

Neue Wege für Ihre Praxis im Internet

# Chancen und Risiken des Online-Marketings

Das neue Informationszeitalter macht auch vor der Arztpraxis nicht halt. Während in der Vergangenheit die Suche nach einem Arzt oder Therapeuten in erster Linie in den Gelben Seiten oder einem gedruckten Arztverzeichnis stattfand, suchen heute viele Patienten im Internet und nutzen hier den Service, den Arztsuche-Internetportale anbieten. Viele steigen auch direkt über globale Suchmaschinen – insbesondere Google und Yahoo – in die Arztsuche ein. Im ersten Teil der Serie „Neue Wege für Ihre Praxis im Internet“ haben wir die Grundlagen des innovativen Online-Praxismarketings dargestellt. Der zweite Teil widmet sich den Chancen und Risiken.

[ von Sven-David Müller ]

➔ Patienten möchten Ärzte oder Therapeuten finden und diese wiederum wollen von den richtigen Patienten gefunden werden. Während es für Patienten in erster Linie wichtig ist, zu ermitteln, welcher (Fach-)Arzt oder Therapeut wo niedergelassen ist, möchten Praxen ihr Leistungsspektrum darstellen und natürlich auch ihre Selbstzahler- und IGeL-Angebote entsprechend kommunizieren. Wenn man so will: Die Interessen von Patienten und Behandlern treffen sich im Internet, idealerweise auf sogenannten Arztsucheportalen.

**Die ideale Arztsuche bietet:**

- ◆ eine große Reichweite
- ◆ eine optimale Auffindbarkeit über Suchmaschinen
- ◆ Barrierefreiheit
- ◆ vielfältige Möglichkeiten der Darstellung des Praxisleistungsspektrums
- ◆ breite Vernetzung der Arztsuche auf relevanten Portalen (wie den Internetseiten von Zeitungen, Zeitschriften, Städteportalen oder Gesundheitsseiten)

Im Zuge der Gesundheitsreformen, der immer mehr eigenverantwortlich handelnden Patienten und der zunehmenden Möglichkeiten des ärztlichen Handels im Bereich der IGeL sollte das Praxismarketing auch die Werbung und die Information im Internet einschließen.



Ein optimierter Eintrag in Arztsuche-Websites kann sogar die Praxis-Homepage ersetzen.

Ein Unternehmen wie eine Praxis muss sich und seine Leistungen aktuell darstellen. Eine langfristig angelegte europäische Studie kam bereits 2007 zu dem Ergebnis, dass rund ein Drittel aller Einwohner Deutschlands – das entspricht 27 Millionen Menschen – das

Internet wenigstens einmal monatlich für die Gesundheitsinformation nutzt, und das mit steigender Tendenz. Und gemäß der jährlich durchgeführten Onlinestudie von ARD und ZDF sind knapp zwei Drittel aller Menschen regelmäßig online. Für Arztpraxen ergibt sich die logische Konsequenz, im Internet vertreten zu sein, um optimal gefunden zu werden.

**Internetwegweiser zur eigenen Praxis**

Bleibt die Frage, wie man mit seiner Praxis am sinnvollsten ins Internet kommt. Immerhin verfügen viele Praxen bereits über eigene Homepages. Diese erfüllen aber nur dann ihren Zweck, wenn sie auch leicht gefunden werden und die richtigen Informationen bieten.

Da der Patient in der Regel die Internetadresse der Praxis nicht kennt, nutzt er Suchmaschinen wie Google. Aber dort werden die Homepages ohne entsprechende Suchmaschinenoptimierung nur schwer gefunden. Sehr viel bessere Suchergebnisse ergeben sich für Praxen, die in Arztsuche-Websites optimiert eingetragen sind. Im modernen Praxismarketing stellt sich die Frage, ob ein erweitertes Profil auf einer solchen Spezialseite nicht sogar die Praxishomepage ersetzt. In jedem Falle ergänzt sie diese optimal.

Bildnachweis: Jupiterimages (1)

## Risiko Abmahnung

Neben der mangelnden Auffindbarkeit setzen sich viele Praxisinhaber mit ihrer Internetseite dem nicht unerheblichen Risiko einer Abmahnung aus, wenn den rechtlichen Voraussetzungen nicht Rechnung getragen wird. Wer dieses umgehen will und hofft, mittels der Veröffentlichungen der entsprechenden Fachorganisationen im Internet gefunden zu werden, muss sich allerdings mit dem Nachteil abfinden, dass die Informationen oft veraltet sind oder das Praxisspektrum nur unzureichend abbilden.

Eines bleibt einem so oder so nicht erspart: Die entsprechenden Profile müssen regelmäßig überprüft und gegebenenfalls korrigiert und ergänzt werden.

## Die bewegte Praxis

Jedoch geht auch im Bereich des Praxismarketings der Trend zum Bewegtbild. Eine Reihe von Arztsucheportalen bietet hier bereits entsprechende

Möglichkeiten an, die somit eine Praxishomepage durchaus ersetzen können. All dieses bedeutet nicht unerheblichen Aufwand. Eine entsprechende Erweiterung des Praxisprofils ist daher nur dann sinnvoll, wenn die Arztsuche-Internetportale eine große Reichweite aufweisen und damit das Praxisangebot möglichst breit im Internet gefunden wird.

Führende Anbieter präsentieren ihre Arztsuche nicht nur auf der eigenen Homepage, sondern binden diese auch auf anderen Internetangeboten ein. Dafür stehen die reichweitenstarken Websites von Zeitungen, Zeitschriften, Internetportalen (beispielsweise web.de) oder Städten zur Verfügung.

## Gute Trefferquote, keine Schmähungen

Bleibt die Frage, welche Arztsucheportale am besten „finden“. Eine Studie der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg aus dem Jahr 2009 kommt zu dem

Ergebnis, dass das Arztsucheportal **www.Imedo.de** die Website mit den meisten Treffern ist. Das Portal ermöglicht Patienten unter anderem Arzttempfehlungen und verzichtet auf den Begriff Bewertung und auf Freitexte, um Schmähkritiken zu vermeiden und das Vertrauensverhältnis zwischen Patient und Therapeut nicht zu gefährden.

Grundsätzlich sollte eine Arztsuche-Internetseite aber nicht nur optimal gefunden werden, sondern auch noch weitere Bedingungen erfüllen. Dazu gehört insbesondere die Barrierefreiheit, da die rund 650 000 sehbehinderten und blinden Menschen in Deutschland Internetangebote besonders häufig nutzen. Barrierefreie Internetseiten ermöglichen die „Übertragung“ des Inhaltes und deren Darstellung in Blindenschrift (Braille) oder das Vorlesen der Webinformationen.

Die in diesem Artikel zitierten Studien finden Sie im Web unter **www.kassenarzt.de**. ■

## IMPRESSUM

# Der Kassenarzt

### VERLAG

Zeitformat GmbH & Co.KG, Maaßstraße 32/1, 69123 Heidelberg

### GESCHÄFTSFÜHRUNG

Daniel Geiger

### HERAUSGEBER

Dr. med. Uwe A. Richter

### REDAKTION

Chefredakteur (kommissarisch): Dr. med. Uwe A. Richter (v.i.S.d.P.)

Chef vom Dienst: Birgit Bok

Redaktionsassistent: Petra Moscato

Berlin-Korrespondent: Reinhold Schlitt

### MITARBEITER DIESER AUSGABE

Ruth Auschra, Birgit Bok, Dr. Ralph Hausmann, Elke Klug, Dr. Thomas Kron,

Dr. Uwe A. Richter, Dr. Dr. Peter Schlüter, Klaus Schmidt, Martin Wiehl

Die HzV-Abrechnung: Dr. Uwe A. Richter

Die KV-Abrechnung: Dr. rer. soc. Thomas Kriedel

Die GOÄ-Abrechnung: Peter Gabriel

### ANSCHRIFT DER REDAKTION

Am Forsthaus Gravenbruch 7, 63263 Neu-Isenburg

Tel: 061 02/502-140, Fax: 061 02/502-190

E-Mail: redaktion@kassenarzt.de, redaktion@kv-abrechnung.de,

redaktion@kassenarzt-berater.de

### WISSENSCHAFTLICHER BEIRAT

Prof. Dr. med. Winfried Fassbinder (Fulda), Oliver Frielingsdorf (Köln), Carlos A. Gebauer (Duisburg), Prof. Dr. med. Christoph H. Gleiter (Tübingen), Ludwig Hammel (Schweinfurt), Prof. Dr. med. Markolf Hanefeld (Dresden), Dr. Jürgen Karsten (Gladenbach), Prof. Dr. med. Wolfgang Kehrl (Hamburg), Prof. Dr. med. Gerd Laux (Wasserburg), Prof. Dr. med. Gudrun Neises (FH Fresenius, Idstein), Helmut Claus Roeder (Obertraubling), Prof. Dr. theol. Peter Schallenberg (Fulda),

Prof. Dr. med. Michael Schlander, M.B.A (Ludwigshafen), Prof. Dr. jur. Thomas Schlegel (Frankfurt), Dr. med. Dr. rer. nat. Peter Schlüter (Hemsbach), Prof. Dr. med. Volker Schusdziarra (München), Prof. Dr. med. Bernd Simon (Schwetzingen)

Namentlich gezeichnete Veröffentlichungen geben in erster Linie die Auffassung des Autors wieder.

### ANZEIGEN

Leitung: Robert Damwitz

Tel: 062 21/739 19-50; r.damwitz@zeitformat.com

Disposition: Alanna Atzberger

Tel: 062 21/739 19-23; a.atzberger@zeitformat.com

Adresse: Zeitformat GmbH & Co. KG, Maaßstraße 32/1, 69123 Heidelberg

Zurzeit ist Anzeigenpreisliste Nr. 41, 1. Januar 2010, gültig.

### HERSTELLUNG

Dierichs Druck + Media GmbH & Co. KG, Frankfurter Straße 168, 34121 Kassel

DER KASSENARZT erscheint monatlich. Der Preis des Jahresabonnements beträgt innerhalb der Bundesrepublik Deutschland 33 Euro. Preis pro Einzelheft 3,00 Euro. Für Mitglieder des Bundesverbandes der Ärztegenossenschaften ist der Bezug mit dem Mitgliedsbeitrag abgegolten.

Das Verlagsrecht für alle Sprachen und Länder, einschließlich des Rechts der fotomechanischen Wiedergabe oder einer andersartigen Vervielfältigung, geht mit der Annahme des Manuskripts und seiner Veröffentlichung an den Verlag über. Die veröffentlichten Vorträge werden Eigentum des Verlages. Nachdruck verboten. Mit der Annahme zur Veröffentlichung überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Diese Rechteübertragung bezieht sich insbesondere auf das Recht des Verlages, das Werk zu gewerblichen Zwecken per Kopie (Mikrofilm, Fotokopie, CD-ROM oder andere Verfahren) zu vervielfältigen und/oder in elektronische oder andere Datenbanken aufzunehmen.

www.kassenarzt.de, www.kv-abrechnung.de, www.kassenarzt-berater.de



Arbeitsgemeinschaft LA-MED Kommunikationsforschung im Gesundheitswesen e.V.

API-Studie 2009

Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier. ISSN 0723-5380