

Klinik-Websites sollten nicht verspielt sein

21.05.2010, 12:37 | Gesundheit & Medizin

Pressemitteilung von: *Dialog WebDesign GmbH*

Presseagentur: *basicPR - Dr. Fischer Kommunikationsberatung*

Agenturchef Gleb Dolotov über patientenfreundliche Webauftritte für Krankenhäuser
Herr Dolotov, was muss eine Klinik-Website heute bieten können?

Zunächst einmal muss sie all das leisten können, was von einer guten Homepage erwartet wird, und zwar in fachlicher Hinsicht und mit Blick auf die Benutzerfreundlichkeit. Das heißt, sie muss über das Leistungsspektrum des Krankenhauses informieren und aktuelle Informationen attraktiv darbieten können. Darüber hinaus sollte sie Organisatorisches abbilden können, so zum Beispiel den Anfahrtsweg zur Klinik oder Checklisten zum Packen des Koffers für den Krankenhausaufenthalt.

Auch kann man von einer Klinik-Website tiefer greifende Informationen zu Krankheitsbildern und Operationen erwarten. Dadurch kann der Webauftritt sinnvoll zum Einweisermanagement beitragen.

Insgesamt sollte die Navigation durch die Krankenhaus-Website intuitiv sein und auf die besonderen Bedürfnisse von älteren Nutzern zugeschnitten sein. Am besten geht das mit einer uneingeschränkt barrierefreien Programmierung der Klinik-Website.

Was genau verstehen Sie unter Barrierefreiheit?

Eine Klinik-Website muss den Richtlinien zur Barrierefreiheit genügen, die insbesondere für alle Einrichtungen der öffentlichen Hand zum Tragen kommen. Aber auch jenseits von rechtlichen Rahmenbedingungen hat Barrierefreiheit große Vorteile. Die Programmierung wird schlanker und die Website dadurch schneller. Zudem wird die Indizierung durch Google & Co. durch eingefügte Beschreibungstexte, sogenannte Meta-Tags unterstützt, so dass die Inhalte besser gefunden werden.

Was unterscheidet eine gute Klinik-Website von sonstigen Websites?

Eine Klinik-Website wird von Patienten und Angehörigen in schwierigen Lebenssituationen besucht. Diesem Umstand muss sie gerecht werden, in dem sie angemessen und schnell auf den Punkt kommt. In der Konsequenz heißt das, dass die Klinik-Website mit Seriosität und Sachlichkeit bestechen muss und nicht verspielt sein sollte.

Ein weiterer Aspekt ist, dass man es häufig mit der Generation-50-plus zu tun hat, die zu Recht anspruchsvolle Erwartungen in Hinblick auf die Benutzerführung der Klinik-Homepage hat. Folgt man den Standards für barrierefreie Websites besteht hier allerdings kein weiterer Handlungsbedarf.

Wie schnell lässt sich eine zeitgemäße barrierefreie Krankenhaus-Website umsetzen?

Hier gilt es zu berücksichtigen, dass man es nur selten mit kleinen autonomen Krankenhäusern zu tun hat. Vielmehr handelt es sich oft um ein Netz von Krankenhäusern und/oder angegliederten Kliniken. Diese Vernetzung muss sich natürlich auch in der Programmierung widerspiegeln. Das macht die Klinik-Website Programmierung besonders komplex.

Dennoch ist auch ein solches Projekt innerhalb von sechs Monaten machbar. Freilich bleibt das Beschaffen von Inhalten für die Klinik-Website ein schwierig einzuschätzender Faktor. Häufig lässt die Zulieferung der Inhalt bzw. deren Freigabe lange auf sich warten. Hier zeigt sich, dass der Content für Krankenhaus-Webseiten für einige Entscheider eine eher nachgeordnete Priorität hat.

Wir als Dienstleister sind hier gefordert, um lenkend einzugreifen, sodass das Machbare schnell umgesetzt wird - das Wünschenswerte hat Zeit. Mit einem guten Redaktionssystem - einem sogenannten Content Management System - lassen sich jegliche Inhalte schnell und unkompliziert auch später noch einfügen.

Worauf sollte man bei der Auswahl des Dienstleisters für die Klinik-Website achten?

Fachspezifische Referenzen im Klinikbereich sind ganz entscheidend. Hier empfiehlt es sich die Live-Beispiele auf intuitive Benutzerführung, Barrierefreiheit, Design und interessante Features zu prüfen. Klinik-Webauftritte bzw. deren Urheber, die bei einer solchen Prüfung nicht durch Benutzerfreundlichkeit überzeugen, sollten nicht in die engere Wahl gezogen werden. Auch sollte der angesprochene Dienstleister von sich aus auf die Wichtigkeit von Barrierefreiheit und der besonderen Ansprache der Generation-50-plus hinweisen.

Welches Verständnis vom Krankenhaus-Alltag braucht man, um gute Krankenhaus-Webseiten zu erstellen?

Man muss die Gegebenheiten der Krankenhäuser gut kennen. Damit meine ich auch die Entscheidungswege innerhalb einer Klinik. Außerdem muss man sich auch in Zeiten von Budgetrestriktionen den ursprünglichen Charakter einer Klinik vor Augen halten, der nicht unbedingt profitorientiert war - auch wenn heute betriebswirtschaftliche Zwänge das Tagesgeschäft mitbestimmen.

Zudem hat es Krankenhäuser schon lange vor der Einführung des Internets gegeben, deshalb würden viele Häuser auch heute ohne Webauftritt auskommen. Letztlich geht es um eine Verbesserung des Krankenhaus Webauftritts, nämlich einer schrittweisen Optimierung, die ergänzend zum Gesamtauftritt zu sehen ist.

Bei der inhaltlichen Konzeption müssen die Einschränkungen des Heilmittelwerbegesetzes berücksichtigt werden. Viele Kliniken tendieren dazu, diese Regelungen sehr strikt auszulegen.

Sind frei verfügbare Redaktionssysteme (Open Source Content-Management-Systeme) für Krankenhaus Websites zu empfehlen?

Unbedingt. Schon alleine weil der Open Source Gedanke, dem was ich die "Non-Profit-Seele" der Kliniken nenne, sehr nahe kommt.

Aber auch die praktischen Vorteile liegen auf der Hand: Die weit verbreiteten Open Source Content Management Systeme - oder auf Deutsch: Redaktionssysteme - ermöglichen es jedem Dienstleister leicht einzusteigen, bzw. die Pflege der Klinik-Website lässt sich auch in Eigenleistung managen. So lassen sich die Inhalte im Netz kostengünstig aktuell halten.

Wie viel Web 2.0 braucht eine Krankenhaus-Webpräsenz?

Mit jedem Monat mehr. Letztlich muss das natürlich jedes Krankenhaus für sich selbst entscheiden. Die Möglichkeiten sind groß, um hier Aufmerksamkeit bei Patienten zu gewinnen. Denken Sie nur an die US-amerikanischen Kliniken, die schon heute mit Zehntausenden Twitter-Followers von sich Reden machen. Da sprechen sich neue Diagnose oder kurative Verfahren schnell rum, und zwar in den anvisierten Zielgruppen.

Welche rechtlichen Rahmenbedingungen sind beim Web 2.0 Tuning für Klinik-Webseiten zu berücksichtigen?

Sehr strenge. Hier kommen neben den Richtlinien des deutschen Datenschutzes auch die Einschränkungen des Heilmittelwerbegesetzes zur Anwendung. Konkret heißt das, dass Patienten auf der Klinik-Website nicht zu Wort kommen dürfen. Auch dürfen Empfehlungen nicht ausgesprochen werden und Vorher-Nacher-Betrachtungen sind untersagt. Es kann also nicht darum gehen, ein neues soziales Netzwerk mit laxem Datenschutz auf der Klinik-Website umzusetzen. Vielmehr muss es darum gehen, Informationen an die interessierte Patientenschaft zu geben, und zwar über die heute gängigen Kanäle und dazu gehören auch Twitter und Facebook.

Wie kann man in einer großen Klinik allen Facetten des Hauses am besten gerecht werden?

Klare Benutzerführung und Patientenorientierung sind hier die richtigen Stichwörter. Darüber hinaus kann es gerade für Schwerpunktkliniken angebracht sein, einzelnen Ärzten einen gesonderten Raum in Form einer Klinik-Mini-Seite - Micro-Site - zu überlassen. Hier werden Einweiser und Patienten schnell fündig und können sich über die entsprechenden Schwerpunkte eingehend informieren.

Wie schätzen Sie die Zukunft von Klinik-Websites ein?

Die Entwicklung hin zu einer weiteren Professionalisierung der Klinik-Webauftritte wird ungebremsst weitergehen. Das Bewusstsein für die Wichtigkeit des Webauftritts als zeitgemäßes Aushängeschild wird sich durchsetzen. Dabei werden die Klinik-Webseiten das aktuelle medizinische Wissen verstärkt mit lokalem Bezug anbieten. Patientenfreundlichkeit und größte Benutzerfreundlichkeit durch barrierefreie Inhalte werden zum Pflichtprogramm. Schließlich wird auch die Einbindung in soziale Netzwerke fortschreiten. Zunehmend wichtig ist der Bereich des webbasierten Lernens. Hier wird sich künftig noch viel tun: Interaktive Tests und Informationsangebote für Krankenhausangestellte und Patienten kommen.

Herr Dolotov, ich danke Ihnen für das Gespräch.

Portrait

Dialog WebDesign entwirft und realisiert seit 2006 nutzerfreundliche barrierefreie Webseiten. Dabei spricht die Webdesign-Agentur in erster Linie Bildungseinrichtungen, Kliniken, Kommunen, Verbände, Wohlfahrtsorganisationen und andere Körperschaften des öffentlichen Rechts an. Das 18-köpfige Team kann auf einen reichhaltigen Erfahrungsschatz zurückgreifen, der ganz besonders auf die speziellen Herausforderungen dieser anspruchsvollen Zielgruppe eingeht. Dialog WebDesign bietet ihre Dienstleistungen in drei Kernbereichen an: Webdesign, Barrierefreiheit und das Redaktionssystem Pulsar. Dialog WebDesign ist unter anderem Mitglied im Aktionsbündnis barrierefreie Informationstechnik und in der Guild of Accessible Web Designers (GAWDS) aktiv. Jüngst wurde das Dialog WebDesign Projekt "Relaunch der Kerckhoff Klinik Website" mit "Deutschlands beste Klinik Website 2009" ausgezeichnet.

News-ID: 431038 • Views: 105 (Stand: 07.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/431038/Klinik-Websites-sollten-nicht-verspielt-sein.html>