

**Julian Schmittgall, Geschäftsführer Schmittgall Tower 5 – Agentur für Dialogmarketing GmbH:**

Falls es so etwas wie ein Erfolgsrezept für eine erfolgreiche Gesundheits-App gibt, sind die drei wichtigsten Zutaten aus meiner Sicht:

1. Serviceorientierung. Laut einer aktuellen Studie von accenture wü-

nschen sich nicht nur Ärzte, sondern auch Patienten ergänzende Services von Medikamenten-Herstellern. Apps sind dafür prädesti-



niert. Welche Funktionen sie dabei jedoch genau erfüllen – ob sie z.B. das Patientengespräch unterstützen oder den Patientenalltag vereinfachen – hängt von den Bedürfnissen der Zielgruppe ab.

2. Verständnis für die Bedürfnisse der Zielgruppe erlangt man am besten durch die Berücksichtigung der User- bzw. Patient Centered Design Methode und durch konsequentes Einbeziehen der Zielgruppe bei der Entwicklung der App.

3. Interaktion muss stimuliert werden, statt der Zielgruppe einfach nur Informationen und Fakten aus dem Fundus anzubieten. Mit der „Quantified Self Bewegung“ deutete sich der Trend an, Körper und Gesundheit immer detaillierter und lückenloser zu analysieren. Demnächst werden dank Apple, Google und Co. omnipräsente, sensorbestückte Smartphones und Wearables diesen Trend einzelner Technik-Geeks in den Mainstream katapultieren. Gut, wenn man bis dahin sein Erfolgsrezept für eine Gesundheits-App schon einmal ausprobiert hat.