

Wie sieht der Patient/die Patientin der Zukunft aus?

Die Gesundheitskonsument:innen von morgen bereits heute besser verstehen

Kempten/München – Wie sieht die Medizin der Gesundheit aus und worauf legen die Patient:innen von morgen Wert? Nahezu 2.500 Teilnehmer aus 19 Ländern haben sich im Rahmen der Studie „Future of Health – Der Patient der Zukunft“ von Roland Berger mit dieser Frage beschäftigt. Die Fragestellungen deckt dabei die diversen Anforderungen und Aspekte einer modernen und zukunftsgerichteten Medizinversorgung ab. Die Denkströme Gruppe ist seit Jahren der zuverlässige Partner in Sachen Markencreation und Transformationsberatung. Mit unseren Kunden entwickeln und festigen wir bereits heute die Gesundheitsmarken von morgen. Als Experte ist es uns ein Anliegen die Zukunftsvisionen greifbar zu machen und zu kommunizieren. Denn bereits heute ist klar: Das Gesundheitswesen wird digitaler und grundlegende Änderungen in den Bereichen technologische Entwicklungen und Rollenverständnis stehen an.

Die Patient:innenstereotypen

Wichtig für das Verständnis der einzelnen Patient:innentypen ist, dass wir alle, unabhängig von unserem vergangenen oder derzeitigen Gesundheitsstatus, in Zukunft Patient:innen werden. Demzufolge beinhaltet der Begriff „Patient:in“ alle künftigen Konsument:innen medizinischer Anwendungen, zu denen sowohl die Vorsorge, als auch die ambulante und stationäre Behandlung, sowie die Nachsorge, respektive Rehammaßnahmen zählen.

Neue Technologien zählen auf jeden Fall zum Gesundheitsalltag der Patient:innen der Zukunft. Auf die verschiedenen Möglichkeiten gehen wir im weiteren Verlauf detaillierter ein, denn eines haben alle digitalisierten Vorgänge gemeinsam: Die Mitbestimmungs- und Mitwirkungsmöglichkeiten der Patient:innen steigt zunehmend an. Dadurch werden die Konsument:innen mit mehr Eigenverantwortlichkeit konfrontiert. Laut den Forschungsergebnissen lassen sich aus den Befragungen grundsätzlich drei „Archetypen“ unterteilen, welche Patienten unabhängig ihres Alters, Herkunft oder Geschlechts beinhaltet. „Die Überzeugten“, „Die Interessierten“ und „Die Skeptiker“. Auffällig ist, dass lediglich die dritte Personengruppe digitale Entwicklungen überwiegend ablehnt, dabei handelt es sich aber auch um den Stereotyp mit dem höchsten Altersmeridian von etwa 54 Jahren. Die beiden anderen stehen dem Fortschritt mindestens offen gegenüber und würden neue Technologien in Anspruch nehmen. Für eine erfolgreiche Implementierung neuer allgemeingültiger Strukturen benötigt es also eine transparente und vollumfängliche Kommunikation um alle Gruppen anzusprechen. Doch auch die Unternehmensstrategie muss auf die Patient:innen der Zukunft angepasst werden. Das umfasst vor allem die Punkte Positionierung und Identität, sowie Employer Branding und Innovationsgedanken.

Vertrauensträger im Gesundheitssystem der Zukunft

Laut der Befragung im Rahmen der Studie steht und fällt die Akzeptanz neuer gesundheitsdienstlichen Anwendung mit der Transparenz der Anbieter. Diese Erkenntnis deckt sich mit der über 20-jährigen Erfahrung der Denkströme Gruppe, bestätigt Fabian Schmid der CEO. „Seit Gründung ist Transparenz einer der wichtigsten Punkte unserer Firmenphilosophie. Als Entwickler innovativer digitaler

Gesundheitsdienstleistungen wissen wir, dass gerade im Gesundheitswesen der Schutz der persönlichen Daten von höchster Priorität ist. Die Patient:innen werden den Anwendungen nur ihr Vertrauen schenken, wenn sie höchsten Anforderungen entsprechen, deswegen ist es unser Anspruch, dass unsere Arbeit sowohl technisch der höchsten Qualität entspricht, als auch einen Mehrwert für die Nutzer bietet“, so Schmid. Die traditionellen Gesundheitsversorger wie Krankenhäuser, Reha- und Vorsorgeeinrichtungen genießen das größte Vertrauen der Patient:innen. Das wird sich nach den Erkenntnissen der Studie auch künftig nicht ändern, dafür müssen die Anbieter aber verstärkt auf technologische Neuerungen setzen, um die vielfältigen Angebote des medizinischen Sektors in sich zu vereinen.

Auf welche Technologien trifft der Patient/die Patientin der Zukunft?

Die Patient:innen der Zukunft sieht sich mit einer Reihe neuer Technologien konfrontiert. Sowohl der medizinische Bereich, als auch die Informationstechnologie entwickeln sich stetig weiter. In der Zukunft profitieren die User gesundheitlicher Digitalanwendungen von neuartigen Therapieansätzen, sowie neuen physikalischen und technischen Heilmitteln, Zell- und Gentherapien, mRNA-Therapeutik und noch vieles mehr. Bereits heute lassen sich durch digitale Gesundheitsportale und elektronische Patient:innenakten ärzteübergreifend Schnittstellen schaffen für einen interaktiven Informationsfluss der User:innen. Bereits seit Jahren entwickelt die Denkströme Markenagentur Apps und Anwendungen, welche die Patient:innen digital im Gesundheitswesen unterstützen. Als einer der führenden Unternehmen im süddeutschen Raum ist es unsere Berufung, diese gemeinsam mit unseren Kund:innen weiter auszubauen und kontinuierlich technisch zu verbessern. Dabei spielt vor allem die Kompatibilität mit Hardware und Wearables eine wichtige Rolle. Gadgets wie Smartwatches bieten eine Rund-um-die-Uhr-Überwachung und haben das Potential die Patientenbehandlung künftig noch effizienter und personalisierter zu gestalten.

Herangehensweise

Wie aus der Studie hervorgeht, gibt es nicht DEN Patienten oder DIE Patientin der Zukunft. Aus diesem Grund weichen auch die Herangehensweisen an die Marktpositionierung ab. Für alle Akteur:innen gilt deswegen die Maßnahmen differenziert an die einzelnen Stereotypen anzupassen. Die sogenannten Unique Selling Points müssen in den Vordergrund gerückt und darauf auch der Mehrwert der Patient:innen aufgebaut werden. Mit der Denkströme Transformationsberatung beraten wir deutschlandweit Krankenhäuser und Kliniken mit dem Hintergrund sich strategisch aufzustellen und für die Zukunft die eigene Marke zielgerichtet am Markt zu etablieren respektive zu stabilisieren. Daher ist die Frage nicht, wer der Patient oder die Patientin der Zukunft ist, sondern wer sind IHRE Patient:innen der Zukunft?

Foto: Thomas Kiehl

v. l. n. r. Florian Burghausen und Fabian Schmid im Austausch mit Mitarbeitern

Über die Denkströme Gruppe

Die Denkströme Gruppe versteht sich als eine der führenden Markenkommunikations- und Transformationsberatungsunternehmen im deutschsprachigen Raum. Als Digitalisierungsunternehmen unterstützen wir unsere Kunden bei ihrem Schritt in die digitale Zukunft. Mit neuen Sichtweisen, innovativen technischen Lösungen und jeder Menge Kreativität schöpfen wir Potenziale aus, sorgen für die Sichtbarkeit der Marke und bauen Komplexitäten in der bestehenden Infrastruktur unserer Kunden ab.

Die Kombination aus Markenagentur und Transformationsberatung ist in dieser Form einzigartig und vereint damit Synergien aus den beiden zukunftsweisenden Bereichen Markencreation und Kommunikation, sowie der Strategie- und Transformationsberatung mit dem Schwerpunkt im Gesundheitswesen.

Der Dreh- und Angelpunkt unseres ganzheitlichen Arbeitsansatzes, liegt seit Unternehmensgründung in der Innovationsfindung. In rund 600 Projekten pro Jahr stellen unsere über 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an den Standorten Kempten und München Perfektion unter Beweis, um unsere Vision von einem digitalen Gesundheitswesen zu verfolgen. Wir geben der Zukunft ein Gesicht. Denkströme.

Denkströme Markenagentur GmbH & Co. KG

Tilsiter Straße 16a

87439 Kempten

Telefon +49 (0) 831 960 729 600

Telefax +49 (0) 831 960 729 99

E-Mail: sekretariat@denkstroeme.com