

Seite: 003
Rubrik: Gesundheitsökonomie
Gattung: Zeitschrift
Nummer: 12
Auflage: 30.000 (gedruckt) 327 (verkauft) 29.093 (verbreitet)

Deutschlands Beste Klinik-Website 2010

Auf der der Medica wurden die drei Gewinner des Wettbewerbs um Deutschlands beste Klinikwebsite bekannt gegeben. Sie kommen aus München, Fürth und Essen.

Ulrike Hoffrichter Der drei Gewinner des Wettbewerbs "Deutschlands Beste Klinik-Website 2010" stehen fest: Als Sieger geht das Klinikum Dritter Orden München hervor mit seiner Website www.dritter-orden.de. Die zweitbeste Darstellung präsentiert die EuromedClinic Fürth unter www.euromed.de. Und die Präsentation der Häuser Kliniken Essen Mitte, www.kliniken-essen-mitte.de, wird als drittbesten Auftritt bewertet.

Den begehrten Titel übergaben Anja Schmidt-Fink, Novartis Pharma GmbH und Ausrichter des Wettbewerbs, und Dr. Dr. Frank Elste vom Deutschen Zentrum für Medizinmarketing, das die Bewertung der Seiten vornahm, im Rahmen der Feier "meet.It" am Medica-Stand des Verbandes der Hersteller von IT-Lösungen für das Gesundheitswesen (VHitG). Auch die Messe Düsseldorf und der Verband der Krankenhausdirektoren Deutschlands (VKD) unterstützten dieses abendliche Event. Markus Morell, Kaufmännischer Direktor des Klinikums Dritter Orden, freute sich über die Bestplatzierung seines Hauses. "Wir sind begeistert über dieses tolle Ergebnis und sind stolz auf unsere Arbeit."

Nachdem die EuromedClinic aus Fürth es schon im letzten Jahr unter die Top 10 geschafft hatte, entschloss man sich, auch 2010 am Wettbewerb teilzunehmen ... und errang den zweiten Platz. "Wir haben die Tipps der wissenschaftlichen Gutachter vom Deutschen Zentrum konsequent umgesetzt", sagt Frau Sabine Schöberl, Leiterin Marketing bei der EuromedClinic. Die Kliniken Essen-Mitte erzielten den dritten Platz, sodass Björn Kasper, Bereich Marketing und Kommunikation, rückblickend meint "Wir haben unser Marketing auf vielen Ebenen grundlegend modernisiert und sind sehr zufrieden mit der Auszeich-

nung."

Die drei Bestplatzierten hatten kein leichtes Spiel: Setzten sie sich doch gegen eine beachtliche Zahl von Konkurrenten durch. Insgesamt nahmen 497 Einrichtungen am Wettbewerb teil, was einer Zuwachsrate von 21 % im Vergleich zum Vorjahr entspricht.

Jede Website durchlief ein mehrmonatiges Bewertungsverfahren des Deutschen Zentrums für Medizinmarketing. Zahlreiche Experten prüften die Seiten, fragten technische Eigenschaften der Seiten ab, analysierten die Benutzerfreundlichkeit und prüften das Einhalten von barrierefreien Standards für Menschen mit Behinderung, um nur einige wenige Kriterien zu nennen. Natürlich wurde auch das Design mitberücksichtigt. Jeder Teilnehmer erreichte somit durch die Bewertung unterschiedliche Scores, sodass sich auf diese Weise die zehn bestens Websites ermitteln ließen. Sodann wurden diese nochmals einer Jury vorgelegt, die die Seiten genauestens unter die Lupe nahm und die drei Gewinner ermittelte. Diese Jurysitzung fand in langjähriger Tradition Anfang November bei Novartis in Nürnberg statt. Zu ihren Mitgliedern gehörten: Gerhard Kouba, 2. Vorsitzender im Bundesverband BFS e. V., Alexandra Gersing, Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit VHitG e. V., Günter Schigulski, Mitarbeiter beim Verband der Krankenhausdirektoren Deutschlands e. V., Dr. Dr. Frank Elste, med. Direktor am Deutsches Zentrum für Medizinmarketing, Daniela Schütte, Chefredakteurin von KU Gesundheitsmanagement, Ulrike Hoffrichter, Chefredakteurin von Management & Krankenhaus.

Übrigens gehören die drei bestplatzierten Teilnehmer zu den "Wiederholungstältern", da sie schon in den vergangenen Jahren am Wettbewerb teilgenom-

men hatten. Alle drei bestätigten, dass sich die Teilnahme am Wettbewerb für sie gelohnt hat und sie vom individuell erstellten Leitfaden des Deutschen Zentrums für Medizinmarketing profitiert hätten. Dieser Leitfaden stellt die Stärken und Schwächen der jeweiligen Klinikwebsite dar und gibt sowohl Hilfestellungen als auch Verbesserungsvorschläge, um die eigene Website zu optimieren. Jede der teilnehmenden Einrichtungen erhält einen solchen Ratgeber, der die Ergebnisse der mehrstündigen Einzelanalyse enthält. Es ist wohl sicherlich gerade dieser Mehrwert, den die Expertenanalysen bieten, der die steigende Zahl der Teilnehmer erklärt. Novartis Pharma GmbH möchte den Wettbewerb auch im kommenden Jahr auszurichten. "Bei Novartis stehen die Bedürfnisse der Patienten in einem besonderen Fokus: Daher unterstützen wir über diesen Wettbewerb Krankenhäuser bei der Erstellung patientenfreundlicher Webseiten", so Schmidt-Fink. Nähere Informationen zur Anmeldung gibt es ab Anfang 2011.

| www.novartis.de | www.medizinmarketing.org |

| www.medizinforschung.org | www.vhitg.de |

Top 10: "Deutschlands Beste Klinik-Website 2010" 1. Klinikum Dritter Orden München (www.dritter-orden.de)
 2. EuromedClinic in Fürth (www.euromed.de)
 3. Kliniken Essen-Mitte (www.kliniken-essen-mitte.de)
 4. Berufsgenossenschaftliche Unfallkliniken Ludwigshafen (www.bgu-ludwigshafen.de)
 5. Klinikum Ingolstadt (www.klinikum-ingolstadt.de)
 6. HELIOS Kliniken (www.helios-kliniken.de)

7. Marien Krankenhaus Hamburg (www.marienkrankenhaus.org)	9. St. Marienkrankenhaus Siegen (www.marienkrankenhaus.com)	haus.de)
8. Stiftungsklinikum Mittelrhein (www.stiftungsklinikum.de)	10. Gemeinschaftskrankenhaus Her- decke (www.gemeinschaftskranken-	

Abbildung:

v. l. n. r.: Dr. Dr. Frank Elste (Deutsches Zentrum), Björn Kasper (Kliniken Essen Mitte), Sabine Schöberl (EuromedClinic), Markus Morell (Dritter Orden) und Anja Schmidt-Fink (Novartis)

Wörter:

675