

## ARZTBEWERTUNGSPORTALE

## Negative Bewertungen im Internet: Wie Sie eine Imageschädigung verhindern

von Christa Maurer, Kommunikation & Management, Lindau

„Nur“ gute zahnmedizinische Qualität abliefern, ist heute nicht mehr ausreichend, um vor den Patienten zu bestehen. Diese wollen nicht nur gut behandelt, sondern auch begeistert werden. Sind sie unzufrieden, wird darüber oft erbost im Internet geschrieben. Egal wie man persönlich zu Arztbewertungsportalen steht: Jede Praxis muss sich spätestens dann damit auseinandersetzen, wenn negative Bewertungen das mühsam aufgebaute Image zu beschädigen drohen. Aussitzen ist dann die falsche Strategie. Doch was ist zu tun? |

### Arztsuche läuft vielfach über das Internet

Wir alle halten uns mehrmals täglich im Internet auf – und das quer über alle Altersgruppen hinweg. Man fragt um Rat, man sucht nach Informationen, man bewertet Dienstleistungen, Arbeitgeber und vieles mehr. Kein Wunder also, dass auch die Suche nach einem geeigneten Arzt oder Zahnarzt auf einer anderen Ebene – z. B. auf Arztbewertungsportalen – stattfindet. Noch ist es so, dass 70 Prozent der Patienten aufgrund einer positiven persönlichen Empfehlung eine Praxis auswählen, 30 Prozent der Neu-Patienten werden inzwischen durch Internet-Aktivitäten auf eine Praxis aufmerksam – mit steigender Tendenz.

### Wie wichtig sind Arztbewertungsportale?

In der Zeitschrift ZFA (Zeitschrift für Allgemeinmedizin) wurden im Mai 2017 Ergebnisse einer Online-Studie veröffentlicht, in der Arztbewertungsportale aus Sicht von Ärzten untersucht wurden. Jameda geht eindeutig als Marktführer hervor, gefolgt von Onmeda und Arzt-Auskunft.

Das Statistische Bundesamt bestätigt, dass die Relevanz von Jameda inzwischen so weitreichend ist, dass es zur ersten Anlaufstelle auf der Suche nach einem Dienstleister im Gesundheitswesen geworden ist. Bereits heute gilt: 31 Prozent haben ihren Arzt/Zahnarzt über ein Ärztebewertungsportal gesucht, 11 Prozent haben ihren Arzt/Zahnarzt auf einem Ärztebewertungsportal bewertet und 65 Prozent haben sich bei ihrer Arzt/Zahnarztwahl von Äußerungen auf einem Arztbewertungsportal beeinflussen lassen.

**PRAXISTIPP** | Es gibt also viele gute Gründe, sich mit dem Thema eingehend zu beschäftigen. Dies ist keineswegs allein Chefsache. Denn die Bewertungen auf diesen Portalen sind nicht personenbezogen, sondern betreffen das gesamte Team – und da kann jedes einzelne Teammitglied eine wichtige Rolle einnehmen: Patienten sind zahnmedizinische Laien und bewerten in erster Linie danach, was sie unmittelbar sehen und erleben. Die zahnärztliche Qualitätsarbeit setzen sie voraus.



Etwa 70 Prozent der Patienten kommen aufgrund einer Empfehlung

31 Prozent der Patienten haben ihren Arzt auf einem Portal gesucht

Bewertungen betreffen das gesamte Team

## Wie funktionieren Bewertungsportale?

Grundsätzlich gilt, dass ärztliche Daten auch gegen den Willen der Betroffenen veröffentlicht werden dürfen, sofern es sich um eine Verbreitung zutreffender und sachlich gehaltener Informationen handelt (BGH-Urteil vom 20.02.2018, Az. VI ZR 30/17, Abruf-Nr. 204392). Allerdings muss man sich nicht jegliche Bewertung gefallen lassen. Entfernt werden müssen Bewertungen, die gegen die Richtlinien von Jameda verstoßen oder das Persönlichkeitsrecht verletzen.

Bewertungen abgeben kann jeder. Nach dem Erstellen eines kostenfreien Kontos kann es losgehen. Voraussetzung dafür ist eine gültige E-Mail-Adresse, wobei Jameda laut eigener Auskunft versucht, sogenannte „trashmails“ zu filtern.

Anschließend kann sich der registrierte Nutzer unter seinem Konto einloggen und Bewertungen abgeben. Diese orientieren sich am Schulnotensystem (1 = sehr gut, 6 = sehr schlecht). Bewertet werden Kategorien wie z. B. Behandlung, Aufklärung, Betreuung usw. Mittels Algorithmen werden die Ergebnisse verarbeitet, am Ende soll die „richtige“ Praxis schneller gefunden werden.

Die Praxen und Ärzte bzw. Zahnärzte haben selbst die Möglichkeit, ein Profil zu hinterlegen und somit die Schwerpunkte der Praxis abseits der Homepage darzustellen. Dies erhöht den sogenannten viralen Effekt.

## Negative Bewertung ist erschienen – was tun?

Es darf einer Praxis nicht egal sein, was über sie geschrieben wird. Über positive Bewertungen darf man sich zu Recht freuen. Denn auch diese sind nicht selbstverständlich. Nach dem schwäbischen Motto „nicht geschimpft ist gelobt genug“ machen sich die Patienten nicht unbedingt die Mühe, einen Eintrag zu verfassen. Ganz anders sieht es aus, wenn der Patient verärgert ist. Unzufriedene Patienten machen sich eher die Mühe, einen Eintrag auf einem Bewertungsportal zu hinterlassen und dabei auch „Dampf abzulassen“. Bei solchen negativen Einträgen stellt sich die Frage: Was ist zu tun, damit der Praxis kein Schaden entsteht?

### Verantwortliche bestimmen

Um positive wie negative Eintragungen wahrzunehmen und im letzten Fall schnell reagieren zu können ist es wichtig, dass ein Verantwortlicher bestimmt wird, der sich regelmäßig in kurzen Abständen die Eintragungen durchliest.

**PRAXISTIPP** | Dasselbe gilt im Übrigen auf für Aktivitäten in Social-Media-Kanälen. Diese leben von der Interaktion. Wenn Sie nicht regelmäßig selbst posten, sind diese Seiten lediglich eine weitere statische Informationsseite wie die Homepage und bringen keinen Mehrwert.



IHR PLUS IM NETZ

[iww.de/ppz](http://iww.de/ppz)

Abruf-Nr. 204392

Beim Verteilen von Lob sind Patienten phlegmatischer als bei Kritik

Eintragungen ständig beobachten

## Prüfen und schnell auf unzulässige Einträge reagieren

Folgende Bewertungen verstoßen gegen die Nutzungsrichtlinien und müssen entfernt werden:

### ■ Wann Bewertungen entfernt werden müssen

- Es hat keine Behandlung stattgefunden.
- Es hat sich lediglich um einen Gutachtertermin gehandelt.
- Die Behandlung liegt mehr als vier Jahre zurück.
- Der bewertete und der behandelnde Arzt bzw. Zahnarzt sind unterschiedliche Personen.
- Die Bewertung ist beleidigend.
- In der Bewertung werden schwerwiegende Vorwürfe erhoben, z. B. Fehldiagnosen u. Ä.

Leider können Arztbewertungen nicht einfach gelöscht werden. Die Rechtsprechung sieht jedoch vor, dass Ärzte bzw. Zahnärzte problematische Bewertungen prüfen lassen können. Jameda informiert, dass unter jeder Bewertung sich der Link „Problem melden“ befindet. In diesem Formular müssen die Bedenken so genau wie möglich begründet werden.

Dadurch wird ein Prüfprozess entsprechend der aktuell gültigen Rechtsprechung eingeleitet, für dessen Dauer die Bewertung offline genommen wird. Je nach Ergebnis wird die Bewertung entweder wieder veröffentlicht oder gelöscht.

### Kommentieren – aber richtig

Es ist zwar nicht möglich, die Patienten direkt mit der Bewertung zu konfrontieren. Jedoch gibt es die Möglichkeit zu kommentieren – vorausgesetzt, die Praxis hat selbst ein Konto.

Doch Vorsicht: Es hilft der Praxis nicht, auf negative Bewertungen mit Gegenwürfen zu reagieren. Und es kann mit einem Verstoß gegen die ärztliche Schweigepflicht einhergehen. Dennoch kann man dem Betreffenden sachlich und freundlich Bereitschaft signalisieren, die Beschwerde ernst zu nehmen und Gesprächsbereitschaft zu signalisieren, um die Unzufriedenheit auszuräumen. Meist werden sich diese Patienten in der Praxis zwar nicht outen, aber weiterhin Patient bleiben.

**PRAXISTIPP** | Mindestens genauso wichtig wie das positive Signal an den unzufriedenen Patienten ist das Signal, das an potenzielle Neu-Patienten gesendet wird. Dieses lautet: „Unserer Praxis ist nicht egal, ob Patienten unzufrieden sind – wir sehen das als konstruktive Kritik und bemühen uns, die Situation zu einem positiven Abschluss zu bringen.“

### Für ausreichend positive Bewertungen sorgen

Auch wenn es so manchem Teammitglied schwerfallen mag: Ermuntern Sie zufriedene Patienten, Beiträge auf entsprechenden Portalen zu hinterlassen. Gibt es viele positive Bewertungen, fallen negative Bewertungen nicht mehr so sehr ins Gewicht.

Zahnärzte können  
Bewertungen prüfen  
lassen

Portalbetreiber muss  
Bewertung während  
des Prüfprozesses  
herunternehmen!

Keine Gegenwürfe  
auf negative  
Bewertungen!

Patienten zu  
Einträgen ermuntern

## Wie kann man Bewertungsportale für Praxismarketing nutzen?

Eine Befragung der Stiftung Gesundheit kam zu dem Ergebnis, dass Internet-Marketing für die Attraktivität der eigenen Praxis immer bedeutender wird. Dies ist ein weiterer Grund, sich der Thematik der Bewertungsportale anzunehmen. Daher einige Tipps zum Umgang damit:

### Profil aktuell halten

Jede Praxis hat die Möglichkeit, ein Profil anzulegen. Enthalten sein müssen Name der Praxis und des Arztes bzw. Zahnarztes, Bilder der Praxis und der Behandler, Logo, Adressdaten, Telefonnummer, Öffnungszeiten und Behandlungsschwerpunkte.

Dieses sollte stets aktuell gehalten werden. Offensichtlich veraltete Fotos und Inhalte wirken nicht vertrauenserweckend.

### Neue Bewertungen überprüfen

Hinterlegt man die E-Mail-Adresse auf der Plattform, wird man direkt per E-Mail über neue Bewertungen informiert.

### Patienten um Bewertung bitten

Je mehr positive Bewertungen verzeichnet sind, desto weniger Bedeutung wird den negativen Kommentaren beigemessen. Viele positive Bewertungen im Profil der Praxis erhöhen zudem deren Glaubwürdigkeit.

**PRAXISTIPP** | Patienten um ihr Feedback zu bitten, zeugt von Offenheit und der Bereitschaft zur Transparenz. Patienten fühlen sich wertgeschätzt, wenn sie um Feedback gebeten werden.

### Selbst kommentieren

Die Praxis kann sowohl positive wie negative Bewertungen kommentieren. Dabei darf sie durchaus zeigen, dass sie sich über positive Kommentare freut. Geradezu geboten ist es, sich mit konstruktiver Kritik auseinanderzusetzen. Hier sollte in jeder Praxis besonders viel Sorgfalt auf die Antwort verwendet werden.

## Negativbewertungen für Verbesserungen nutzen

Kein Arzt bzw. Zahnarzt kann sich einer Bewertung seiner Patienten entziehen. Das öffentliche Interesse ist laut BGH höher zu bewerten als das Recht des Arztes oder Zahnarztes auf informelle Selbstbestimmung. Zugleich wird die Meinungsfreiheit gewahrt.

Die Einführung der Empfehlungsportale zeigt aber auch die Wichtigkeit von zufriedenen Patienten. Diese geben positive Kommentare ab und entwickeln sich zu treuen Stammpatienten. Negative Kommentare veranlassen Praxen zum Nachdenken. Knapp jede vierte Praxis optimierte aufgrund von Bewertungen die Terminvergabe, jede fünfte veränderte die Praxisabläufe.

Profil der Praxis anlegen

Sich per E-Mail informieren lassen

Konstruktiv auf konstruktive Kritik reagieren

Negative Kommentare veranlassen jede vierte Praxis zu Verbesserungen