



WORKING PAPER SERIES

No. 010

**Patient-Relationship-Management im Kontext von
Patient-Empowerment:
Entwicklungsstand, Chancen und Herausforderungen für
Akteure auf dem
deutschen Gesundheitsmarkt**

Dipl.-Kfm. Matthias Peter Müller
Dipl.-Kffr. Stefanie Scholz
Prof. Dr. Björn Sven Ivens
(Otto-Friedrich-Universität Bamberg)

October 2010

© Marketing Department
Otto-Friedrich-University
Feldkirchenstraße 21
96045 Bamberg (Germany)

SUMMARY / KURZINFORMATION

Topic	Das Informationszeitalter und damit einhergehend die zunehmende Verfügbarkeit von Informationen zu Gesundheitsthemen bilden die Basis für das sich ändernde Patientenbild: Die Ansprüche eines informierten Patienten bei der Kommunikation von Gesundheitsthemen sowie bei der Behandlung durch Ärzte müssen diesem Patienten-Empowerment im Beziehungsmanagement Rechnung tragen. Eine empirische Untersuchung verdeutlicht diesen Wandel am Beispiel der Arzt-Patienten-Beziehung.
Content	<ul style="list-style-type: none"> • Theoretische und konzeptionelle Grundlagen zum Patient-Relationship-Management sowie zum Konstrukt des Patienten-Empowerment • Überblick über den deutschen Gesundheitsmarkt und seine Akteure • Empirische Patientenstudie zur Involvierung der Patienten in den Entscheidungsprozess bei medizinischen Dienstleistungen
Character	Conceptual and empirical
Authors	<ul style="list-style-type: none"> • Matthias Müller is research assistant at University of Bamberg • Stefanie Scholz is research assistant and doctoral candidate at the University of Bamberg • Björn Sven Ivens holds the chair of marketing at Otto-Friedrich-University Bamberg
Feedback	Is always welcome! Please address to: Dipl.-Kffr. Stefanie Scholz at the Marketing Department

**Patient-Relationship-Management im Kontext von
Patient-Empowerment: Entwicklungsstand, Chancen und Herausforderungen
für Akteure auf dem deutschen Gesundheitsmarkt**

Abstract:

*Zunehmend verschiebt sich die Marktmacht zu Gunsten des Patienten: Die Relevanz des Internet nimmt in diesem Kontext zu. User-generated Content und Online-Kundenbewertungen gewinnen als glaubwürdige Informationsquelle an Bedeutung und spielen bei der Inanspruchnahme von Gesundheitsleistungen sowie beim **Empowerment des Patienten** eine immer wichtigere Rolle. Zwar wächst insgesamt der Wunsch nach gesundheitsbezogenen Informationen und das Internet erleichtert es den Erkrankten, eine **aktive Rolle** in ihrer Behandlung ein zu nehmen. Jedoch wird der Patient häufig durch die Vielzahl an Informationen überfordert. Als Folge dessen nutzen vor allem ältere chronisch Erkrankte das Medium nur vereinzelt und sind entsprechend kaum empowert. Folglich ist auch nur ein geringer Einfluss des Internet auf die **Arzt-Patienten-Beziehung** fest zu stellen. Informationen aus dem World-Wide-Web sind im Moment nur eine positive Reaktion auf die Anweisungen des Arztes. Zukünftig werden sich aber auch die Mediziner damit auseinander setzen müssen, dass ihre Leistungen immer transparenter und vergleichbarer werden. Dementsprechend muss sich nicht nur der Arzt, sondern die gesamte Gesundheitsbranche in den Bereichen Information und Kommunikation, eHealth, Leistungs- bzw. Produktgestaltung und internes Marketing weiterentwickeln. Dazu ist der Beziehungsaufbau zum Patienten unerlässlich, um von diesem wichtige Informationen zu erhalten und diesen zielgerichtet betreuen zu können. Zur Umsetzung der **PRM**-Aktivitäten bedarf es der Schulung des Personals und der Implementierung von PRM als Unternehmensphilosophie: Jeder Mitarbeiter, jede Abteilung, jede Maßnahme muss sich auf den Patienten konzentrieren, um diesen zufrieden zu stellen und somit binden zu können. Das Internet spielt dabei eine wichtige Rolle und kann die Gesundheitsfürsorge der Bevölkerung auf ein neues Niveau heben, ohne wirtschaftliche Aspekte zu vernachlässigen. Solidarität und Wettbewerbsdenken müssen sich somit auf dem Gesundheitsmarkt durch PRM zukünftig nicht mehr ausschließen. Ziel des vorliegenden Working Paper ist es, Patient-Relationship-Management in den Kontext von Patient-Empowerment zu setzen und die sich daraus ergebenden Chancen und Herausforderungen für die Akteure auf dem deutschen Gesundheitsmarkt zu charakterisieren. Hierzu werden zunächst Struktur und Restriktionen des Gesundheitswesens in Deutschland sowie die aktuellen Entwicklungstendenzen beleuchtet. Anschließend wird im Rahmen der empirischen Untersuchung die vom Patienten wahrgenommene Einbeziehung in die Behandlung durch den Arzt ermittelt. Die Ergebnisse dieser Untersuchung deuten ebenfalls auf einen **Paradigmenwechsel** hin.*