

Infobrief 02/2018

Digitalisierung in O und U: Chancen für die Versorgung



Novellierung der GOÄ –
Schwerstarbeit unter einem
neuen Minister

Update 2018: Honorararzt und
Antikorruption

EU-Datenschutzregelung:
BVOU-Rahmenvertrag wird gut
angenommen

Orientierung im digitalen Dschungel

Es gibt nur noch wenige Ärzte, die nicht die Bedeutsamkeit von Bewertungsportalen und digitalen Medien für Ärzte erkannt haben. Dennoch ist es für viele sehr schwierig, ihre positive Reputation aktiv im Internet zu steuern.

Positive wie negative Bewertungen auf den Portalen haben einen direkten Einfluss auf den Praxisalltag und die medizinische Reputation von Ärzten. Was viele Ärzte überrascht: Auch ohne eigene aktive Beauftragung sind sie auf sämtlichen Bewertungsportalen mit einem Profil präsent. Die Portale sind nicht verpflichtet, eine Einverständniserklärung von Ärzten dafür einzuholen und können die Bewertungsfunktion sofort aktivieren. Es verhält sich ähnlich wie mit dem Hotel- oder Restaurantbesuch. Gastronomen können sich genau so wenig davor schützen, dass sie im Internet bewertet werden. Diese Bewertungen führen im positiven Fall zu mehr Gästen und im negativen Falle zu einbrechenden Kundenzahlen.

Auch wenn manche Ärzte bereits von einem modernen Pranger sprechen, ist es in jedem Fall ratsam, nicht den Kopf in den Sand zu stecken, sondern sich selbst mit diesem digitalen Dschungel zu beschäftigen oder mit einem kompetenten Partner mit Schwerpunkt medizinisches Reputationsmanagement zu kooperieren. Gerade für diejenigen, die den digitalen Medien manchmal noch kritisch gegenüberstehen, ist es insbesondere bedeutsam, diesen Sachverhalt nicht zu ignorieren. Denn zunehmend suchen Patienten und ihre Angehörigen eine Orientierung über ärztliche Kompetenzen und die qualitative Einschätzung anderer Patienten im Internet. In welchem Ausmaß Patienten täglich Portale aufsuchen, belegt die Tabelle.

Die Besucherzahlen der Bewertungsportale sprechen eine klare Sprache: Persönliche Empfehlungen in den Online-Medien sind ein entscheidender Faktor für die Patientenzahlen in Praxen und Kliniken. Die Bewertungsportale sind aus unserer Einschätzung einflussreicher als die herkömmliche Mund-zu-Mund-Empfehlung.

Wer selbst schon einmal tätig werden will, kann beispielsweise auf der Seite alexa.com oder seobility.net einen ersten Eindruck gewinnen. Sicherlich ist ein gewisses Praxiswissen notwendig, um ohne Fachexpertise Ranking und Bewertungen aktiv zu steuern. **Einen weiteren Eindruck können Sie mit dem Webinar des BVOU Study Clubs „Digitales Reputationsmanagement für Ärzte – Live-Webinar“ am 31.10.2018 gewinnen.**

Portale	Arztauskunft	Ärzte.de	Doc Insider	Golocal	Jameda	Sanego	Weisse Liste
Tägliche Besuche der letzten sechs Monate im Durchschnitt	21.000	1.200	1.100	13.000	137.000	36.000	5.400
Abgegebene Bewertungen	> 100.000	105.000	> 110.000	> 3 Millionen	> 2 Millionen	445.000	900.000

Um ein monatliches Reputationsradar für die mehr als 20 Bewertungsportale zu erhalten, können Sie dies, wie Ihre Abrechnung, in die Hände eines professionellen Dienstleisters mit spezieller Expertise des Gesundheitswesens geben. Selbstverständlich können in Praxen und Kliniken auch Mitarbeiter für dieses sensible Thema qualifiziert werden. Die Deloitte-Studie 2014 „Global Survey on Reputation Risk“ ergab, dass 87 Prozent der Befragten das Risiko des Verlustes der Reputation für gefährlicher halten als jedes andere Unternehmensrisiko. Viele Ärzte konsultieren daher Partner zum Thema medizinisches Reputationsmanagement und arbeiten gemeinsam konkrete Zielvereinbarungen für ihre Profile aus.

Dass die Zukunft den Bewertungsportalen gehört, macht sicherlich nicht zuletzt deutlich, dass Jameda 2016 für 46,8 Millionen Euro von einer Tochter der Hubert Burda Media Holding gekauft wurde. Das noch neue Arztsuch- und Patienteninformationsportal Orthinform des BVOU hat zwar noch nicht die Zugriffszahlen wie die großen Portale. Es ist aber dafür entscheidend besser, vor allem bezüglich der Beratung zu Erkrankungen und Therapieoptionen des Bewegungsapparates. Und es vermittelt den Patienten direkt an einen kompetenten Facharzt für Orthopädie und Unfallchirurgie.

Jens Hollmann, Inhaber des Unternehmens medplus-kompetenz, Autor von „Führungskompetenz für Leitende Ärzte“ (2012) und „Strategie- und Change-Kompetenz für Leitende Ärzte“ (2015)



© Privat/Hellmann

Daniel Conta, Wirtschaftsinformatiker (B.Sc.), IT-Administrator medplus-kompetenz, aufgrund einer chronischen Erkrankung intensive Kenntnisse zu digitalem medizinischen Reputationsmanagement



© Privat/Conta

Drei Reaktionsmuster und ihre Risiken

1. Ich höre nichts: „Mein Reputationsbild ist mir unbekannt. Ich brauche meine Zeit für andere Tätigkeiten.“ Risiko: Unwissenheit über das eigene Profil im Internet schützt nicht vor negativen Folgen aufgrund von diskreditierenden Patientenbewertungen.

2. Ich sehe nichts: „Meine Profile sind so, wie der Portalbetreiber diese angelegt hat. Was kümmert es mich?“ Risiko: Fehlende oder falsche medizinische Schwerpunkte bleiben unkorrigiert und führen nicht zu den gewünschten Patienten.

3. Ich sage nichts: „Ich lasse negative (unberechtigte) Bewertungen unkommentiert auf den Portalen stehen.“ Risiko: Durch unterlassene Reaktion gehen Sie ein hohes Risiko ein und lassen die Beschädigung Ihrer Reputation zu, indem Sie sich nicht äußern.