



Patient Engagement – So funktioniert eine langfristige Patientenbindung

Im digitalen Zeitalter wollen Patienten sich mit dem traditionellen Gesundheitssystem verbinden – finden aber bislang nur wenige Anknüpfungspunkte. Ein Dilemma. Denn es steckt sehr viel Potenzial in einer digitalen Gesundheitsversorgung.

Patienten erwarten von ihren Gesundheitsversorgern zunehmend auch innovative Interaktions- und Kommunikationswege wie Mobile Apps, personalisierte Angebote oder Online-Services. Patient Engagement ist der Trend in der Gesundheitsbranche, von dem sowohl die Pati-

enten, als auch auch die Krankenhäuser und Gesundheitsdienstleister profitieren. Der Begriff „Patient Engagement“ umfasst sämtliche Strategien und Technologien, mit denen Gesundheitsversorger die Patienten zu aktiven Partnern machen. ➤

Digitale Patient-Engagement-Lösungen gehen über klassische Patientenportale, wie sie bereits seit einigen Jahren in Deutschland existieren, hinaus. Im Vergleich zu diesen frühen Portalen sind die neuen technischen Lösungen mobil, schnell und leicht zugänglich – und sie finden ihre Ansatzpunkte direkt an der Patient Journey. Patient-Engagement-Lösungen sind beliebig skalierbar und reichen von „Stand-Alone-Lösungen“ mit wenig Aufwand (wie Termin-Erinnerungen per SMS) bis hin zu vollständig integrierten Modulen.

Ein gutes Beispiel liefert die Frauenklinik Heidelberg mit einer gemeinsam mit SAP entwickelten Schwangerschafts-App. Diese versorgt Patientinnen mit Infos zur Schwangerschaft und integriert Screenings bezüglich des Depressionsrisikos in den Alltag der Schwangeren. Deren Auswertungen werden dem behandelnden Arzt zur Verfügung gestellt, um Risikopatientinnen frühzeitig zu erkennen. Ein weiteres deutschlandweit einmaliges Projekt ist die Umstellung auf digitale, QR-Code-unterstützte Prozesse für Arzneimittel am Uniklinikum Hamburg-Eppendorf. Die Umstellung hat direkte Auswirkungen auf die Patientensicherheit,

da Unverträglichkeiten parallel eingenommener Medikamente effektiv analysiert und damit reduziert werden können. Außerdem können Patienten über einen QR-Code auf Informationen bezüglich Risiken und Nebenwirkungen ihrer Medikamente zugreifen.

Patient-Engagement-Konzepte als Wachstumsmotor

Im Vergleich zum hiesigen Markt weisen Patient-Engagement-Konzepte in den USA derzeit eine vergleichsweise höhere Integrationstiefe und -breite auf und sind sehr vielfältig in ihren Funktionen. Die Vorreiterrolle der USA liegt an den klaren finanziellen Anreizen der Regierung für den Einsatz von Patient-Engagement-Systemen. Aber auch ohne diesen direkten finanziellen Anreiz ist das Thema Patient Engagement für Deutsche Gesundheitsversorger zunehmend von Bedeutung, da ein großer Wettbewerbs- und Kostendruck zwischen und in den Krankenhäusern herrscht. Und immer mehr deutsche Krankenhäuser beschäftigen sich nicht nur mit einem strukturierten Zuweiser-Management, sondern auch mit der direkten Patientenbindung.

Folgende zentrale Ziele können mithilfe von Patient Engagement erreicht werden:

- Bindung bestehender Patientenspopulationen durch innovative, digitale Lösungen
- Gewinnen neuer Patienten und Beitrag zu langfristigem Wachstum durch Differenzierung
- Abgrenzung von Wettbewerbern durch eine „Digitale Agenda“
- effizientere Abläufe durch gezielte Patientensteuerung und -einbindung

Der mündige Patient

Neben dieser Motivation, Patient Engagement Lösungen als Wachstumsmotor zu nutzen, sollte ein wichtiger Aspekt nicht außer Acht gelassen werden: Mehr als die Hälfte der Patienten trifft die Auswahl des Gesundheitsversorgers selbst. Dabei spielt die eigene Vorerfahrung mit dem Krankenhaus eine wichtigere Rolle als die Empfehlung des behandelnden Arztes. Damit kommt der individuellen, subjektiven Erfahrung eines jeden Patienten eine hohe Bedeutung zu – und Krankenhäuser sollten diese so weit wie möglich positiv beeinflussen. Ein wesentlicher erster Schritt hierzu ist es, die Erwartungen der Patienten zu kennen und zu verstehen.

Um diese Erwartungen zu erfüllen, steht eine breite Landschaft möglicher Patient-Engagement-Module bereit, die im Wesentlichen eine Prozessoptimierung und die Sicherung des Behandlungserfolgs zum Ziel haben. Dies wird beispielsweise über mobile Apps, Online-Services, Social-Media-Komponenten und Patientenportale realisiert.

Herausforderungen im operativen Bereich von Krankenhäusern

Unabhängig von der Wahl der geeigneten Module bedarf es einiger Veränderungen in den operativen Bereichen von Krankenhäusern, um erfolgreich Patient-Engagement-Systeme aufbauen zu können. Dem Krankenhausmanagement die Vorteile von Patient-Engagement-Lösungen aufzu-



Quelle: Deloitte

zeigen, ist ein zentraler Erfolgsfaktor. Ein weiterer Aspekt ist die Umgestaltung von Prozessen ausgehend von Kundeninteraktionen, um den Erwartungen und Bedürfnissen der Patienten zu entsprechen. Im Bereich Technologie stellen Investitionen in innovative Technologien eine Differenzierung im Vergleich zu den Wettbewerbern dar. Dabei sollte jedoch darauf geachtet werden, dass jede Bereitstellung von Technologie konkrete Anwendungsfälle für Patienten abbildet und von einer umfassenden IT-Strategie geleitet wird.

Bleibt die Frage, welche Strategie die richtige für Krankenhäuser ist, um das Thema Patient Engagement erfolgversprechend anzugehen. Aufgrund der vielen Möglichkeiten zur Einbeziehung und Bindung von Kunden und der Vielfalt der technologischen Lösungen gibt es keinen One-Size-Fits-All-Ansatz. Im Gegenteil sollten Gesundheitsversorger zunächst ihre Patientenpopulation analysieren und verstehen. Welche Bedürfnisse gibt es? An welchen Stellen können Potenziale ausgeschöpft werden? Ein Tool, das dabei helfen kann, ist der Social Media Healthcare Monitor von Deloitte. Er analysiert mithilfe von Sentiment-Analyse-Algorithmen Beiträge in sozialen Netzwerken und wertet sie aus. Das ermöglicht Krankenhausleitern einen wertvollen Einblick, wie Patienten ihre Erfahrung im Krankenhaus z.B. in Bezug auf Kompetenz, Freundlichkeit oder Qualität bewerten.

Ohne Frage ist es ein langer Weg, den jeder Gesundheitsdienstleister gehen muss, um sich langfristig im Markt behaupten zu können. Initiativen und Lösungen im Bereich Patient Engagement können dabei einen strategischen Vorteil gegenüber Wettbewerbern ausmachen und zum wirtschaftlichen Erfolg eines Krankenhauses nachhaltig beitragen.

Praxisbeispiel

Gesundheitssystem mit sieben Krankenhäusern und mehr als 1 000 Betten im mittleren Westen der USA

Ausgangssituation

Regionale Konkurrenten drängen verstärkt in den lokalen Markt und gewinnen Marktanteile. In dieser Situation muss sich die Krankenhausleitung fragen, welche Hebel es gibt, um bestehende Patienten zu halten oder ggf. zurückzugewinnen. In welche Kundenaktivierungsmaßnahmen sollte man also investieren?

Vorgehen

Ausgehend von Umfragen und Interviews mit Patienten, Ärzten und der Krankenhausleitung wurde ein tiefgreifendes Verständnis für das Patientenverhalten und deren Bedarfe entwickelt. Es wurden Aspekte selektiert, die für Patienten bei der Auswahl ihres Gesundheitsversorgers ausschlaggebend sind. Anschließend analysierte man die Profitabilität unterschiedlicher Patientengruppen und die daraus resultierende Kundensegmentierung. Dies diente der Krankenhausleitung als Grundlage, um diejenigen Segmente zu identifizieren, die zukünftig im Fokus für Akquisitionsinvestments stehen sollten.

Ergebnis

Das 10-wöchige Projekt lieferte einen auf die priorisierten Kundensegmente zugeschnittenen Investment- und Marketingplan, um weitere Marktanteilverluste zu verhindern und in einen Wachstumstrend umzuwandeln. Im nächsten Schritt sollen konkrete Initiativen umgesetzt werden, die die Patientenerfahrung und -einbindung verbessern sollen. Für chronisch Kranke wurde z. B. eine Remote-Monitoring-Initiative gestartet, bei der Gesundheitswerte über eine mobile Applikation an den Arzt übermittelt werden. Die Patientengruppe im Fokus umfasste Diabetespatienten, die die Veränderungen ihres Glukoselevels über die App an ihren Arzt übermitteln können. Für stationäre Patienten der Kardiologie wurden die Aufnahmeprozesse effizienter gestaltet und damit die Wartezeiten für Patienten signifikant verkürzt.

Patient Engagement ist der Trend in der Gesundheitsbranche von dem nicht nur die Patienten, sondern auch Krankenhäuser und Gesundheitsdienstleister profitieren.

Ihre Ansprechpartner

Dr. Sebastian Krolop

Partner | Köln
Leiter Life Sciences & Health Care
Deloitte
Tel: +49 (0)221 9732 4331
skrolop@deloitte.de

Ibo Teuber

Senior Manager | München
Life Sciences & Health Care
Strategy & Operations
Deloitte
Tel: +49 (0)89 29036 7839
iteuber@deloitte.de

Theresa Koch-Buettner

Manager | Berlin
Life Sciences & Health Care
Technology Strategy & Architecture
Deloitte
Tel: +49 (0)30 25468 5687
tkoch-buettner@deloitte.de

Deloitte.

Die Deloitte GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft („Deloitte“) als verantwortliche Stelle i.S.d. BDSG und, soweit gesetzlich zulässig, die mit ihr verbundenen Unternehmen und ihre Rechtsberatungspraxis (Deloitte Legal Rechtsanwalts-gesellschaft mbH) nutzen Ihre Daten im Rahmen individueller Vertragsbeziehungen sowie für eigene Marketingzwecke. Sie können der Verwendung Ihrer Daten für Marketingzwecke jederzeit durch entsprechende Mitteilung an Deloitte, Business Development, Kurfürstendamm 23, 10719 Berlin, oder kontakt@deloitte.de widersprechen, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), eine „private company limited by guarantee“ (Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach britischem Recht), ihr Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und ihre verbundenen Unternehmen. DTTL und jedes ihrer Mitgliedsunternehmen sind rechtlich selbstständig und unabhängig. DTTL (auch „Deloitte Global“ genannt) erbringt selbst keine Leistungen gegenüber Mandanten. Eine detailliertere Beschreibung von DTTL und ihren Mitgliedsunternehmen finden Sie auf www.deloitte.com/de/ueberUns.

Deloitte erbringt Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Risk Advisory, Steuerberatung, Financial Advisory und Consulting für Unternehmen und Institutionen aus allen Wirtschaftszweigen; Rechtsberatung wird in Deutschland von Deloitte Legal erbracht. Mit einem weltweiten Netzwerk von Mitgliedsgesellschaften in mehr als 150 Ländern verbindet Deloitte herausragende Kompetenz mit erstklassigen Leistungen und unterstützt Kunden bei der Lösung ihrer komplexen unternehmerischen Herausforderungen. Making an impact that matters – für mehr als 244.000 Mitarbeiter von Deloitte ist dies gemeinsames Leitbild und individueller Anspruch zugleich.

Diese Veröffentlichung enthält ausschließlich allgemeine Informationen, die nicht geeignet sind, den besonderen Umständen des Einzelfalls gerecht zu werden und ist nicht dazu bestimmt, Grundlage für wirtschaftliche oder sonstige Entscheidungen zu sein. Weder die Deloitte GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft noch Deloitte Touche Tohmatsu Limited, noch ihre Mitgliedsunternehmen oder deren verbundene Unternehmen (insgesamt das „Deloitte Netzwerk“) erbringen mittels dieser Veröffentlichung professionelle Beratungs- oder Dienstleistungen. Keines der Mitgliedsunternehmen des Deloitte Netzwerks ist verantwortlich für Verluste jedweder Art, die irgendjemand im Vertrauen auf diese Veröffentlichung erlitten hat.