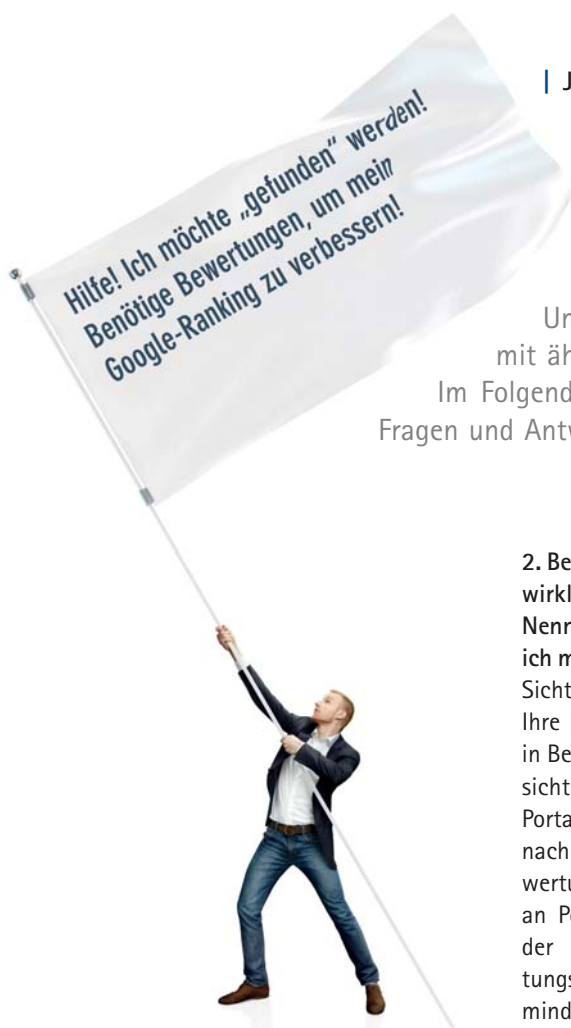


Teil 29: Patientenbewertung im Internet

30 Fragen zum Thema Arztbewertungen – Teil III von III

| Jens I. Wagner



Wenige Themen werden so kontrovers diskutiert wie die Arztbewertung durch Patienten im Internet. Seit mittlerweile drei Jahren begleitet die Firma DentiCheck Zahnarztpraxen im Umgang mit dieser Herausforderung und sieht sich immer wieder mit ähnlichen Fragestellungen seitens der Ärzteschaft konfrontiert. Im Folgenden finden Sie eine Zusammenstellung der wohl wichtigsten Fragen und Antworten aus zahlreichen Gesprächen.

1. Könnte ich theoretisch verhindern, dass man mich im Internet bewerten kann?

Nein. Die Portale legen das Profil für Ihre Praxis automatisch an und machen es bewertbar. Eine Austragung kann auch gerichtlich nicht erwirkt werden. Wenn Sie Angst vor negativen Bewertungen haben, könnten Sie die Herausforderung aktiv angehen und auf den relevanten Portalen für einige positive Bewertungen sorgen. Sollte dann mal eine kritische Einzelmeinung abgegeben werden, steht diese zumindest nicht alleine da und wird durch die positiven Rückmeldungen relativiert.

2. Bewertungen sagen nichts über die wirkliche Patientenzufriedenheit.

Nennen Sie mir einen Grund, warum ich mich darum kümmern sollte!

Sichtbarkeit! Ohne Bewertungen ist Ihre Praxis im Internet und vor allem in Bewertungsportalen praktisch nicht sichtbar. Das liegt daran, dass diese Portale die Suchergebnisse vor allem nach der Anzahl der vorliegenden Bewertungen sortieren. Stehen Sie erst an Position 30 oder auf Seite 2, ist der Vertriebsweg Internet (Bewertungsportal) für Sie praktisch tot – mindestens aber völlig suboptimal genutzt. Es ist daher irrelevant, ob Sie Bewertungen für Quatsch halten oder nicht: ohne Bewertungen werden Sie unter Umständen nicht gefunden.

3. Meine Neupatienten kommen über die persönliche Weiterempfehlung.

Wozu brauche ich Internetbewertungen?

Erstaunlicherweise sind auch hier Internetbewertungen von entscheidender Bedeutung. Dies ist im Grunde leicht nachvollziehbar. Versetzen Sie sich einfach in die Lage eines Menschen, der einen neuen Arzt sucht und seinen Bekanntenkreis befragt. Womöglich fragt er seine Frau, einen Arbeitskollegen

und seinen besten Freund. Mit welcher Wahrscheinlichkeit wird er von diesen Parteien ein und dieselbe Praxis genannt bekommen? Also wird er sich zwischen zwei oder drei empfohlenen Alternativen entscheiden müssen. Da er seinen Bekanntenkreis bereits befragt hat, wird er diese letzte Entscheidung häufig mittels einer Internetrecherche beantworten wollen. Er wird dafür diese Praxen gezielt in Google suchen und finden. Dabei werden häufiger bewertete Praxen von dem entscheidenden Vorteil profitieren, dass Google die Bewertungen der Praxis bereits in den Google-Suchergebnissen anzeigt. In diesem Falle wird dem Betrachter sofort ins Auge fallen, welche Praxis nicht nur von seinen Bekannten, sondern auch von vielen anderen Menschen gerne weiterempfohlen wird. Die Wahrscheinlichkeit der Entscheidung für die gerne weiterempfohlene Praxis ist mit Sicherheit wesentlich höher.

4. Ich wurde verleumdet! Kann ich auf den Bewertenden juristisch zugreifen?

Das ist prinzipiell möglich, aber praktisch schwierig. Häufig führt in diesem Fall kein Weg an einer Strafanzeige gegen Unbekannt vorbei. Wird diese

UPPS!

PROVISORIUM RAUSGEFALLEN!

DAMIT UNFÄLLE KEINE NOTFÄLLE WERDEN,
GEBEN SIE IHREN PATIENTEN NOMIX MIT!

Der einzige provisorische Ein-Komponenten-
Zement der kein Anmischen erfordert. Er ist
eugenolfrei und feuchtigkeitsaktiviert. Leicht in
der Anwendung und praktisch zum Mitgeben.



TEMPORÄRER ZEMENT - SCHNELL UND EINFACH OHNE MISCHEN!

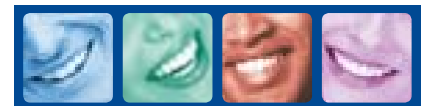


ANGEBOT

**JETZT 10% SPAREN BEIM KAUF EINER
NOMIX STARTER- ODER NACHFÜLLPACKUNG.**

Kostenfrei anrufen: 0800-2368749
und Code angeben: ZWP-NOM-0315

Dieses Angebot gilt bis zum 30.04.2015
Weitere Informationen finden Sie unter: www.centrixdental.de



centrix®

Making Dentistry Easier.™

angenommen, also nicht als Bagatelle abgelehnt, kann die Strafverfolgungsbehörde unter Umständen den Autor der Bewertung ermitteln. Da die Abgabe von Bewertungen aber in aller Regel völlig anonym erfolgt, liegen meist auch dem Portal selbst nur wenige Informationen vor, die eine Rückverfolgbarkeit ermöglichen.

5. Kann ich negative Bewertungen löschen lassen?

Bewertungsportale bieten in der Regel immer eine Möglichkeit, um eine Bewertung zu reklamieren. Dabei sind Bewertungen im Grundsatz als Meinungsfreiheit geschützt. Nur wenn die Bewertungstexte bestimmte Kriterien erfüllen (falsche Tatsachen werden behauptet oder Ihre Person wird herabgewürdigt), fällt ein Text nicht unter den Schutzmantel der Meinungsfreiheit. Dies bedeutet jedoch nicht zwangsweise, dass Ihre Reklamation erfolgreich verlaufen wird. Immer wieder kommt es zu Gerichtsverfahren, um die Löschung zu erwirken – mit den unterschiedlichsten Resultaten.

6. Stimmt es, dass Bewertungen sich von Portal zu Portal fortpflanzen?

Ja, das stimmt. Viele Portale teilen sich Bewertungen untereinander. So zum Beispiel die Branchenverzeichnisse Golocal, die Gelben Seiten und Das Örtliche. Derlei Kooperationen gibt es viele. Auch sind manche Bewertungsportale als Arztverzeichnis auf Drittseiten von Nachrichtenmagazinen und ähnlichen hinterlegt. Ist eine Bewertung also erst einmal im Internet, ist es oft nur eine Frage der Zeit, bis diese sich auf diese Art „fortpflanzt“.

7. Warum sind manche Praxen häufig und viele Praxen selten bewertet?

Die Erfahrung zeigt: Nur wenige Patienten kommen von sich aus auf die Idee, einen Arzt im Internet zu bewerten. Daher ist der überwiegende Teil aller Praxen kaum oder gar nicht bewertet. Dies ändert sich erst, wenn eine Praxis aktiv auf die Patienten zugeht und um Bewertungen bittet. Daraus folgt, dass die häufiger bewerteten Praxen diejenigen sind, die das Thema als relevant für ihre Öffentlichkeitsarbeit erkannt haben und aktiv handeln.

8. Warum sind viele häufig bewertete Praxen so gut bewertet? Ist das alles gefälscht?

Häufig bewertete Praxen werden aller Wahrscheinlichkeit nach Patienten aktiv um Bewertungen bitten. Es ist anzunehmen, dass vor allem diejenigen Patienten angesprochen werden, von denen die Praxis annimmt, sie seien zufrieden. Dies wäre eine Erklärung, die ohne die Annahme der Fälschung einleuchtet.

9. Ich will mein Google-Ranking verbessern. Sind Bewertungen hier hilfreich?

Unbedingt. Auch 2014 setzte sich der Trend fort und ein Ende ist nicht absehbar. Die Suchmaschine arbeitet nach der Logik „Wenn im Internet viel über einen Ort berichtet wird, muss er interessanter sein als andere.“ Für Google sind Bewertungen also ein klares Signal für einen interessanten Ort. Wird allerdings nur in einem Portal über Sie gesprochen (quasi Ihre „Stammkneipe“), dann spricht dies weit weniger für Sie, als wenn in vielen Orten über Sie gesprochen (bewertet) wird. Auch ist es wichtig, dass regelmäßig bewertet wird. Sonst interpretiert Google dies als ein nachlassendes Interesse. Wenn Sie Bewertungen für Ihr Google-Ranking optimal nutzen wollen, lassen Sie sich regelmäßig auf verschiedenen Portalen bewerten. Bitten Sie Ihren Patienten, auch ein wenig von der Behandlung zu berichten, da Google dann den Bezug zu Leistungsbereichen (z.B. Parodontologie oder Implantologie) und die Relevanz Ihrer Praxis für entsprechende Suchanfragen besser erkennt. Zu guter Letzt, sorgen Sie auch für Bewertungen in Ihrem Google+ Profil. Diese scheint Google höher zu gewichten als Bewertungen auf traditionellen Bewertungsportalen.

10. Ich habe eine Praxis übernommen oder neu gegründet und noch keinen Bezug zu meinen Patienten. Wie kann ich Bewertungen sammeln?

Dies ist deswegen eine etwas schwierigere Ausgangslage, da Sie sich nicht bei vielen Patienten mit der Idee wohlfühlen werden, diese um eine Bewertung zu bitten. Umso wichtiger ist es,

dass die wenigen Patienten, die Sie ansprechen, dann auch tatsächlich eine Bewertung schreiben. Nutzen Sie daher eine Dienstleistung wie DentiCheck, die die Bewertungsabgabe direkt in der Praxis ermöglicht. So haben Sie womöglich eine wesentlich höhere Erfolgsquote.

Quelle

<http://moz.com/local-search-ranking-factors>

info.

DentiCheck bietet zurzeit einen mit dem **Gutschein-Code „ZUW“** kostenfreien Online-Bewertungs-Check an. Dieser hilft Ihnen, zu verstehen, wie Ihre Praxis aktuell auf zahlreichen Portalen und in Google bewertet wird und welche Konsequenzen sich für Ihr Online-Image ergeben.

- *Wie wird Ihre Praxis im Internet bewertet?*
- *Wie gut ist Ihre Praxis vor negativen Einzelmeinungen geschützt?*
- *Wo steht Ihre Praxis im Bewertungsvergleich zu Ihren lokalen Konkurrenten?*
- *Wie können Bewertungen Ihre Platzierung bei Google und in den Portalen verbessern?*

Das Resultat wird in einem etwa 30-minütigen Telefonat präsentiert. Es werden konkrete Handlungsoptionen vorgeschlagen, sodass Sie im Anschluss selbstständig und effektiv tätig werden können. Zur Anmeldung gelangen Sie unter www.dentichck.de



Jens I. Wagner
Infos zum Autor

kontakt.

DentiCheck.

Aktives Bewertungsmanagement.

Gutes Online-Image.

Siemensstr. 12b, 63263 Neu-Isenburg

Tel.: 06102 37063117

beratung@dentichck.de

www.dentichck.de

IDS
2015

HALLE 2.2 | STAND A30



BLUE SAFETY

The Hygiene Company.



7/10tel eines Eisbergs liegen unter Wasser.
Sie sind nicht sichtbar. Trotzdem sind sie da.
Wegen dieser 7/10tel ist die Titanic gesunken.

Wasserhygiene kann man nicht sehen. Aber es ist eminent wichtig, ob sie da ist oder nicht. Denn Legionellen oder Pseudomonaden sind eine ernst zu nehmende Gefahr. Denken Sie an Ihre Patienten, Ihr Personal und an sich selbst. Vertrauen Sie nicht auf den Zufall. Denn Wasserhygiene ist ein gesetzliches Muss. BLUE SAFETY hat mit SAFEWATER das einzige RKI-konforme und rechtssichere Wasserhygiene-Konzept entwickelt. Handmade in Münster.

Kostenfreie Hotline 0800 25 83 72 33
www.bluesafety.com

WIR SEHEN
NUR EINEN
BRUCHTEIL
VON DEM,
WAS ES
WIRKLICH IST.