

# HEALTH INFO NET im Zeichen des Aufbruchs

Geschäftsbericht 2000

G. von Below, J. Weber

Das Jahr 2000 wird als ein Übergangsjahr in die Annalen der HEALTH INFO NET AG (HIN) eingehen. Es war ein Jahr der Neuorientierung und zugleich der Bestätigung. Die Veränderungen wurden vom Markt positiv aufgenommen. Die Vision der gesicherten Extranetplattform im Schweizer Gesundheitswesen hat rundum grosse Beachtung gefunden. Wir sind überzeugt, dass sich der grosse Aufwand für die eingeleitete Neuausrichtung gelohnt hat.

## Highlights im Jahr 2000

- Einleitung der Neuausrichtung von HIN als gesicherte Extranetplattform im Schweizer Gesundheitswesen;
- Beschluss der Ärztekammer, die Aktion «HIN-Abo für alle FMH-Mitglieder» zu unterstützen;
- Einführung der neuen Marke/des neuen Logos und Neugestaltung der Verkaufsunterlagen für die Abonnenten;
- Beschluss zur Fusion mit der Health Network AG, welche den technischen Betrieb sicherstellt;
- HIN feiert den 3000. Abonnenten und meldet ein Wachstum von über 1000 Neuabonnenten bzw. 50%.

## Positionierung als gesicherte Extranetplattform im Schweizer Gesundheitswesen

Das Jahr 2000 war im Rückblick ein Jahr der Weichenstellungen. Der Verwaltungsrat hat die Vision und den Auftrag von HIN neu definiert. Anstelle der bisher auf die Mitglieder der Standesorganisation fokussierten Ziele soll HIN zu einer für alle Akteure im Gesundheitswesen zugänglichen, speziell auf die Sicherheits- und Datenschutzerfordernungen dieser Branche abgestimmten Extranetplattform werden. Die bisher verfolgte Vision der Förderung der Nutzung des Internets durch die Ärzteschaft wird dadurch sehr sinnvoll ergänzt. Zudem können sich damit weitere Synergien erschliessen, welche die bisherigen Investitionen schützen.

Für die Umsetzung dieser Strategie wurden auf der operativen Ebene im Jahr 2000 drei Hauptziele anvisiert:

- die Ausdehnung der HIN-Community innerhalb der FMH soll stark vorangetrieben werden;
- für die Business-to-Customer-Kunden (B2C) sind erste Produktangebote zu entwickeln;
- die Managementkapazitäten und der Organisationsgrad sind der neuen Strategie anzupassen.

## Aktion HIN-Abo für alle Mitglieder der FMH

Die Ärztekammer hat im Juni 2000 dem Antrag zugestimmt, dass zur Förderung der Nutzung des Internets durch die Ärzte und Ärztinnen in der Schweiz jedes Mitglied der FMH das HIN-Abonnement kostenlos erhalten soll. Die Finanzierung soll durch einen zweckgebundenen Sonderbeitrag von Fr. 50.– je Mitglied erfolgen, welcher während der nächsten zwei Jahre erhoben wird.

Damit wurden alle bisherigen Kunden von HIN gleich doppelt belohnt:

- anstelle der bisherigen Jahresgebühren von Fr. 180.– wurden ihnen die Beiträge ab Mitte Jahr geschenkt;
- ab dem Jahr 2001 beträgt der Beitrag nur noch Fr. 50.– und wird direkt mit dem Mitgliederbeitrag der FMH erhoben.

Die Aktion hat ihre Wirkung nicht verfehlt. Dank der flankierenden Marketingmassnahmen konnten nach der Sommerpause monatlich bis zu 200 Neukunden registriert werden. Die HIN-Plattform hat damit für die Dienstleister und Zulieferanten der Ärzteschaft deutlich an Bedeutung gewonnen.

## Marktauftritt und Logo neu gestaltet und modernisiert

Um die Neuausrichtung von HIN als Extranetplattform im Gesundheitswesen zusätzlich zu unterstreichen, hat HIN auch ein neues Kleid erhalten. Das neue Logo und die starken Farben prägen seither die Publikationen und Markt-

Korrespondenz:  
Geschäftsleitung  
HEALTH INFO NET AG  
Pflanzschulstrasse 3  
CH-8400 Winterthur

auftritte von HIN. Die Reaktionen der Kundenschaft waren positiv. HIN konnte damit deutlich an Eigenständigkeit und Identität gewinnen. Die Umsetzung auf der Website ist ebenfalls geplant, musste aber zeitlich zurückgestellt werden.

### **Organisationsstrukturen gestrafft und Finanzbasis bereinigt**

Die in den Anfangsjahren der HIN gewachsenen Strukturen konnten den gestiegenen Anforderungen an das Management der Plattform nicht mehr genügen. Aus der Vielzahl von kleinen, teilweise kleinsten Organisationseinheiten musste eine Einheit mit einer klaren Struktur geschaffen werden.

Mit der per Ende des Jahres vorgenommenen Fusion und Übernahme der Health Network AG, welche den technischen Betrieb und Support sicherstellte, sind die strukturellen Prämissen für eine transparente und schlanke Führungsstruktur gegeben. Gleichzeitig mussten finanzielle Altlasten bereinigt und die Bilanz für die angestrebten Investitionen saniert werden. Per Ende 2000 weist HIN damit einen minimalen Gewinn und eine solide Finanzbasis aus.

### **Marketing mit «Plug & Surf»-Aktion und Direktversandaktionen lanciert**

Um weitere Neukunden und HIN-Abonnenten gewinnen zu können, wurden die Marketinganstrengungen intensiviert.

#### **«Plug & Surf»-Angebot**

In Zusammenarbeit mit The Portable Shop wurden den bisherigen, aber auch neuen Kunden attraktive «Plug & Surf»-Angebote offeriert. Die Aktion wurde rege benutzt und der Service durch den professionellen Partner sehr geschätzt

### **Direct Mailings über die Kantonalgesellschaften**

Um die Kantonalgesellschaften zur Kooperation im Marketing gewinnen zu können, wurden diesen spezielle Angebote und Gratisleistungen in Aussicht gestellt, wenn sie im Gegenzug den Versand der Anmeldungen an die Basis übernahmen. Insgesamt konnten so über 5000 Praxen angeschrieben und viele Neukunden gewonnen werden.

### **Grenze von 3000 HIN-Abonnenten überschritten**

Die verschiedenen Aktivitäten haben im 3. und 4. Quartal zu einer markanten Zunahme der HIN-Registrierungen geführt. Aber auch im Bereich des Internetprovidings konnten über 500 neue Kunden gewonnen werden.

### **Büro HIN-Romandie eröffnet**

Zur Verbesserung der Präsenz und Kundenbetreuung in der Romandie hat HIN in Lausanne ein eigenes Büro HIN-Romandie eröffnet. In enger Kooperation mit der Firma NICE konnte innert Kürze eine professionelle Betreuung der frankophonen Kunden aufgebaut werden.

NICE Computing hat im Rahmen des SYNEX-Projektes die Sicherheitstechnologie von HIN (ASAS) bereits erfolgreich implementiert. Sie verfügt über technisches Know-how sowie eine Infrastruktur, welche sie als Partner von HIN in der Romandie qualifiziert.

Durch die Überwindung der Sprachbarrieren und die spezifische Betreuung der Kunden und Projekte vor Ort will HIN die Wachstumschancen in der Romandie vermehrt nutzen. Zudem kann durch das Team der Firma NICE auch die fachliche Kompetenz von HIN breiter abgestützt und ergänzt werden.