Interview: „Die Patienten haben den Nutzen der digitalen Medien für sich erkannt“

Das Internet ist für viele zum Informationsmedium Nummer eins geworden, auch bei der Suche nach dem richtigen Arzt. Eine große Rolle spielen dabei Arztbewertungsportale, die allerdings aufgrund unglaubwürdiger oder verleumderischer Bewertungen auch immer wieder in die Kritik geraten. Wie wichtig gerade deshalb ein gezieltes Online-Reputationsmanagement ist, erklärt Jens Hollmann, Berater im Bereich Personal- und Führungsentwicklung und Inhaber von medplus-kompetenz.

BVOU: Was versteht man unter digitalem oder Online-Reputationsmanagement?

Hollmann: Online-Reputationsmanagement bedeutet für Ärzte, ihre eigene Reputation im Internet – also das Bild, das von ihnen in den digitalen Medien besteht, und im Speziellen, den persönlichen Ruf, den sie in Bewertungsportalen wie jameda und Co. haben – zu beobachten und aktiv zu steuern. Ich werde gleich noch näher darauf eingehen, wie genau das funktioniert.

Jens Hollmann

BVOU: Warum wird Online-Reputationsmanagement immer wichtiger?

Hollmann: Die Online-Reputation eines Arztes hat aus Sicht der Patienten in den letzten Jahren enorm an Bedeutung gewonnen. Patienten orientieren sich immer stärker an dem, was im Internet steht. Man geht mittlerweile davon aus, dass sich sieben von zehn Menschen bereits vor dem Arztbesuch im Internet informieren und Patientenbeurteilungen lesen.

Die Patienten haben hier den Nutzen der digitalen Medien für sich erkannt. Vielen Ärzten ist dagegen oftmals noch gar nicht bewusst, wie viele Patienten tatsächlich dank digitaler Medien und Informationen aus dem Internet zu ihnen kommen, weil sie sich vorab über die Ärztin oder den Arzt kundig gemacht haben.

BVOU: Wie kann das Reputationsmanagement hier helfen?

Hollmann: Das Reputationsmanagement unterstützt den Arzt zum einen darin, dass er zunehmend Patienten erhält, die seine speziellen Leistungen schätzen. Das heißt, er kann durch die Informationen, die er im Internet über sich und seine Tätigkeit einstellt, sehr gut und gezielt bestimmte Patientengruppen ansprechen.

Zum anderen können sich Ärzte so auch ein Stück weit vor den Folgen möglicher negativer Bewertungen schützen. Denn nicht nur die positive Darstellung im Netz auf der eigenen Webseite und in anderen Portalen, sondern gerade auch die negativen Bewertungen haben Einfluss auf den Ruf des Arztes. Dieses Risiko wird von vielen noch gar nicht verstanden und die eigene Reputation dementsprechend auch nicht aktiv gesteuert.

BVOU: Was macht einzelne negative Bewertungen im Internet so gefährlich?

Hollmann: Selbst wenn nur wenige negative Bewertungen vorhanden sind, kann dies für einen Arzt schon problematisch werden, nämlich dann, wenn er gar keine oder deutlich weniger positive Bewertungen im Internet hat – und das, obwohl er faktisch gesehen sehr viele zufriedene Patienten hat. Wenn diese zu ihrem Arztbesuch aber keine Bewertung abgeben und stattdessen nur zwei andere Patienten, die unzufrieden waren, dies in einem Bewertungsportal kundtun, dann erhalten diese negativen Bewertungen einen sehr prominenten Platz und sind unter Umständen die einzige zusätzliche Information, die über den Arzt im Netz zu finden ist.

Dieses Risiko ist besonders groß, da die Bewertungen in der Regel anonym abgegeben werden können und sich nur schwer nachvollziehen lässt, ob der Kommentar glaubwürdig ist und es sich dabei tatsächlich um einen eigenen Patienten handelt.

Viele Ärzte, die diesen Medien skeptisch gegenüberstehen, beklagen deshalb oftmals, dass ja nicht stimme, was in den Bewertungsportalen stehe. Aber diese Auffassung bringt einen in einem solchen Fall nicht weiter. Zu sagen, dass eine Bewertung nicht stimmt oder ungerechtfertigt ist, lässt sie nicht verschwinden. Sie ist nun einmal da, und deshalb sollte man sich aktiv damit auseinandersetzen.

BVOU: Wie sollten Ärzte also mit solchen negativen Bewertungen in Arztportalen umgehen?

Hollmann: Wenn es wirklich etwas Verleumderisches ist, das dort geäußert wird, dann lohnt es sich auch, auf juristischem Weg dagegen vorzugehen. In der Regel ist dieser Weg allerdings sehr viel teurer und auch ungewisser im Ausgang als eine zweite Möglichkeit: Aktiv dafür zu sorgen, eine hohe Anzahl positiver Bewertungen zu erhalten. Denn dann fallen einige wenige negative Bewertungen, die jeder nun einmal bekommt, nicht mehr so stark ins Gewicht.

Ganz grundsätzlich sollten sich Ärzte die Kritik von Patienten am besten bereits in der Praxis oder Klinik schildern lassen, bevor sie überhaupt in den Online-Medien landet. Denn natürlich kann es immer auch berechtigte Kritik geben. Diese sollte man ernst nehmen. So fühlt sich der Patient frühzeitig gehört und geschätzt und gibt am Ende vielleicht sogar doch noch eine positive Bewertung im Internet ab.

BVOU: Wie können Ärzte vorgehen, um die Zahl positiver Bewertungen aktiv zu beeinflussen?

Hollmann: Es reicht nicht aus, lediglich einmal im Jahr „Ego-Googlen“ zu betreiben, sich also selbst bei Google oder ähnlichen Suchmaschinen zu suchen, um zu sehen, welche Suchergebnisse

es gibt. Wenn man das nur sehr unregelmäßig tut, kann es wirklich zu einem großen Risiko werden und eventuell sogar einen Reputationsverlust bedeuten.

Zunächst einmal sollten Ärzte ein sogenanntes Reputationsradar aufbauen. Das heißt, dass sie erst einmal festlegen, welche digitalen Medien für sie und ihre Fachdisziplin relevant sind. Hierzu gehören klassischerweise soziale Netzwerke wie Xing, Facebook oder Google+ und auf der anderen Seite natürlich Patienten- und Arztsuchportale wie DocInsider, jameda, Ärzte.de, Weisse Liste oder Orthinform, aber auch Informationsportale wie Wikipedia, wo vielleicht etwas über eigene Publikationen zu finden ist.

Dies alles muss man einmal aktiv innerhalb dieses Reputationsradars erfassen und feststellen, wie die Bewertungen oder Einschätzungen in den jeweiligen Medien ausfallen und welche Informationen über einen selbst verfügbar sind. Dies gleicht man dann mit den eigenen Zielen ab: Wo will ich auftauchen? Wie will ich dort erscheinen?

BVOU: Was sollten Ärzte hier beachten, um die bestmögliche Wirkung zu erzielen?

Hollmann: Wichtig zu wissen ist: Google und andere Suchmaschinen geben nicht preis, wie genau ihre Suchalgorithmen funktionieren und was im Detail dazu beiträgt, dass man ganz oben steht. Klar ist allerdings: Je mehr Informationen über einen Arzt verfügbar sind und je mehr Quellen ihn positiv erwähnen, desto besser sind die Suchalgorithmen auch in der Lage, ihn zu finden. Deshalb ist es wichtig, zu streuen, in möglichst vielen Medien zu erscheinen sowie den aktuellen Reputationsstatus regelmäßig zu überprüfen.

Anschließend ist es wichtig, Patienten bereits während des Arztbesuchs oder Klinikaufenthaltes darum zu bitten, gleich vor Ort eine Bewertung abzugeben. Dafür kann zum Beispiel ein fertig eingerichtetes Tablet bereitliegen, mit dem Patienten ihre Bewertung schnell und einfach abgeben können.

BVOU: Dies klingt insgesamt nach einigem Aufwand, für den vielen Ärzten vielleicht die Zeit fehlt.

Hollmann: Deshalb müssen sich Ärzte der Sache nicht alleine annehmen, sondern können und sollten sich von Experten oder einer Agentur beraten lassen, wie das ja viele auch bereits bei der Gestaltung der eigenen Praxiswebseite tun. Je nachdem, welche Ziele man hat, kann man dann entscheiden, wie intensiv man das Reputationsmanagement betreiben möchte und welche Maßnahmen Profis für einen übernehmen können. Das muss nicht teuer sein.

Das Patientenportal Orthinform wurde im Infobrief 4/2017 vorgestellt.

BVOU: Wie unterscheidet sich das Reputationsmanagement im Internet für Klinikärzte und Niedergelassene?

Hollmann: Für Klinikärzte ist es deutlich schwieriger als für Niedergelassene, sich eine Online-Reputation aufzubauen. Denn in den gängigen Portalen können in der Regel nur die Kliniken bewertet werden und nicht der einzelne Arzt. Dieser erhält dementsprechend nie eine persönliche Rückmeldung. Selbst wenn Patienten mit der Leistung von Frau Dr. Müller sehr zufrieden waren, erhält am Ende nur ihre Klinik die gute Bewertung.

Trotzdem ist eine persönliche Online-Reputation auch für Klinikärzte immer wichtiger, als Nachweis über die Zufriedenheit der Patienten, aber auch für die Entwicklung der eigenen Karriere. Auch in der Klinik angestellte Ärzte können und sollten also ihre Reputation im Blick behalten und pflegen, zum Beispiel durch ein Xing-Profil und Einträge bei Wikipedia, aber auch indem sie zufriedene Patienten darum bitten, dies in einer Bewertung kundzutun, beispielsweise bei Google+.

BVOU: Wie kann ein Patienten-informations- und Arztsuchportal wie Orthinform die Online-Reputation von Ärztinnen und Ärzten positiv beeinflussen?

Hollmann: Orthinform ist ein sehr gut und modern gestaltetes Portal, das Patienten eine tolle Möglichkeit bietet, sich fachspezifisch zu informieren und zugleich einen passenden Arzt zu finden – und das gezielt und detailliert für das Fachgebiet Orthopädie und Unfallchirurgie, was andere Portale so nicht bieten. Ärzte wiederum haben Gelegenheit, sich spezifisch mit ihren Schwerpunkten darzustellen und von den passenden Patienten besser gefunden zu werden.

Und durch die Suchmaschinenoptimierung, die ein modernes Portal wie Orthinform betreibt, erhalten Ärzte hier eine ganz andere Plattform mit viel besseren Möglichkeiten, in Suchmaschinen weit oben zu erscheinen. Wenn dann unterhalb des Google-Eintrags zu Orthinform auch noch positive Bewertungen in verschiedenen Bewertungsportalen zu finden sind, ergänzt sich das perfekt. Somit ist Orthinform ein wichtiger Teil eines gelungenen Reputationsmanagements.

Vielen Dank für das Gespräch.

Das Interview führte Anne Faulmann, BVOU-Presseteam

Zum Thema „Digitales Reputationsmanagement für Ärzte" wird der BVOU Study Club in den kommenden Monaten ein Live-Webinar mit Jens Hollmann anbieten.

Weitere Informationen unter:
www.bvoustudyclub.net sowie bei Jens Hollmann (hollmann@medplus-kompetenz.de)