www.medizinforschung.org
E-Mail: mail@ medizinmarketing.org
Med. Direktor / GF Dipl.-Kfm. Dr. Dr. Frank Elste
Amtsgericht Mannheim Handelsregister B 337894
Umsatzsteueridentifikationsnummer DE238568990

Das Zertifikat

Das Zertifikat kann von allen medizinischen Einrichtungen erworben werden, die über eine eigene Webseite verfügen. Die Prüfung und Zertifizierung des Webauftritts dauert ca. 30 Tage; danach entscheiden die Gutachter am Heidelberger Institut für Medizinmarketing, ob alle notwendigen Kriterien von imedON erfüllt werden. Im Rahmen des Wettbewerbs „Deutschlands Beste Klinik-Website“ können sich die Krankenhäuser mit Sitz in Deutschland um das Zertifikat bewerben. Dies erfolgt automatisch mit der Anmeldung zum Wettbewerb, die seit Mai 2009 möglich ist. Mit dem imedON-Zertifikat können die teilnehmenden Kliniken belegen, dass Ihre Webseiten die wichtigsten Kriterien einer modernen und patientenfreundlichen Webseite erfüllen. Patienten achten auf solche Gütesiegel oder nehmen diese auch unbewusst wahr. Der Erwerb des Zertifikats ist somit für alle medizinischen Einrichtungen auch unter dem Marketingaspekt äußerst interessant. Das Zertifikat wird im Rahmen des Wettbewerbs immer im Herbst verliehen und gilt dann bis zum 31.12. des darauf folgenden Kalenderjahres.

Das Gütesiegel von imedON.

Die imedON-Kriterien

Das Zertifikat „imedON“ basiert auf maximaler Transparenz. Aus diesem Grund veröffentlicht die Initiative auf dieser Homepage die Kriterien, die in langjähriger Forschungsarbeit vom Heidelberger Institut für Medizinmarketing entwickelt wurden und für einen patientenfreundlichen Webauftritt unerlässlich sind. Damit das imedON-Zertifikat verliehen wird müssen im rechtlichen Bereich alle Kriterien und in den anderen Bereichen je 2/3 der aufgelisteten Kriterien erfüllt sein. Im folgenden werden nun die Kriterien, sortiert nach den einzelnen Bereichen, aufgelistet:

Heidelberger Institut für Medizinmarketing GmbH
Hauptstraße 64–66, Seitenbau · 69117 Heidelberg
Telefon (06221) 6559-590 | Telefax 6559-598
http://www.medizinmarketing.org
http://www.medizinforschung.org
E-Mail: mail@ medizinmarketing.org
Med. Direktor / GF Dipl.-Kfm. Dr. Dr. Frank Elste
Amtsgericht Mannheim Handelsregister B 337894
Umsatzsteueridentifikationsnummer DE238568990

Medizinische Informationen

⇨ Die Patienten können der Homepage entnehmen, welche medizinische Leistungen in der Klinik angeboten werden.

⇨ Die angebotenen Leistungen werden für einen Laien verständlich erklärt.

⇨ Durch die Angabe des Datums bei den medizinischen Texten kann ein Besucher der Webseite erkennen wie aktuell die angebotene Leistung ist.

Organisatorische Inhalte

⇨ Die Patienten erfahren auf der Homepage, was sie zu einer Behandlung mitbringen, bzw. was sie zu Hause lassen sollen.

⇨ Auf der Homepage ist ersichtlich, ob und welche Wahlleistungen eine Klinik anbietet.

⇨ Patienten und Besuchern wird auf der Homepage beschrieben, wo sich die Klinik befindet und wie sie diese am besten erreichen können.

⇨ Bei weiterem Informationsbedarf werden den Patienten Ansprechpartner auf der Webseite genannt.

⇨ Auf der Homepage wird für die Vertreter der Presse ein Ansprechpartner oder andere, für sie relevante Informationen, genannt.

Gestaltung und Barrierefreiheit

⇨ Die Verständlichkeit der Texte auf der Webseite wird durch eine geeignete Auswahl von Bildern und Abbildungen unterstützt.

⇨ Alle eingestellten Bilder oder Abbildungen werden auch tatsächlich angezeigt.

⇨ Homepagebenutzer mit einer Sehschwäche können sich die Webseite vergrößern.

⇨ Die Farbauswahl auf der Homepage beeinträchtigt keine Besucher mit einer Rot-Grün-Störung.

⇨ Auf der Homepage gibt es ein durchgängiges Corporate Design, d.h. die Homepage weisst eine einheitliche Gestaltung auf.

⇨ Die Informationen auf der Webseite werden gezielt für die jeweiligen Besuchergruppen, z.B. Patienten oder einweisende Ärzte, aufbereitet.

Heidelberger Institut für Medizinmarketing GmbH
Hauptstraße 64–66, Seitenbau · 69117 Heidelberg
Telefon (06221) 6559-590 | Telefax 6559-598
http://www.medizinmarketing.org
http://www.medizinforschung.org
E-Mail: mail@ medizinmarketing.org
Med. Direktor / GF Dipl.-Kfm. Dr. Dr. Frank Elste
Amtsgericht Mannheim Handelsregister B 337894
Umsatzsteueridentifikationsnummer DE238568990

Benutzerfreundlichkeit und technische Kriterien

⇨ Ein Homebutton ermöglicht es Besuchern der Webseite ohne Probleme auf die Startseite zurückzukehren.

⇨ Besucher können über eine Suchfunktion auf der Homepage gezielt nach Informationen suchen.

⇨ Alle Links auf der Webseite funktionieren.

⇨ Die Webseite funktioniert mit allen gängigen Browsern (Mozilla Firefox, Internet Explorer, Safari, Opera, Google Chrome) einwandfrei.

⇨ Eine patientenfreundliche Webseite zeichnet sich dadurch aus, dass sie einem Benutzer schnell zur Verfügung steht. Zur Erlangung der imedON-Zertifikates sollte die Ladezeit der Startseite der Klinik 10 Sekunden nicht überschreiten (gemessen über zentrale Server vom Heidelberger Institut für Medizinmarketing).

⇨ Die Homepage funktioniert zuverlässig, d.h. die Ausfallzeit in 30 Tage darf 5% der gemessenen Zeit nicht überschreiten.

⇨ Je mehr Seiten auf die eigene Seite verlinken, desto höher wird die Wertigkeit der eigenen Seite von anderen Internetteilnehmern angesehen. Ein hoher PageRank bedeutet daher eine große Linkpopularität und somit ein hohes externes Vertrauen in die Inhalte der Webseite. Daher sollte es Ziel jeder Klinikwebseite sein, einen möglichst hohen PageRank zu erreichen. Ein Rank von 1 muss mindestens für das imedON-Zertifikat erreicht werden.

Rechtlicher Bereich

Auch die rechtlichen Aspekte spielen beim Zertifikat eine Rolle. Das heißt die gesetzlichen Vorgaben, vor allem das Teledienstegesetz und das Heilmittelwerbegesetz, müssen beachtet und eingehalten werden.

Impressum - Telemediengesetz (TMG)

Das Impressum erfüllt die Vorgaben des Telemediengesetzes (TMG) und enthält mindestens die folgenden Angaben:

⇨ Name und Anschrift des Krankenhauses

⇨ Rechtsform

⇨ Vertretungsberechtigter (bei einer gGmbH der Geschäftsführer)

⇨ elektronische Postadresse

⇨ zuständige Aufsichtsbehörde

Heidelberger Institut für Medizinmarketing GmbH
Hauptstraße 64–66, Seitenbau · 69117 Heidelberg
Telefon (06221) 6559-590 | Telefax 6559-598
http://www.medizinmarketing.org
http://www.medizinforschung.org
E-Mail: mail@ medizinmarketing.org
Med. Direktor / GF Dipl.-Kfm. Dr. Dr. Frank Elste
Amtsgericht Mannheim Handelsregister B 337894
Umsatzsteueridentifikationsnummer DE238568990

⇨ Handelsregister mit Ort und Registernummer

⇨ Umsatzsteueridentifikationsnummer

bei belegärztlichen Hinweisen

⇨ Name des Arztes

⇨ Kammerzugehörigkeit

⇨ Land, indem der Arzttitel erworben wurde

⇨ Hinweise auf die Berufsordnung

Für genauerer Hinweise auf das Telemediengesetz wird auf den Web Guide 2009 verwiesen.

Heilmittelwerbegesetz (HWG)

Die Bestimmungen des Heilmittelwerbegesetzes (HWG), die den Online-Auftritt einer Klinik betreffen, werden eingehalten

⇨ keine Vorher-Nachher-Aufnahmen einer Behandlung

⇨ keine Anpreisung der eigenen Ärzte oder Danksagungen durch Patienten in klinikeigenen Gästebüchern u.ä.

⇨ keine Patientenberichte

⇨ keine Erfolgsversprechungen bei Behandlungen

⇨ kein Versprechen einer risikolosen Behandlung

Abschließende Fragen

Mehrmals täglich wird die Initiative mit Anfragen zum Zertifikat kontaktiert. Im folgenden finden Sie die häufigsten Fragen, die im Rahmen von imedON gestellt wurden, für Sie zusammengefasst:

Was nutzt mir das imedON-Zertifikat?

Über das imedON-Zertifikat können Sie nachweisen, dass Ihre Webseite den wichtigsten Kriterien der Patientenfreundlichkeit und den aktuellen Qualitätskriterien des Heidelberger Instituts entspricht; d.h. Patienten, die Ihre Webseite besuchen, finden die für sie relevanten Informationen verständlich aufbereitet und die Nutzung der Webseite ist benutzerfreundlich. Da die Kriterien der Patientenfreundlichkeit Ergebnis langjähriger Forschungsarbeit am Heidelberger Institut für Medizinmarketing sind, haben Sie somit einen wissenschaftlich fundierten und unabhängigen Nachweis für die Qualität Ihrer Webseite.

Heidelberger Institut für Medizinmarketing GmbH
Hauptstraße 64–66, Seitenbau · 69117 Heidelberg
Telefon (06221) 6559-590 | Telefax 6559-598
http://www.medizinmarketing.org
http://www.medizinforschung.org
E-Mail: mail@ medizinmarketing.org
Med. Direktor / GF Dipl.-Kfm. Dr. Dr. Frank Elste
Amtsgericht Mannheim Handelsregister B 337894
Umsatzsteueridentifikationsnummer DE238568990

Wer kann das imedON-Zertifikat beantragen?

Jeder, dessen Webseite regelmäßig von Patienten besucht wird, insbesondere Krankenhäuser, Arztpraxen, MVZs, Gesundheitsportale und dergleichen. Im Fokus werden in 2009 die Krankenhäuser sein, da sie im Rahmen des Wettbewerbs automatisch geprüft werden.

Wie kann ich das imedON-Zertifikat beantragen?

Der einfachste Weg für Krankenhäuser ist über den Wettbewerb „Deutschland Beste Klinik-Website 2009“. Das Zertifikat wird allen, die die imedON-Kriterien erfüllen, verliehen. Teilnehmer des Wettbewerbs erhalten das Zertifikat kostenlos. Der Wettbewerb ist selbstverständlich ebenfallls vollständig kostenlos. Anmelden können Sie sich auf der Webseite von Novartis. Arztpraxen können über den Wettbewerb „Deutschlands Beste Praxis-Website“ das Zertifikat erwerben. Der Wettbewerb wird aller Vorausschicht nach ab 2010 wieder durchgeführt. Teilnahme und Zertifikat werden dann ebenso kostenlos sein. Auf der Webseite medizinforschung.org werden Sie über die Planungen auf dem Laufenden gehalten. Andere Teilnehmer des Gesundheitssystem wenden sich bitte an das Heidelberger Institut für Medizinmarketing um genauere Informationen zu erfragen. Bitte beachten Sie, dass außerhalb der Wettbewerbe der Arbeitsaufwand bei der Überprüfung der jeweiligen Webseite in Rechnung gestellt wird.

Was muss erfüllt sein, um das imedON-Zertifikat zu erhalten?

Die Kriterien für Krankenhäuser können Sie auf der Webseite www.imedon.de einsehen. Kriterien, die auf die anderen Teilnehmer des Gesundheitswesens abgestimmt sind, werden später auf dieser Webseite veröffentlicht. Für das imedON-Zertifikat müssen aus dem rechtlichen Bereich alle Kriterien erfüllt sein und aus den anderen Bereichen je 2/3 der Kriterien.

Wie lange dauert die Zertifizierung?

Die Zertifizierung wird etwa 30 Tage dauern. Zertifikate, die Rahmen des Wettbewerbs vergeben werden, werden am Ende des Wettbewerbs verliehen.

Wie lange ist das Zertifikat gültig?

Das Zertifikat wird bis zum nächsten Kalenderjahr gültig sein; also z.B. die Teilnehmer des Wettbewerbs „Deutschlands Beste Klinik-Website“ erhalten im Herbst 2009 ihr Zertifikat, dass dann bis zum 31.12.2010 gültig sein wird.

Heidelberger Institut für Medizinmarketing GmbH
Hauptstraße 64–66, Seitenbau · 69117 Heidelberg
Telefon (06221) 6559-590 | Telefax 6559-598
http://www.medizinmarketing.org
http://www.medizinforschung.org
E-Mail: mail@ medizinmarketing.org
Med. Direktor / GF Dipl.-Kfm. Dr. Dr. Frank Elste
Amtsgericht Mannheim Handelsregister B 337894
Umsatzsteueridentifikationsnummer DE238568990

WHITEPAPER – WEISSBUCH – WHITEPAPER – WEISSBUCH – WHITEPAPER – WEISSBUCH – WHITEPAPER – WEISSBUCH – WHITEPAPER – WEISSBUCH – WHITEPAPER WHITEPAPER – WEISS-

Kontakt

Heidelberger Institut für Medizinmarketing GmbH

Hauptstraße 64–66, Seitenbau

69117 Heidelberg

Telefon: (06221) 6559-590

Telefax: (06221) 6559-598

www.medizinmarketing.org

E-Mail: mail@medizinmarketing.org