



# MedCubes

MarketPlace

**Projektarbeit**

Donau-Universität Krems

5. Lehrgang für Interactive Media Management

Michael Bertalan

Manuela Klauser

Gernot Knes

Wolfgang Montag

Martin Mörtelmayr

Christian Schubert

## Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	7
Ausgangs-Situation .....	7
Gesamtprojekt.....	7
MedCubes Software (Solution Cloud) .....	7
MedCubes Service Cloud .....	8
MedCubes Evolution Cloud .....	8
MedCubes Promotion Cloud .....	9
MedCubes Social Cloud .....	9
Ziele der Projektarbeit.....	9
Benchmarking bzw. Analyse bestehender Portale.....	10
Konzeption des Portals.....	10
Marketing .....	10
Designvorschlag Portal .....	10
Nicht-Ziele .....	10
Konzeption des Portals.....	11
Allgemeiner Ansatz.....	11
Ansatz A.....	11
Ansatz B: .....	12
Synthese: .....	13
Patienten .....	14
Portal nicht eingeloggt .....	14
User-Profil Portal eingeloggt.....	15
Gastgeberliche Qualitäten.....	16
Profile und Personalisierung .....	18
Social-Cube – das soziale Plug-In von medcubes.com für Facebook .....	19
Profile .....	23
Health-Worker.....	31

---

Zielgruppe.....	31
Partner.....	38
Zielgruppe.....	38
Registrierung .....	38
Beschreibung Funktionen.....	38
Subdomains .....	41
Marketing .....	45
Der Markt .....	45
Potentielle Kunden.....	45
Mitbewerber und Konkurrenz.....	46
Internationale Angebote .....	48
www.everydayhealth.com .....	48
www.google.com/health.....	49
www.sundhed.dk .....	49
www.nhsdirect.co.uk .....	50
SWOT Analyse .....	52
Marketing Ziele.....	53
Kurzfristig (Reichweite aufbauen, Bekanntheitsgrad erhöhen).....	53
Mittelfristig (Qualität erreichen).....	53
Langfristig (Kooperationen mit renommierten Institutionen aus dem Gesundheitsbereich) .....	53
Marketing Mix / Maßnahmen .....	54
Beschreibung des Produkts .....	54
Preispolitik.....	55
Kommunikationspolitik (Wie erreichen wir die Marketing Ziele kurz/mittel/lang).....	55
Public Relations .....	58
Messen & Veranstaltungen.....	59
Distributionspolitik .....	60
Memberships.....	60
Werbekunden.....	60
Produktion .....	62

---

Strikte Trennung zwischen Content und Werbung .....	62
SEO (Search Engine Optimization).....	63
Plattform Optimierung .....	63
Prozess Optimierung .....	63
Finanzen .....	66
Einnahmen.....	66
Ausgaben .....	68
Vergleichs-Systeme .....	71
National Health Service – NHS .....	71
Sundhed.....	81
Analyse der Seite aus Usersicht.....	83
Conclusio .....	87
Sundhed.dk aus der Sichtweise eines Healthcare Professionals.....	87
Qualitätsmanagement.....	89
WebMD .....	90
Google Health.....	96
Mögliche Gründe für den Misserfolg von Google Health: .....	97
Entwürfe Bildschirmaufbau .....	99
Startseite ohne Anmeldung.....	99
Ergebnis Health-Worker-Suche .....	100
Angemeldeter Patient .....	101
Angemeldeter Health-Worker.....	102
Angemeldete Partner .....	103
Conclusio .....	104
Einzigartiger Funktionsumfang.....	104
Fokus auf Health-Worker .....	104
Benutzersicht.....	105
Consultants und Partner.....	105
Erfolgsfaktoren von Alternativ-Systemen .....	105
Marketing .....	106

Ausblick ..... 107

## Einleitung

### Ausgangs-Situation

Betrachtet man die aktuelle Situation im Gesundheitswesen, so sind schon seit längerem verschiedene Tendenzen zu beobachten:

Die ärztliche Versorgung im ländlichen Bereich wird zunehmend schwieriger, weil viele Ärzte aus beruflichen Gründen vom Land in die Städte wechseln. Diese Situation ist vor allem in weniger entwickelten Regionen wie z.B. Thailand oder Malaysia sehr deutlich zu erkennen, aber auch schon zunehmend in Europa selbst.

Die Kosten für die Gesundheitsversorgung steigen. Sowohl im öffentlichen Sektor als auch die Ausgaben von Privatpersonen, um überhaupt die gewünschte Behandlung zu bekommen.

Auf der anderen Seite werden die Patienten zunehmend emanzipierter und sind bereit, auch im medizinischen und pflegerischen Umfeld moderne Medien und Technologien zu nutzen.

Moderne Technologien für den Datenaustausch und Kommunikation werden auch in Randregionen verfügbar und leistbar und bilden somit die Basis für neue Möglichkeiten auch für Ärzte, Pflege oder auch Krankenhäuser.

### Gesamtprojekt

Die Firma AHCS hat aufgrund dieser Ausgangssituation überlegt, welche Möglichkeiten sich hier bieten, um das Gesundheitswesen zu verbessern und den Zugang für hochwertige Medizin und Pflege auch in Regionen zu ermöglichen, die bisher davon mehr oder weniger ausgeschlossen waren.

Ziel ist es, ein Netzwerk aufzubauen, von dem Patienten, Mitarbeiter im Gesundheitswesen wie Ärzte, Pflege, Krankenhäuser, etc. und auch Dienstleister für das Gesundheitswesen wie IT-Firmen oder Berater profitieren können.

Das Gesamt-Konzept von MedCubes besteht dabei aus 5 Bereichen:

#### MedCubes Software (Solution Cloud)

Im Rahmen der Solution Cloud werden den Mitgliedern – hier vor allem den Health-Workern – Soft- und Hardware-Lösungen angeboten.

Bei der Software handelt es sich um ein extrem flexibles und robustes Framework, auf dem Lösungen für das Gesundheitswesen aufsetzen. Die Architektur ist dabei sehr modular aufgebaut, die Funktionalität für die unterschiedlichen Bereiche (wie z.B. Patientenaufnahme, Diagnosen, Befunde, Workflows, ...) wird in Form von unabhängigen Apps bereitgestellt. Diese Apps werden vorgefertigt für unterschiedliche Anforderungen (Arztpraxis, Facharzt, Pflegeheim, unterschiedliche Krankenhaus-

Fachabteilungen, ...) zusammengestellt und bilden eine voll integrierte IT-Lösung für alle Fachbereiche. MedCubes kann entweder über die Cloud oder als lokale Installation betrieben werden. Die Konfiguration kann dabei im Nachhinein von jedem Kunden bei Bedarf angepasst werden, indem er z.B. über die MedCubes PromotionCloud neue Apps dazu kauft und in seine Oberfläche integriert.

Ein wesentlicher Punkt ist, dass das Framework so aufgebaut wurde, damit auch externe IT-Firmen eigene Apps entwickeln können. Dazu werden alle Schnittstellen, Templates, Guidelines und Tutorials für zertifizierte Partner veröffentlicht. Diese können darauf aufbauen eigene Apps entwickeln, die dann wieder – voll integriert in MedCubes – über die PromotionCloud vertrieben werden können.

Aus Sicht der Benutzer von MedCubes handelt es sich dabei neben der jeweiligen Dokumentations- oder WorkFlow-Lösung auch um die Basis für die direkte elektronische Kommunikation mit ihren Patienten. So ermöglicht die Software zum Beispiel die einfache Vereinbarung von Untersuchungsterminen oder den sicheren Austausch von Dokumenten.

In Hinblick auf eine bessere Versorgung von „weit entfernten“ Patienten wird – in Kombination mit genormten Untersuchungsmethoden und Hardware – eine Technologie und eine standardisierte Vorgehensweise definiert, wie z.B. Mitarbeiter aus der Pflege vor Ort bei den Patienten einfache Untersuchungen durchführen sollen. Der Arzt ist dabei über die Software mit eingebunden und bekommt standardisierte Untersuchungsergebnisse. Auf dieser Basis kann er dann – in einfachen Fällen – Befunde erstellen und Anordnungen treffen oder – bei schwereren Fällen – den Transport ins zu ihm oder in ein Krankenhaus veranlassen.

Hardwareseitig werden Geräte angeboten, die die einfache Erhebung von z.B. Vitalparametern ermöglichen. Die Ergebnisse dieser Messungen und Analysen werden über eine standardisierte Schnittstelle an die Software des behandelnden Arztes übertragen.

### **MedCubes Service Cloud**

Die Service Cloud dient einerseits dazu, den Support für angebotene Produkte sicherzustellen. Das bedeutet zum Beispiel ein – qualifiziertes - Call-Center, Chat oder Mail-Kontakt.

Auf der anderen Seite wird die Service Cloud dazu benutzt, um Dienstleister und Berater zu finden. Aus Patientensicht sind das zum Beispiel Ärzte, Pflegepersonal oder Krankenhäuser. Aus Sicht der Health-Worker IT-Berater oder Consultants für Prozessmanagement im Gesundheitswesen.

### **MedCubes Evolution Cloud**

Über die Evolution Cloud soll die stetige Weiterentwicklung vor allem der Soft- und Hardware gefördert werden. Hier werden sowohl Bugs gemeldet als auch Wünsche und Anforderungen für neue Anforderungen deponiert.

### MedCubes Promotion Cloud

In diesen Bereich fallen alle Verkaufs- und Vertriebsaktivitäten der Teilnehmer am MedCubes Netzwerk.

Einerseits sind das medizinische oder spezifische Behandlungen oder Betreuung durch Pflege. Aber auch der gesamte Bereich des Health Tourismus fällt in die Promotion Cloud. Health-Worker können darüber Ihre Services anbieten, Patienten diese einfach und direkt buchen. Im Rahmen eines „Shops“ werden außerdem Artikel der Pharma-Industrie angeboten.

Für Health-Worker bietet die Promotion Cloud die Möglichkeit, Hard- und Software zu kaufen.

### MedCubes Social Cloud

Die Social Cloud ist nun der zentrale Punkt der gesamten MedCubes-Philosophie.

Es handelt sich dabei um ein Internet-Portal, das die Kommunikation zwischen Patienten, Mitarbeitern im Gesundheitswesen und Dienstleistern für das Gesundheitswesen fördern soll.

Patienten können darüber zum Beispiel einfach Informationen suchen oder sich in Foren austauschen. Sie können aber auch nach Ärzten in ihrer Region suchen, wenn sie eine bestimmte Behandlung benötigen. Verfügt der Arzt über die MedCubes Software, können direkt über das Portal Termine vereinbart und Informationen ausgetauscht werden.

Die Mitarbeiter im Gesundheitswesen (Health-Worker) wiederum können das Portal nutzen, um auf der einen Seite neue Patienten zu finden oder mit bestehenden zu kommunizieren. Das Portal bietet außerdem die Möglichkeit, auch einen einfachen und schnellen Internet-Auftritt aufzubauen. Ab einem gewissen Mitgliedsbeitrag bekommt der Health-Worker außerdem die Möglichkeit, die MedCubes Software zu benutzen.

Umgekehrt kann der Arzt das Portal nutzen, um zum Beispiel Dienstleister zu finden, die ihn bei IT Problemen unterstützen oder auch generelle Berater für das Gesundheitswesen.

Die Partner von MedCubes wiederum nutzen das Portal, um ihre Dienstleistungen und Produkte anzubieten. Kunden sind dabei in erster Linie die Health-Workers, die zum Beispiel jemanden engagieren, der ihre Homepage aufbaut oder zusätzliche Apps für MedCubes von IT Unternehmen kaufen.

Es können aber auch die Patienten ein wichtiger Markt für die MedCubes Partner werden, die im Rahmen des Portals Werbung schalten können (z.B. interessant für Pharma-Unternehmen etc.).

### Ziele der Projektarbeit

Im Rahmen der Projektarbeit sollen folgende Bereiche beleuchtet werden:



## Benchmarking bzw. Analyse bestehender Portale

Anhand von bestehenden erfolgreichen oder nicht erfolgreichen Portalen soll analysiert werden, was es zum aktuellen Zeitpunkt bereits am Markt gibt und wie diese Modelle funktionieren. Im speziellen sollen die folgenden Portale analysiert werden:

- NHS
- Sundhed
- WebMD
- Google Health (als nicht erfolgreiches Portal, soweit der Zugriff noch möglich ist)

## Konzeption des Portals

Zuerst sollen für die oben angesprochenen Benutzergruppen die unterschiedlichen benötigten Funktionen definiert und beschrieben werden. Diese Inhalte dienen als Basis für die späteren Design-Vorschläge und Marketing-Aktivitäten.

## Marketing

Hier wird beleuchtet, wie die unterschiedlichen Benutzergruppen angesprochen werden können und wie man sie zukünftig zu einer regelmäßigen Nutzung des Portals animieren kann.

Ein weiterer Punkt ist das Thema Suchmaschinen-Optimierung.

## Designvorschlag Portal

In der letzten Phase des Projekts wird ein Design-Vorschlag für die Gestaltung des Portals unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Benutzergruppen und benötigten Funktionen erarbeitet.

## Nicht-Ziele

Obwohl die unterschiedlichen rechtlichen Aspekte ein wesentlicher Teil für die Umsetzung des Portals sind, werden diese Themen im Rahmen der Projektarbeit nicht berücksichtigt.

Außerdem werden die technischen Rahmenbedingungen für die Umsetzung des Portals nicht in dieser Projektarbeit behandelt.

## Conclusio

### Einzigartiger Funktionsumfang

Betrachtet man den aktuellen Markt von Healthcare-Lösungen oder –Portalen, dann erkennt man, dass die für MedCubes vorgesehene Kombination von Software und Portal derzeit nicht vorhanden ist.

Im Moment gibt es folgende Angebote:

- Portale für Patienten, um auf Gesundheitsinformationen zugreifen zu können. Hier vor allem News oder Foren.  
Beispiel: netdoktor.at
- Verwaltung von einem Electronic Healthcare Record (EHR) in der Cloud. Der Umfang der Daten ist dabei sehr unterschiedlich. Große Projekt – hier vor allem Google Health - wurden aufgrund mangelnder Akzeptanz beendet.  
Beispiel: Microsoft HealthVault, Google Health
- Cloud-Lösungen für Hausärzte, um Arztpraxen betreiben zu können. Hier gibt es vor allem im US-amerikanischen Raum einige wirklich große Hersteller, die den Markt dominieren. Flexible, übergreifende Lösungen, die auch von anderen Health-Workers benutzt werden können, gibt es aber kaum.

MedCubes hebt sich durch die Kombination von Web-Portal und dem Nutzungsrecht der MedCubes-Software deutlich vom Wettbewerb ab. Die Kombination in diesem Funktionsumfang konnte nirgends sonst festgestellt werden. Hinsichtlich der Offenheit des Systems für andere Software-Hersteller und dem App-Konzept für die MedCubes-Software ist auch damit zu rechnen, dass – bei entsprechender Verbreitung – das Ökosystem zügig wachsen sollte und so auch die Attraktivität des Produktes für Health-Worker ständig zunehmen sollte.

### Fokus auf Health-Worker

Von MedCubes wird der Weg vorgeschlagen, zuerst den Fokus auf die Health-Worker zu legen und damit für eine entsprechende Verbreitung der MedCubes Software zu sorgen. Wenn das – vielleicht zuerst auch regional eingeschränkt – gelingt, kann das System für Patienten dadurch interessant werden, dass der Arzt oder Health-Worker basierend auf der Software entsprechende Services anbieten kann, die dem Patienten einen Vorteil bringen.

Für die Health-Worker liegt in der ersten Phase der wesentliche Vorteil des Netzwerks vor allem darin, dass die Software integrierter Bestandteil der Mitgliedschaft ist. Wenn die Wahrnehmung und Akzeptanz seitens der Patienten zunimmt, wird auch der Mehrwert hinsichtlich dem Finden neuer Patienten deutlich steigen.

## Benutzersicht

Bei der Benutzung des Portals durch Patienten ist außerdem wichtig, dass der Benutzer vom System bestens möglich unterstützt wird. Das wäre hier die Funktion des „guten Gastgebers“. Damit ist das Portal weder reduziert auf eine Suchmaschine oder ein News-Portal. Vielmehr werden zum Nutzen des Patienten die Vorteile beider Systemansätze vereint.

Durch das Zusammenspiel der MedCubes-Software mit der Funktionalität des Portals oder mobiler Apps besteht außerdem die Möglichkeit Features anzubieten, die in herkömmliches Web-Portal nicht bereitstellen kann. Das betrifft vor allem die Verwaltung von EHR, den Datenaustausch und die Kommunikation mit Health-Workers, aber auch die Vernetzung mit anderen Patienten und Interessensgemeinschaften.

## Consultants und Partner

Für Partner ist in der ersten Phase der wesentliche Vorteil, dass ein umfangreiches und extrem flexibles Framework für die Entwicklung von Healthcare-IT-Lösungen benutzt werden kann. Auch hier gilt, dass bei entsprechender Verbreitung des Portals – nun im Umfeld der Health-Worker – die Vertriebsmöglichkeiten für Consultants durch das Netzwerk deutlich gesteigert werden können. Die Bereitstellung der Software von Partnern über den integrierten App-Store und das Ziel, gemeinsam von einem integrierten System zu profitieren, ist derzeit in der Healthcare-IT Landschaft überhaupt ein absolutes Novum.

## Erfolgsfaktoren von Alternativ-Systemen

Ein erhöhtes Vertrauen in elektronische Datenverarbeitung muss gegeben sein. Die Einführung eines eHealth Portals in weniger gut entwickelten Ländern, mit einer geringeren Anzahl an Internetusern könnte sich also als schwierig gestalten.

Die Sicherheit der medizinischen Daten der Nutzer ist ein Schlüsselpunkt.

Die Kooperation mit einem Versicherungsträger oder einer staatlichen Gesundheitsinstitution ist durchaus empfehlenswert, da das Vertrauen der Benutzer hierdurch steigt.

Die Plattform wird sich zuerst bei technikaffinen Menschen durchsetzen. Dies ist allerdings durchaus positiv zu betrachten, da diese wohl fundiertes Feedback zu Funktionen geben könnten und so eine Vorbereitung auf einen Massenbetrieb erleichtern würden.

Die Einbindung von Telemedizin und Erledigung von Arztwegen online erfreut sich großem Zuspruch, sofern die oben genannten Punkte betreffend die Sicherheit der eigenen Daten gewährleistet sind. Zeitersparnis ist wohl eines der schlagenden Argumente für eine elektronische Verarbeitung aller Daten.

Die Möglichkeit, qualitativ hochwertige Informationen zu Ärzten und deren Behandlungsmethoden zu finden, ist ebenfalls ein Anreiz für Benutzer, ein eHealth Portal zu verwenden.

Informationen, welche durch einen User eingetragen werden, sind nicht hundertprozentig verlässlich und deswegen mit Argwohn zu betrachten. Hier können schwerwiegende Fehldiagnosen aufgrund falsche Daten entstehen.

## Marketing

Als potenzielle Kunden von MedCubes sind einerseits Medizinische Laien (Patienten, deren Angehörige oder einfach medizinische interessierte Personen udgl.), sowie andererseits Medizinische Experten (wie etwa Ärzte, Krankenpflegepersonal, Physiotherapeuten usw., aber auch führende Institutionen im Gesundheitsbereich) von besonderer Bedeutung. Diese beiden Kundengruppen tragen zur Reichweite des Portals und somit für die entsprechende Positionierung in der Online-Medienlandschaft bei.

Als weitere große Kundengruppe sind Werbetreibende aus dem Pharma-, Gesundheits- und Medizinbereich zu nennen, welche für die Refinanzierung des Portals von äußerster Wichtigkeit sind.

Da die drei Kundengruppen unterschiedliche Interessen verfolgen und jeweils über andere Motive für ihren Zugang zur Plattform verfügen, muss auch die Marketingstrategie auf die jeweiligen Kundengruppen zugeschnitten und abgestimmt werden.

Marketingziele des Unternehmens sind der Aufbau und die kontinuierliche Steigerung der Reichweite und des Bekanntheitsgrades, die Erreichung eines hohen Qualitätsstandards und die erfolgreiche Etablierung und Stärkung der Marke durch wertvolle Kooperationen mit renommierten Institutionen im Gesundheits- und Medizinbereich. Diese Ziele sollen durch die „richtige“ Kombination unterschiedlicher Marketing-Instrumente (Marketing-Mix) erreicht werden. Bei der Marketingstrategie von MedCubes sind vor allem kommunikations- und distributionspolitische Aktivitäten die empfohlenen Maßnahmen zur Erreichung der Ziele.

Durch den Einsatz von Werbung, PR und Social Media soll auf das Angebot von MedCubes aufmerksam gemacht, ein positives Image erzeugt und eine solide Vertrauensbasis zwischen MedCubes und seinen Zielgruppen geschaffen werden. Zur Erhöhung der Reichweite ist auch ein gut durchdachtes SEO-Konzept erforderlich. Dieses empfiehlt sich gemeinsam mit einer auf SEO spezialisierten Agentur zu planen und umzusetzen. Wichtig dabei ist auch, das gesamte Team von MedCubes auf SEO zu schulen.

Zur Gewinnung und Betreuung von Health-Care-Professionals (Memberships) und Werbekunden, sollte eine passende Sales-Strategie definiert und umgesetzt werden. Hierbei ist auch die Bildung eines eigenen, kompetenten Verkaufsteams von enormer Bedeutung, welches laufend in persönlichen Kontakt zu den oben genannten Zielgruppen steht.