



©webbiz - stock.adobe.com

Digitale Patientenbindung in der onkologischen Rehabilitation

Wie digitale Kanäle die Beziehung zu Patientinnen und Patienten stärken

Von Cindy Grant

Rehabilitation endet nicht nach der Reha am Klinikportal. Gerade in der onkologischen Anschlussrehabilitation, wo körperliche, seelische und soziale Aspekte eng miteinander verwoben sind, kommt es auf ein durchdachtes Zusammenspiel an – zwischen persönlicher Betreuung und digitaler Unterstützung. Die Hamm Kliniken sehen digitale Patientenbindung nicht als technisches Projekt, sondern als Teil ihres Qualitätsverständnisses. Die Patient Journey wird in ihrer Gesamtheit betrachtet – von der ersten Orientierung über den Aufenthalt bis zur eigenverantwortlichen Nachsorge. Ziel ist eine spürbare Entlastung der Patientinnen und Patienten, eine stärkere Aktivierung und ein nachhaltiger Kontakt zur Klinikgruppe. Dabei spielt auch das digitale Grundrauschen über vielfältige Kanäle eine zentrale Rolle: Nur durch eine kontinuierliche, relevante Präsenz in App, Podcast, Social Media und Messenger bleiben Klinik und Inhalte in den Köpfen

der Patienten präsent. Dieses Zusammenspiel schafft Wiedererkennung, Vertrauen – und eine langfristige Bindung über den stationären Aufenthalt hinaus.

Die Patienten-App – digitaler Begleiter mit Struktur und Tiefe

Die Patienten-App der Hamm Kliniken bildet das digitale Rückgrat dieser Strategie. Sie begleitet die Patienten über Wochen und Monate hinweg, oft beginnend vor dem eigentlichen Klinikaufenthalt.

Digitale Vorbereitung: Sicherheit schon vor dem ersten Tag

Viele Patienten stehen vor ihrer Reha vor organisatorischen Hürden. Die App unterstützt sie mit einer personalisierbaren Anreise-Checkliste, die hilft, relevante Unterlagen, Medikamente und persönliche Gegenstände strukturiert vorzubereiten. Besonders in der Onkologie, wo viele mit Erschöpfung,

Digitale Patientenbindung wird zunehmend zu einem strategischen Faktor für Gesundheitsanbieter – besonders in der medizinischen Rehabilitation. Die Hamm Kliniken setzen in der onkologischen Anschlussrehabilitation auf eine konsequente Digitalisierung patientenzentrierter Services: Eine modulare App, ein Podcast-Format, aktive Social-Media-Kommunikation und ein Messenger-Angebot schaffen kontinuierliche Berührungspunkte mit echtem Mehrwert – vor, während und nach dem Reha-Aufenthalt. Der Artikel zeigt, wie diese Instrumente ineinandergreifen, welche organisatorischen Voraussetzungen notwendig sind und wie digitale Nähe das Vertrauen, die Motivation und die Weiterempfehlung nachhaltig stärken kann.

Keywords: Marketing, Strategie, Patientenversorgung

Ängsten oder Konzentrationsproblemen zu kämpfen haben, schafft diese Struktur spürbare Entlastung. Zudem bietet die App direkte Hilfestellungen für die Antragstellung – inklusive Mustervorlagen und Schritt-für-Schritt-An-

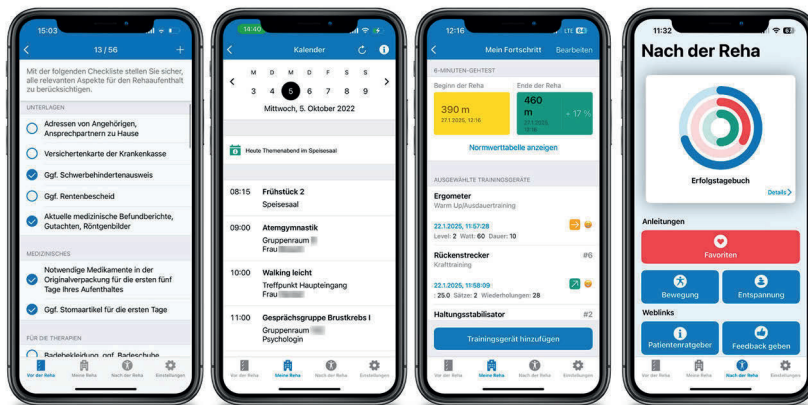
Über die Hamm Kliniken

Die Hamm Kliniken stehen mit ihren vier Standorten, rund 725 Betten und etwa 670 engagierten Mitarbeitern für Exzellenz in der onkologischen Rehabilitation und Anschlussrehabilitation (AHB). Ihr Ziel ist es, Patienten eine Rehabilitation auf höchstem Niveau zu bieten und dabei richtungsweisende Standards zu setzen. Die Spezialisierung auf die medizinische Rehabilitation von Krebserkrankungen an allen vier Standorte ermöglicht einen intensiven interdisziplinären Austausch zwischen den einzelnen Kliniken und Mitarbeitern, der maßgeblich zur Qualität der Behandlungen beiträgt.

leitungen. Gerade für Nachsorgeanträge, die nicht selten an formalen Fehlern oder Unsicherheiten scheitern, ist dies ein echter Mehrwert.

Während der Reha: Selbstwirksamkeit stärken

Mit der digitalen Terminübersicht behalten die Patienten jederzeit den Überblick über Therapie- und Veranstaltungspläne – in Echtzeit, individuell und sicher. Die intuitive Bedienbarkeit wurde in enger Zusammenarbeit mit Patientengruppen getestet und optimiert. Besonders positiv bewertet wird der Bereich „Mein Fortschritt“: Patienten können hier ihre individuellen Leistungsdaten dokumentieren – etwa aus dem Sechs-Minuten-Gehtest oder der medizinischen Trainingstherapie. Viele berichten, dass sie dadurch ein stärkeres Gefühl für ihren eigenen Gesundheitsverlauf entwickeln und ihre Reha aktiver mitgestalten (▶ Abb.).



App Funktionen im Überblick.
 Von links: Digitale Reha-Anreise-Checkliste, Digitaler Terminplan, Datensammlung "Mein Fortschritt", Startscreen "Nach der Reha".

Abb.: App-Funktionen im Überblick

Nach der Reha: Nachhaltigkeit ermöglichen

Nach der Entlassung beginnt die Phase, in der viele Rehabilitanden wieder auf sich allein gestellt sind – und gerade dann den größten Unterstützungsbedarf haben. Die App bietet ein umfangreiches Archiv an Übungsvideos aus den Bereichen Mobilisation, Kräftigung, Koordination und Entspannung – mit bekannten Gesichtern und Stimmen aus der Klinik. Dieses Wiedererkennen schafft Vertrauen und erleichtert die Fortführung des Trainings zuhause. Das digitale Erfolgstagebuch, in dem Schritte, Gewicht, Ernährung oder Beschwerden dokumentiert werden können, hilft nicht nur, den gesundheitsbewussten und körperlich aktiven Lebensstil, den man in der Reha erlernt hat, weiterzuführen. Es ist auch insbesondere beliebt bei Patienten, die eine Wiederholungsmaßnahme bean-

tenbindung der Hamm Kliniken – und gleichzeitig ein authentisches Kommunikationsformat, das hörbar macht, wofür die Klinikgruppe steht: Für fachliche Expertise, empathische Begleitung und kontinuierliche Unterstützung über den Klinikaufenthalt hinaus. In monatlich erscheinenden Folgen sprechen vor allem interne Expertinnen und Experten aus verschiedenen Fachbereichen über die Herausforderungen, die Krebspatientinnen und -patienten nach Abschluss der Akuttherapie erwarten. Ärzte, Psychologen, Ernährungsexperten oder Therapeuten geben praxisnahe Einblicke in zentrale Themen der onkologischen Rehabilitation – verständlich, alltagsnah und lösungsorientiert. Behandelt werden unter anderem Fragen wie: Was hilft bei Fatigue? Wie finde ich zurück in den Alltag? Welche sozialrechtlichen Ansprüche habe ich? Wie kann ich mit

„Nach der Entlassung beginnt die Phase, in der viele Rehabilitanden wieder auf sich allein gestellt sind – und gerade dann den größten Unterstützungsbedarf haben. Die App bietet ein umfangreiches Archiv an Übungsvideos aus den Bereichen Mobilisation, Kräftigung, Koordination und Entspannung – mit bekannten Gesichtern und Stimmen aus der Klinik.“

tragen möchten. Die PDF-Exportfunktion, die auch alle dokumentierten Funktionsbeschwerden aus dem Bereich Ernährung enthält, ermöglicht die direkte Weitergabe der Daten an Hausärzten oder Kostenträger.

HAMMerstark – der Podcast als Stimme der digitalen Nähe

Der Podcast „HAMMerstark“ ist ein zentrales Element der digitalen Patien-

Ängsten oder bleibenden Einschränkungen umgehen? Was kann ich zu Hause tun, um meine Reha-Erfolge zu stabilisieren?

HAMMerstark schafft dadurch eine vertrauensvolle, informative Atmosphäre, die sowohl aufklärt als auch motiviert. Viele Hörerinnen und Hörer empfinden den Podcast als hilfreich, weil dort Fragen besprochen werden, die in der Reha zwar präsent sind, aber im Alltag oft untergehen. Besonders häufig wird rückgemeldet, dass das Format genau den richtigen Ton trifft: fachlich fundiert, aber nie belehrend – zugewandt, aber nicht pathetisch. Für die Hamm Kliniken ist der Podcast mehr als ein Informationsangebot – er ist Teil der Strategie, mit Patientinnen und Patienten im Gespräch zu bleiben. Die Themen knüpfen an reale Versorgungssituationen an, machen die interne Kompetenz der Häuser sichtbar und stärken die Identifikation mit der Klinikgruppe. Darüber hinaus sorgt das Format für digitale Sichtbarkeit in einer gesundheitsaffinen Zielgruppe: Immer mehr Patientinnen und Patienten stoßen über Suchbegriffe wie „Onko Reha“ oder „Krebs und Alltag“ auf den Podcast – oder erhalten den Tipp

von Mitpatienten oder Therapeuten während der Reha. Das Format ist auf allen gängigen Streaming-Plattformen

pulse zur Krankheitsbewältigung. Die Inhalte sind bewusst vielfältig: mal informativ, mal emotional, mal

sondern um eine bewusst entwickelte Gesamtstrategie, die digital und analog miteinander verbindet. Die Umsetzung erfolgt interdisziplinär: Therapeuten, Ärzten, Pflegekräfte und die Unternehmenskommunikation entwickeln Inhalte gemeinsam – mit engem Bezug zum Klinikalltag. Auch Patientinnen und Patienten werden aktiv in die Weiterentwicklung eingebunden, etwa über Nutzerfeedback und Umfragen. So entstehen Angebote, die nah an den Bedürfnissen sind – und nicht am Reißbrett. Entscheidend ist dabei nicht, „möglichst viel digital zu machen“, sondern die richtigen Angebote zur richtigen Zeit bereitzustellen.

„Besonders wertvoll ist die Wirkung auf ehemalige Patienten: Viele folgen dem Kanal auch nach der Entlassung weiter, markieren Beiträge mit „Gefällt mir“, speichern Inhalte für später oder tauschen sich in den Kommentaren mit anderen Betroffenen aus. Die Klinik bleibt so nicht nur eine erinnerte Institution, sondern ein aktiver digitaler Begleiter im Alltag – sichtbar, ansprechbar, hilfreich.“

frei zugänglich. So entsteht ein niedrigschwelliger, fachlich fundierter Zugang zu zentralen Reha-Themen – mit nachhaltiger Wirkung.

Social Media und Newsletter – Alltagsnähe mit Profil

Die Präsenz auf Social Media ergänzt das App- und Podcast-Angebot ideal – und trägt entscheidend zum digitalen Grundrauschen bei, das für nachhaltige Patientenbindung so wichtig ist. Denn um in der Lebensrealität der Patienten über den Klinikaufenthalt hinaus präsent zu bleiben, braucht es regelmäßige und authentische Kontaktpunkte. Social Media leistet genau das: Es ermöglicht kontinuierliche Sichtbar-

unterhaltsam – aber immer relevant für Menschen mit onkologischer Vorerfahrung.

Besonders wertvoll ist die Wirkung auf ehemalige Patienten: Viele folgen dem Kanal auch nach der Entlassung weiter, markieren Beiträge mit „Gefällt mir“, speichern Inhalte für später oder tauschen sich in den Kommentaren mit anderen Betroffenen aus. Die Klinik bleibt so nicht nur eine erinnerte Institution, sondern ein aktiver digitaler Begleiter im Alltag – sichtbar, ansprechbar, hilfreich.

Ein WhatsApp-Channel kann eine weitere wichtige Säule dieser Kommunikationsstrategie sein. In kompakter

Digitale Nähe wirkt – wenn sie mit Haltung gestaltet wird

Digitale Patientenbindung ist kein Selbstzweck. Sie funktioniert nur dort, wo sie auf ein echtes Verständnis für die Lebensrealität der Patientinnen und Patienten trifft. Die Hamm Kliniken zeigen, wie ein ganzheitliches Konzept über App, Podcast, Social Media und persönliche Kommunikation hinweg Vertrauen, Identifikation und Versorgungssicherheit schaffen kann. Digitale Nähe ersetzt nicht die menschliche Zuwendung – aber sie kann sie verlängern, vertiefen und im Alltag verankern. Genau dort entsteht langfristige Bindung – mit Wirkung weit über die stationäre Rehabilitation hinaus. ■

Literatur beim Verfasser

„Digitale Patientenbindung ist kein Selbstzweck. Sie funktioniert nur dort, wo sie auf ein echtes Verständnis für die Lebensrealität der Patientinnen und Patienten trifft. Die Hamm Kliniken zeigen, wie ein ganzheitliches Konzept über App, Podcast, Social Media und persönliche Kommunikation hinweg Vertrauen, Identifikation und Versorgungssicherheit schaffen kann.“

keit, Identifikation und Interaktion – in einem Umfeld, das vielen Menschen vertraut ist.

Auf Instagram posten die Hamm Kliniken regelmäßig Inhalte, die auf die Bedürfnisse und Interessen ihrer Zielgruppen zugeschnitten sind. Alltagseindrücke aus den Kliniken schaffen Transparenz und Nähe – etwa durch kurze Videos aus der Therapie, kleine Blickwinkel hinter die Kulissen oder Impulse aus dem Klinikteam. Ergänzt wird dies durch Bewegungstipps für zu Hause, einfach umsetzbare Rezeptideen und mentale Im-

Form erhalten die Abonnenten regelmäßig kleine Gesundheitsimpulse, saisonale Tipps, Erinnerungen an Nachsorgemöglichkeiten oder auch Geschichten zum Schmunzeln aus dem Klinikalltag.

Erfolgsfaktoren: Ganzheitliches Denken und interdisziplinäre Umsetzung

Ein entscheidender Erfolgsfaktor der Hamm Kliniken liegt in der konsequenten strategischen Verankerung der digitalen Patientenbindung. Es handelt sich nicht um Einzelprojekte,



Cindy Grant, M.A.

Leitung Unternehmenskommunikation
Hamm Kliniken GmbH & Co. KG
Brüder-Grimm-Straße 20
63628 Bad Soden-Salmünster
unternehmenskommunikation@hamm-kliniken.de