

ZWP online:

Dentales Fachportal mit 1,6 Millionen Klicks

Seit mehr als einem Jahr ist das Fachportal www.zwp-online.info bereits Marktführer im Bereich der dentalen Onlineinformationen und der Konkurrenz in Sachen Umfang, Vielseitigkeit und Übersichtlichkeit weit voraus. Eine bemerkenswerte Leistung, wenn man bedenkt, dass ZWP online im September 2010 erst seinen zweiten Geburtstag feierte. Inzwischen verzeichnet das Portal pro Monat rund 38.000 Besucher mit 120.000 Klicks. Dazu kommen noch die Nutzer des Mediacenters: 12.000 User mit 25.000 Klicks. Insgesamt besuchen also jeden Monat 50.000 User www.zwp-online.info und klicken knapp 150.000 Mal auf die dortigen Angebote und Informationen. Damit ergeben sich 1,6 Mio. Zugriffe seit Bestehen des Portals. Bei einer relevanten Zielgruppe (Zahnärzte, Verbände, Industrie etc.) von etwa 60.000 potenziellen Usern erreicht ZWP online heute schon den größten Teil der Zielgruppe. Das sind Zahlen, von denen andere Portale nur träumen können. Um die Poleposition zu halten und die Führung weiter auszubauen, werden die Inhalte ständig erweitert, aktualisiert und um neue Angebote ergänzt. Einen deutlichen Anteil am Erfolg des Portals hat das Mediacenter. Hier finden interessierte Nutzer Anwender-Videos, Interviews, Kongressberichte sowie Werbe- und Informationsfilme der Industrie. Außerdem werden im Bereich Bildergalerien regelmäßig neue Fotos von aktuellen Veranstaltungen und unterschiedlichen Fachbeiträgen veröffentlicht.

Pro Monat rund
38.000 Besucher ...
Das Mediacenter
nutzen bis zu
12.000 User
mit **25.000 Klicks**



Auch der ZWP online-Newsletter erfreut sich immer größerer Beliebtheit. Jeden Dienstag erhalten etwa 30.000 Abonnenten die aktuellen Nachrichten und wichtigsten Themen rund um das Thema Zähne, Dentaltechnik und Zahngesundheit. Somit avanciert ZWP online bereits heute zur umfangreichsten und am besten gepflegten dentalen Datenbank im Internet.

www.zwp-online.info

Hausmann Cartoon



Studie:

Behandlungsfehler

Knapp 40 Prozent der niedergelassenen Ärzte sehen sich etwa einmal im Jahr einem Behandlungsfehler-Vorwurf ausgesetzt. Das ist das Ergebnis der Studie „Qualitätsmanagement und Patientensicherheit in der ärztlichen Praxis 2010“ der Stiftung Gesundheit. Rund 61 Prozent der befragten Ärzte, Zahnärzte und Psychologischen Psychotherapeuten gaben an, dass solche Vorwürfe praktisch nie vorkommen. Die übrigen 39 Prozent setzen sich wie folgt zusammen: „Etwa einmal im Jahr“ sagten 29 Prozent, „etwa einmal im halben Jahr“ antworteten neun Prozent und „einmal im Monat“ meinte ein Prozent. Ein solcher Vorwurf findet meist in einem direkten Gespräch zwischen Arzt und Patient statt; bei 38 Prozent in einer sachlichen, bei 35 Prozent in einer emotionalen Atmosphäre. Weitere acht Prozent konsultieren einen Anwalt im Anschluss an ein Gespräch mit dem Arzt. Jeder fünfte Patient geht direkt zu einem Rechtsbeistand, ohne vorher selbst mit dem Arzt zu reden. Nach Angaben der Mediziner kommt es in 15 Prozent der Fälle zu übler Nachrede durch die Patienten. In rund jedem zehnten Fall (12 Prozent) ist die Situation so emotionsgeladen, dass ein Gespräch unmöglich ist. Durchgeführt wurde die Studie von der GGMA, Gesellschaft für Gesundheitsmarktanalyse im Auftrag der Stiftung Gesundheit. Die gesamte Studie steht online unter www.stiftung-gesundheit.de/forschung/studien.htm

Zahnarzt-Imagestudie 2010:

Gutes Zeugnis für Zahnärzte

Steigende Gesundheitskosten und immer neue Reformvorschläge wecken die Fragen: Wo bleibt der Patient und welche Qualitäten werden heute geboten? In einer aktuellen Qualitäts- und Zufriedenheitsmessung erzielten Zahnärzte mit einem Notendurchschnitt von 1,5 einen Spitzenruf bei Patienten (1 = exzellent/sehr gut), der sich in den vergangenen elf Jahren noch um sechs Prozent verbesserte. Zugleich haben jedoch Patienten noch beachtliche Zusatzwünsche und sehen Verbesserungsbedarf bei Zahnärzten, zum Beispiel 47 Prozent beim ersten Eindruck am Empfang. 72 Prozent der Patienten sind nach ihren Praxisbeurteilungen inzwischen bei ihrem idealen Zahnarzt angekommen, denn sie vergeben die maximalen vier und fünf Qualitätssterne als Praxisbeurteilungen, 1999 waren dies erst 58 Prozent.

Zu diesen Feststellungen kommt eine neue Imagestudie über Zahnärzte, die jetzt von Prof. Dr. Gerhard Riegl, Marketingdozent an der Hochschule Augsburg und wissenschaftlicher Leiter der Patientenforschung, mit 60.000 Befragten über mehrere Jahre auf der Basis von Benchmarking-Analysen mit 1.000 Praxen als Ideen- und Zukunftswerk für Zahnmediziner vorgelegt wurde. „Die Ergebnisse zeigen, wie Praxisteams ihre Patienten trotz der Ausnahmesituation bei Zahnarztbesuchen sofort zu Gewinnern machen können und dabei selbst in der Gunst der Patienten aufsteigen“, betont Riegl. Nachhaltig gute Zahnmedizin muss verstanden werden als Gemeinschaftswerk von Zahnarzt und Patient und erfordert eine nachhaltige Patientenorientierung. Der Autor dieses lesefreundlich gestalteten Basiswerks möchte mit dieser Enquete

innovative Impulse für den künftig erwarteten Qualitäts- und Vergütungswettbewerb setzen.

Literaturhinweis

Riegl, G. F.: Erfolgsfaktoren für die zahnärztliche Praxis, Zahnarzt-Imagestudie & Qualitätsmanagement, Institut für Management im Gesundheitsdienst, Augsburg 2010, 539 Seiten, ISBN: 978-3-926047-17-5.

Prof. Dr. Gerhard F. Riegl
Hochschule Augsburg
Fakultät Wirtschaft
Schillstraße 100
86169 Augsburg
Tel.: 08 21/56 71 44-0
Fax: 08 21/56 71 44-15
E-Mail: Prof.Riegl@hs-augsburg.de

Weitere Informationen:
<http://www.hs-augsburg.de>

ANZEIGE

Der Kollege aus der Praxis um die Ecke macht seit neuestem hier Werbung:

www.spiegel.de
www.manager-magazin.de
www.zeit.de
www.handelsblatt.com

Exklusiv für Leser der ZWP Zahnarzt Wirtschaft Praxis:
Jetzt bis zum 31.10.2010 anrufen, informieren
und die ersten 3 Monate gratis werben.

Gebührenfreie Service-Nummer: ☎ 0800-4466223555

Dort werben, wo Privatpatienten suchen. Mit der imedo-Arztuche ist Ihre Praxis auf über achtzig Partner-Webseiten im deutschsprachigen Raum präsent. Dazu gehören auch besonders stark frequentierte Webseiten wie [spiegel.de](http://www.spiegel.de), [manager-magazin.de](http://www.manager-magazin.de), [zeit.de](http://www.zeit.de) und [handelsblatt.com](http://www.handelsblatt.com). Für Ihre Praxis heist das: hohe Reichweite, bessere Ergebnisse bei Google, mehr Privatzahler – willkommen bei [imedo.de](http://www.imedo.de)

Weitere Informationen und Meinungen Ihrer Kollegen finden Sie unter www.praxiserfolg.net

 **imedo.de**