

Pflegewüste Web
von Matthias Kirchhoff
aus „Die Schwester – Der Pfleger“

Die Suche nach Informationen oder pflegerischen Tools und Programmen im World Wide Web ist für Angehörige der Pflegeberufe von wechselndem Erfolg gekrönt. Einerseits gibt es Homepages und Portale von Privatpersonen, Organisationen und Verbänden, die sehr umfangreiche Informationen bieten. Auf der anderen Seite gibt es Firmenseiten, die meist nur ein sehr spärliches Angebot für Pflegende aufweisen – dafür aber Werbebotschaften, Firmenhistorie und Bestellkataloge. Brauchen Hersteller-Pages vielleicht etwas mehr Pflege?

Auf der Suche nach Lösungen zu speziellen Problemen sind Pflegeinteressierte sehr oft auf die Seiten beschränkt, die aktiv Pflegende eingerichtet haben. Bei den wenigsten Herstellern im Internet erhält der Suchende Informationen, die über den Gehalt von Werbeprospekten oder Werbebotschaften hinausgehen. Zudem sparen sich manche internationale Hersteller sogar gänzlich die Erstellung einer Internetseite in deutscher Sprache und bieten ihre Informationen nur in englischer Sprache an. Sucht man zum Beispiel ein Handbuch zu einem Produkt, ist diese Suche oftmals vergebens. Möchte man gar ein Informations- oder Fortbildungsvideo über ein spezielles Produkt erhalten, so steht man vor noch viel größeren Problemen. Zu den meisten Produkten gibt es doch bereits Videos! Auf der Suche danach, diese online zu bestellen oder sogar im Web anzuschauen, ließen sich nur ganz wenige finden. Dabei sollte man doch annehmen, dass die Firmen daran interessiert sind, ihre Fortbildungs- und Informationsvideos zu verbreiten.

Eine ähnlich magere Ausbeute fand sich bei der Suche nach Präsentationen und Hintergrundinformationen zu Produkten aus dem pflegerischen Umfeld. Wie gerne würden Unterrichtspfleger oder Lehrer und Dozenten auf Unterrichtsmaterialien und Informationen von Fachleuten zurückgreifen, um ihre Unterrichtseinheiten in Pflege- und Altenpflegeschulen abwechslungsreicher zu gestalten. Die Informationen sind

da, die Videos im Lager, die Handbücher liegen ebenfalls in elektronischer Form, meist sogar in verschiedenen Sprachen vor. Warum ist diese Fülle an Informationen nicht im Netz?

Private Portale – Da werden Sie geholfen!

Es gibt eine Fülle von Adressen, Internetseiten und Portalen von Pflegenden für Pflegende, die sich sehr ausgiebig und kompetent mit den Problemen dieser Berufsgruppe auseinandergesetzt haben. Und so mancher Hersteller würde jubeln, wenn seine Seite solche Zugriffszahlen hätte. Die Seite www.forum-intensivpflege.de erlebt mit über 15 000 Zugriffen und zirka 50 000 Seitenabrufen pro Monat einen wahren Besucheransturm. Neben der Tatsache, dass die Page von Wolfgang Schwenker fast alles bietet, was die Pflegenden suchen, ist sie auch übersichtlich gestaltet. Ein riesiges Forum für fast alle Berufsgruppen und Richtungen: Bücherkritiken, Linklisten und Artikel zu den verschiedensten Themen sowie Real Videos von verschiedenen Herstellern rund um das Thema Intensivpflege.

Firmenpräsentationen im Internet meist unzureichend

Der Hauptgrund für die Unattraktivität der Firmenseiten liegt meines Erachtens in den Seiten der Medizinproduktehersteller selbst. Auf vielen Eingangsseiten finden die Pflegenden nicht etwa Rat und Hilfe – nein – "Wir über uns", "Unsere Geschichte" oder "Investor Relation" und "Presse" sind die am häufigsten anzutreffenden Links. Und hinter dem Button "Service" verbirgt sich dann oftmals nur die Anschrift, eine Telefonnummer und das Kontaktformular. Wenn der Suchende über 30 Sekunden warten muss, bevor sich die Seite aufgebaut hat – und dies mit einer schnellen ADSL Verbindung – sind die meisten Besucher schon zur Konkurrenz weiter gezogen. Denn viele verfügen nur über ein Modem oder ISDN. Da dauert es um ein Vielfaches länger und kostet darüber hinaus auch noch ganz schön Geld.

Es geht auch besser

Darüber hinaus hat das World Wide Web auch durchaus gelungene Firmenseiten mit pflegerelevanten Inhalten zu bieten. Wenn man sich die Seiten dieser Hersteller

anschaut, wird einem auch sofort klar, wo die Fehler und Versäumnisse der meisten anderen Bussinespages liegen. Rüscher AG www.ruesch.de ist so ein Ausnahmebeispiel für "Benutzerfreundlichkeit" (Usability). Klare Strukturen und eine sehr gelungene und kundenorientierte Navigation. Zum ersten Mal findet sich auch ein Link mit "Pflegetipps". Hier gibt der Hersteller zum Beispiel genaue Informationen, wie die unterschiedlichen Materialien seiner Produkte desinfiziert, gereinigt, sterilisiert, entsorgt und gelagert werden. Und der Button "Service" verdient diese Bezeichnung nun wirklich. Unter dem Button "Infothek" wird nochmals in die vier Hauptproduktgruppen unterteilt. Dort stehen dann Videos, Prospekte und Sonderdrucke zum Bestellen oder Download bereit. Eine übersichtliche Händlerliste ist natürlich ebenfalls eingepflegt. Und wenn die Antwort auf eine Email-Anfrage in weniger als 24 Stunden im Postfach liegt, ist das ein weiteres deutliches Zeichen, wie ernst dieser Hersteller seine Kunden nimmt. Das ist bei Weitem nicht bei allen Anfragen so.

Ein weiteres gelungenes Beispiel für Kundenservice ist das Angebot der Firma B. Braun Melsungen www.bbraun.de. Auf dieser Seite gibt es zu fast jedem Produkt der Firma umfangreiche Informationen. Im Servicecenter (unter Fortbildung und Infopool) erhalten Sie Broschüren, Publikationen, Anleitungen, Software und Videos zum Download oder zum Bestellen. Unterrichtsprogramme und Diaserien runden das Angebot für Lehrende ab. Bei manchen Produktgruppen ist die Auswahl so riesig, dass man schon fünf oder sechs Mal den gesamten Bildschirm durchscrollen muss, um an das Ende der Liste zu gelangen. Die komfortable und sehr gut gestaltete Suche-Funktion erleichtert dabei das Auffinden von speziellen Beiträgen. Ein Veranstaltungskalender sowie übersichtlich nach Themen unterteilte Link- und Literaturlisten runden das Informationsangebot ab.

Fazit

Es besteht ein sehr großer Handlungsbedarf bei den Firmenseiten im Internet, wenn man von wenigen gelungenen Ausnahmen absieht. Nun sagen die etwas kleineren Firmen: "Das ist alles viel zu teuer, das können sich nur die Großen der Branche leisten." Das ist nicht wahr! Wenn der Inhalt stimmt – das haben das Intensiv-Forum und andere gelungene Auftritte von Privatpersonen überdeutlich gezeigt –, ist schon

mit wenigen Programmierhandgriffen, einem guten Konzept und bescheidenem Etat ein sehr gute Informationspage zu machen. Sicherlich sind solche guten Seiten für die Firmen in der Anfangsphase arbeits- und pflegeintensiv. Aber in Zeiten, wo der Konkurrenzdruck hoch ist und die Preise sich mehr und mehr angleichen, fällt die Wahl, welches Produkt ich benutze (also kaufe), immer zu Gunsten des Anbieters aus, welcher mir den besseren Service und Support bietet.

Online-Support trägt zur Steigerung der Zufriedenheit von Pflegenden bei und hilft – richtig eingesetzt –, mehr Kliniken zu gewinnen und die Wechselbereitschaft zu anderen Herstellern zu verringern. Der Pflegende muss nicht zu einem anderen Anbieter oder Forum gehen, um die Informationen, die er sucht, zu bekommen. Dadurch werden andere Unternehmensbereiche erheblich entlastet und Kosten gesenkt. Bei Routineanfragen ist es doch sehr viel kostengünstiger, wenn der Pflegende sich selber helfen kann und nicht auf eine Hotline oder den Außendienst zurückgreifen muss. Wenn wir ganz ehrlich sind, können wir sehr wohl auf den einen oder anderen Kugelschreiber und die Kaffeetassen verzichten, wenn dafür das Informations- und Serviceangebot der Firmen im Internet etwas besser werden würde.

Anschrift des Verfassers:

Matthias Kirchhoff, Fachpfleger für

Intensiv- und Anästhesiepflege,

Geschäftsführer der Firma Art & Weise Medienproduktion

Zeppelinstraße 6

35039 Marburg

Dieser Artikel wurde bereitgestellt von Bibliomed Medizinische Verlagsgesellschaft mbH