

# PATIENT:INNEN, DIE FREMDEN WESEN

**M**it dem Krankenhauszukunftsgesetz (KHZG) hat die pandemiebedingt nochmals volldigitale DMEA in diesem Jahr ein echtes Fokusthema, an dem niemand vorbeikommt. Zu Recht, werden mit den per KHZG bzw. Krankenhauszukunftsfonds zur Verfügung gestellten Geldern doch Entwicklungen angestoßen, die die deutsche Gesundheits-IT-Landschaft nachhaltig prägen werden.

Besonders erfreulich aus Sicht derer, um die sich alles drehen sollte, den Patient:innen, ist der große Fokus auf Patientenportale. Nicht dass Krankenhäuser nicht vorher schon mit einer engeren digitalen Anbindung der Patient:innen geliebäugelt hätten. Konsequenterweise wurden Portale bisher aber nur punktuell. Das lag zum einen daran, dass solche Lösungen recht schnell recht komplex werden können. Hineingespielt haben dürfte aber auch, dass die digitale Patientenbindung nicht mal eben so eingeführt werden kann.



**» Dass der überfällige Change-Prozess in Krankenhäusern beschleunigt wird, könnte eine der nachhaltigsten Folgen von Corona sein. «**



## DAS KHZG ALS KATALYSATOR FÜR EINEN CHANGE-PROZESS

Wer mit und über Patient:innen digital kommunizieren will, muss nicht nur ein IT-System in Betrieb nehmen, sondern muss sich ganz fundamental über Versorgungsprozesse Gedanken machen, innerhalb des Hauses und gegebenenfalls auch über Einrichtungsgrenzen hinweg. Die „Patientenzentriertheit“, über die seit Jahren geredet wird, sie muss plötzlich gelebt werden. Patient:innen, die fremden Wesen, wollen verstanden werden. Dass das KHZG diesen überfälligen Change-Prozess jetzt beschleunigt bzw. vielerorts sogar initiiert, könnte eine der nachhaltigsten Folgen dieses Gesetzes und damit letztlich der Corona-Krise sein.

Patient:innen besser verstehen, das dürfte auch für digitale Gesundheitsanwendungen (DiGA) ein entscheidender Erfolgsfaktor sein. Ein gutes halbes Jahr nach dem Start sind die deutschen DiGA weiterhin nur zarte Pflänzchen, die noch ordentlich aufgepäppelt werden müssen, bevor sie wirklich in voller Blüte stehen. Das liegt nicht nur an den DiGA, sondern auch daran, dass es noch an der richtigen Ansprache hapert. Wer digital Nutzen stiften will, muss seine Zielgruppe kennen – und sie dort abholen, wo sie sich befindet.

Bleiben Sie gesund!

**PHILIPP GRÄTZEL VON GRÄTZ**  
Chefredakteur E-HEALTH-COM