

# E-Commerce und E-Marketing im Krankenhaus

Immer häufiger finden sich in Pflegefachzeitschriften die Begriffe E-Commerce und E-Marketing wieder. Aber was ist damit gemeint?

E(lectronic)-Commerce beinhaltet alle Geschäftsprozesse, die auf elektronischem Wege abgewickelt werden können. E-Marketing ist Marketing mittels elektronischer Medien. Es stellt damit einen Teilbereich des E-Commerce dar.

Die Nutzung des Internets ist nicht mehr auf den Computerfreak beschränkt. Inzwischen wird das Medium von allen Bevölkerungsgruppen mit zunehmender Selbstverständlichkeit in Anspruch genommen. Deshalb befinden sich bereits 60 Prozent der bundesdeutschen Krankenhäuser mit einer eigenen Internetpräsenz im Netz.

Die Anwendungsmöglichkeiten reichen vom Einkauf und der Beschaffung bis hin zur Präsentation des Unternehmens.

Mit diesen Themen befassen sich zwei Projektstudien des Studiengangs Pflege/Pflegemanagement der Evangelischen Fachhochschule Berlin.

## E-Commerce im Krankenhaus

Im ersten Teil untersucht Ines Brauer, inwieweit E-Commerce im Krankenhaus Einzug gefunden hat. Welche Zukunft geben die Entscheider den elektronischen Informations- und Transaktionsprozessen?

Die Fragestellung beleuchtet Aktionen zwischen dem Krankenhaus und seinen Kundengruppen. Dazu wurden Vertreter des Top-Managements 15 namhafter Berliner Kliniken interviewt. Ihre Meinungen und Perspektiven spiegeln den aktuellen Einsatz des E-Commerce im Berliner Krankenhausesektor wieder. Als Ergebnis konnte ein Reifegradmodell entwickelt werden, das den Entwicklungsstand der E-Commerce-Anwendungen dargestellt. Zusätzlich wurde eine Trendaussage bis zum Jahr 2005 formuliert.

## E-Marketing im Krankenhaus

Stephan Bockholt und Andreas Heil geben im zweiten Teil einen repräsentativen Überblick zur aktuellen Nutzung der Marketing-Potenziale bundesdeutscher Krankenhäuser im Internet.

Dabei wurden 134 Krankenhäuser anhand von 188 differenzierten Merkmalen untersucht. Im Mittelpunkt stehen die angebotenen Informationen und die Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme.

In der Analyse konnten folgende Einsatzbereiche identifiziert werden:

- Patienteninformationen
- Unternehmenspräsentation
- Interaktiver Dialog
- Mitarbeiterinformationen
- Zugangsmöglichkeiten
- Benutzerfreundlichkeit
- Datenschutz

Die Information des Patienten und die Präsentation des Unternehmens erfolgen häufig nur stichpunktartig. Besonders fällt der beschränkte Einsatz interaktiver Dialogmöglichkeiten auf. Lediglich die E-Mail wird heute genutzt. Bereits an dieser Stelle wird deutlich, dass bisher die Möglichkeiten des Internets noch nicht voll ausgeschöpft werden.

Aus den Ergebnissen der Projektarbeit werden Empfehlungen für die Praxis abgeleitet. Sie ermöglichen den zielgerichteten Einsatz der Elemente einer Internetpräsenz.

Eine kostengünstige Ressource bildet das Krankenhaus selbst. In einer Best Practice Liste werden besonders gelungene Internetpräsenzen vorgestellt, an denen sich sowohl die Entscheider als auch die Entwickler orientieren können.

Öffentlich vorgestellt wurden die Projektstudien Mitte Januar 2002 im Rahmen einer Präsentationsveranstaltung der Evangelischen Fachhochschule Berlin. Die Publikation ist als Multimedia-Pack (Buch und CD-ROM) zum Preis von € 99,- voraussichtlich ab Mitte April 2002 zu beziehen. Bei Interesse wenden Sie sich bitte an:

Transfer-Project  
Evangelische Fachhochschule Berlin  
Teltower Damm 118-122  
14167 Berlin

Telefon: 030- 845 82-275  
Bestellfax: 030 - 845 82-452

E-Mail: [info@efb-consulting.de](mailto:info@efb-consulting.de)  
Web: [www.efb-consulting.de](http://www.efb-consulting.de)