

# Bewertungsportale – Fluch oder Segen!

Das Internet bestimmt in großem Maße unser tägliches Leben. Es gibt nichts, was man dort nicht findet. Wir googeln, was das Zeug hält und holen uns die Informationen, die wir benötigen, um uns „kundig“ zu machen. Ein vieldiskutiertes Thema sind die Bewertungsportale, auf denen sich Patienten Informationen über Ärzte holen. Häufig machen die Patienten von den Bewertungen abhängig, für welche Praxis sie sich entscheiden, wenn es darum geht sich einen neuen Arzt zu suchen. Ob in Google, Jameda, Sanego oder DocInsider. Fast alle Ärzte sind im Internet mit entsprechenden Patientenkommentaren zu finden, und nicht selten fühlt man sich ungerecht behandelt, weil man mit der ein oder anderen Bewertung nicht einverstanden ist.



**E**s lässt sich gar nicht mehr vermeiden. Als niedergelassener Arzt werden Sie sich in einer oder mehreren Bewertungsplattformen wiederfinden. Das kann man nun gut oder eher als eine Last empfinden, denn man wird öffentlich, und hat keinen wirklichen Einfluss auf die Kommentierung. Der Patient ist bei seiner Bewertung alleine und berichtet von seinen Erfahrungen und Empfindungen. Diese sind subjektiv und in der Regel von Emotionen geprägt, die insbesondere bei negativen Beurteilungen das entscheidende Kriterium darstellen. Man nutzt dann auch gerne mal die Gelegenheit dem Arzt es zu zeigen! Ob diese Kritik nun berechtigt oder unberechtigt ist, steht auf einem anderen Blatt, aber sie ist für jedermann zu lesen.

## Wie bewerten die Patienten?

Mit einem Blick in die Bewertungsportale lässt sich schnell erkennen, dass das Gros der Patienten ihren Arzt positiv bewerten. Ein eindeutiges Zeichen dafür, dass es gar nicht so übermäßig schwer ist die Patienten zufrieden zu stellen. Allerdings ist festzuhalten, dass eine sehr häufig auftretende Kritik das Thema Wartezeit ist, die aber immer wieder durch ergänzende positive Kommentare relativiert wird und somit auch immer wieder akzeptiert wird. Dennoch natürlich eine wichtige Information, die Sie dazu veranlassen sollte sich Gedanken über Ihr Termin-Management zu machen. Wirklich negative Kritik entsteht in der Regel durch einzelne „Sonderfälle“, entweder, weil der Patient sich nicht

**Das Thema „Wartezeit“ ist der häufigste Grund für negative Bewertungen.**

verstanden gefühlt hat oder aber auch, um Ihnen eins auszuwischen, weil er sich über etwas geärgert hat. Wie beschrieben, das kommt eher selten vor.

## Wie mit Kritik umgehen?

Zum Selbstverständnis einer öffentlichen Diskussion gehört die Souveränität. Wenn Sie und Ihre Praxis ausschließlich mit der Note 1 bewertet werden, nimmt Ihnen das niemand wirklich ab. Es treten immer wieder mal organisatorische Probleme auf, man erwischt vielleicht einen schlechten Tag oder es klappt etwas in der Behandlung nicht, die den Patienten dazu veranlassen dies auch kundzutun.

Wenn Sie einen solchen Kommentar lesen, empfehlen wir Ihnen damit offen umzugehen, insbesondere, wenn Sie die Kritik nachvollziehen können und sich zu diesem Kommentar zu äußern. Allerdings nicht zum Gegenschlag ausholend, sondern eher verständnisvoll, mit einem Dankeschön für die Bewertung und einem Versprechen der Verbesserung. Das kommt sehr gut an und steht für Glaubwürdigkeit.

## Und wenn die Kritik nicht nachvollziehbar ist?

Es gibt Kommentare, aus denen ist deutlich zu lesen, dass der Patient darauf aus ist, dem Arzt zu schaden. Er thematisiert seine eigene Wahrheit, die mit der Realität nicht viel zu tun hat und Sie fühlen sich zu Unrecht behandelt. Dann sollten Sie Kontakt mit dem Portalbetreiber aufnehmen und ihn um die Löschung des Beitrags bitten. Es steht

nun in seinem Ermessen dies zu tun. Es kommt vor, dass der Eintrag verschwindet und nach Prüfung durch den Betreiber wieder im Netz erscheint. Eine juristische Handhabe gegen unberechtigte Kritik vorzugehen haben Sie nur, wenn falsche Tatsachen behauptet werden. In diesem Falle können Sie einen Anwalt für Medienrecht einschalten. Auf jeden Fall sollte der Eintrag von Ihnen kommentiert werden.

### Der aktive Umgang

Bei allen Befürchtungen, bieten die Bewertungsportale aber eher die Chance Ihre Praxis positiv darzustellen. Neben der Empfehlung von Freunden und Bekannten, ist das Internet die zweite elementare Informationsquelle auf der Suche nach einem Arzt. Hierzu gehören auch die Bewertungsportale, die zum Teil mit der eigenen Webseite der Praxis verknüpft werden können. Viel zu selten werden sie aber systematisch genutzt. Praxen, die es sich zur Aufgabe gemacht haben sich ganz aktiv mit allen Möglichkeiten zu präsentieren, die das Internet bietet, haben in der Regel eine Fülle von Bewertungen. Andere Praxen verfügen über keine oder nur ganz wenige Einträge, die auch etwas über die Attraktivität der Praxis aussagen. Viele Meinungen können nicht irren, von daher ist unsere Empfehlung Ihre Patienten darum zu bitten Bewertungen abzugeben. Aus unserer Erfahrung geschieht das häufig nach dem Prinzip Zufall, mal denkt man daran, mal nicht, die Patienten darauf anzusprechen, sollte an die Rezeption delegiert werden, die sich ganz gezielt auf diese Patienten fokussiert, die mit großer Zufriedenheit die Praxis verlassen. Die Erfahrung zeigt, dass von zehn angesprochenen Patienten, die mitteilen, dass sie einen Eintrag verfassen, etwa zwei bis drei dies wirklich tun. Ganz grundsätzlich sollte diese Ansprache der Patienten zur Routine werden.

### Kontrolle

Genauso sollte es zur Routine werden, dass Sie sich regelmäßig Ihre Bewertungen ansehen, um darauf reagieren zu können. Schauen Sie wöchentlich aber mindestens alle 14 Tage nach. Sie erhalten dadurch wichtige Informationen, wie die Patienten den Aufenthalt in Ihrer Praxis wahrnehmen. Sie erhalten somit die Möglichkeit diese Informationen für Ihre interne Weiterentwicklung zu nutzen. Es ist nicht notwendig, dass Sie auf jeden Eintrag mit einem Statement reagieren, denn die Leser sind mündig genug, um aus der Summe der Eintragungen die richtigen Schlüsse zu zie-



hen und wissen sehr genau, dass man es nicht allen Recht machen kann. Es gehört etwas Mut dazu, die Dinge auch mal auszusitzen, aber wir haben ja ein wunderbares Beispiel in unserem Land, bei dem das sehr gut funktioniert. Eine aktionistische Rechtfertigung wirkt eher negativ.

### Gut für das Ranking

Der Kampf um den Platz an der Sonne ist hart. Wenn die Patienten anfangen zu googeln, will jeder auf der ersten Seite sein. Neben dem intelligenten Aufbau der Seite und Verlinkungen, sind auch die Einträge in den Bewertungsportalen ein wichtiges Thema, um das Google Ranking zu verbessern.

Je mehr Beiträge veröffentlicht werden, desto besser für das Ranking.

### Bewertungsportale sind Marketing

Insgesamt betrachtet bieten die Bewertungsportale eine gute Möglichkeit sich der Öffentlichkeit zu präsentieren und den Bekanntheitsgrad der Praxis zu erhöhen. Je aktiver Sie sich damit befassen, desto erfolgreicher wirken Sie und Ihre Ziele. Es liegt in der Natur der Sache, dass der ein oder andere kritische Kommentar veröffentlicht wird. Nicht immer hat man einen guten Tag und wenn dieser mit „dem richtigen“ Patienten zusammentrifft, kann es auch mal Aussagen geben, die Ihnen nicht gefallen. Gehen Sie damit so offen und souverän um, wie oben beschrieben, dann

werden solche Kommentare zwar registriert aber beeinflussen kaum die Entscheidungsfindung der suchenden Patienten. Die vielen positiven Anmerkungen sind es, die die Patienten motivieren Ihre Praxis aufzusuchen. Es lohnt sich daher diese Portale ernst zu nehmen und sie nicht zu ignorieren. Sie haben ihre Berechtigung und werden von den Patienten als neutrale Informationsquelle genutzt.

Wichtig ist es daher sie fest in den Kommunikations-Mix der Praxis einzubinden. Aktivieren Sie Ihre zufriedenen Patienten und regen Sie sie dazu an, Sie auf den Portalen zu bewerten. Googeln Sie Ihre Praxis regelmäßig, zum Beispiel alle drei Monate, um die Neuigkeiten Ihrer Patienten zu lesen.

Sie werden dann zusätzlich auf Kollegen stoßen, deren Patienteneinträge auch für Sie von Interesse sein können. Hieraus können sich Ideen ergeben, die zu Ihrer Praxisphilosophie passen und die Abläufe in Ihrer Praxis weiter verbessern.



**Uwe Zoske**  
ZOSKE & PARTNER  
Praxismarketing  
Herrmannsweg 1  
65329 Hohenstein  
Tel.: 06120-903516  
uz@zoskeundpartner.de