

# WEBMED KOMPAKT

12|2017

WEBMED 

Kompetent.  
Erfahren.  
Für Sie da.

- Was ist neu bei WEBMED
- Marketing für Arztpraxen Teil 1
- Online Arztbewertungsportale – Fluch oder Segen?
- WEBMED 2017 – ein Rückblick
- Weihnachten 2017 – wir sind für Sie da

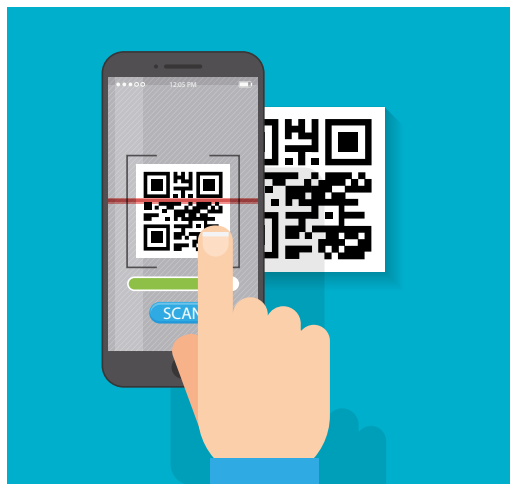
## WAS IST NEU, BEI WEBMED KOMPAKT?

### Geehrte Leser des „Kompakt“ Newsletters von WEBMED.



Damit Sie noch effizienter zu den für Sie interessanten Themen rund um die Arztpraxis kommen, haben wir unseren Newsletter „WEBMED-Kompakt“ in 2 Versionen unterteilt: Eine kurze Print- und eine detaillierte Online-Ausgabe.

Suchen Sie selbst aus, zu welchen Themen Sie detailliertere Inhalte wünschen. Die ausführlicheren Versionen finden Sie rasch unter „News“ auf [www.webmed.at](http://www.webmed.at).



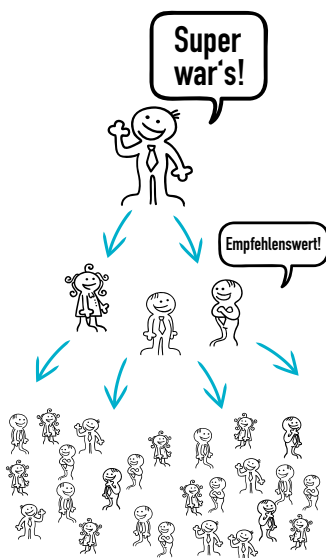
- Scannen Sie bei bestehender Internetverbindung mit Ihrem Mobilgerät (Smartphone/ Tablet) den QR Code am Anfang des Kompakt-Print oder neben dem entsprechenden Beitrag.
- Besuchen Sie uns auf [www.webmed.at](http://www.webmed.at) – auf der linken Seite klicken Sie auf „News“

### TIPP: Wie scanne ich den QR Code?

1. Laden Sie einen QR Scanner über die verfügbaren Apps Ihres Mobile Gerätes (Suche nach „QR Reader“)
2. Öffnen Sie die App und halten Sie die Kameralinse auf den Code bis Ihr App reagiert

# WOLLEN SIE AN IHREM ÖFFENTLICHEN IMAGE MITWIRKEN, ODER ÜBERLASSEN SIE DIES DEM ZUFALL?

Das berühmte Zitat von Kommunikationswissenschaftler Paul Watzlawick „Man kann nicht nicht kommunizieren“ trifft heute mehr denn je auch für niedergelassene Ärzte zu. Man redet über den Gemeindefarmer, die neue HNO Ärztin der Nachbargemeinde, den Gynäkologen, sowie dessen Arztpraxis und Team, egal ob dies erwünscht ist oder nicht. Zudem fördern Soziale Medien wie Facebook, WhatsApp, LinkedIn und andere diese Imagebildung in explosivem Ausmaß.



Das Image ist ein wichtiger Erfolgsfaktor einer Arztpraxis und sollte daher nicht dem Zufall überlassen werden.

Um die gewünschten Patienten anzusprechen ist eine aktive Kommunikationsarbeit erforderlich. In den Informationsmedien der definierten Zielgruppe vertreten zu sein reicht heute nicht mehr aus. Aus der Vielzahl an Informationsquellen zählen nur die ersten Suchergebnisse für den Patienten. Google zeigt diese Problematik sehr gut auf.

Für eine effiziente und effektive Kommunikation im medizinischen Sektor gilt es einige Grundsätze zu beachten:

1. **Rechtliche Regelungen** zur Kommunikation im Medizinsektor?
2. **Kommunikationsziele?** Steigerung der Bekanntheit nach Praxisübernahme oder -neugründung? Anbieten neuer Dienstleistungen? Erweiterung oder Umgestaltung des Patientenstocks?
3. Über **welche Medien** erreiche ich die gewünschten Patienten am besten?
4. Wie **kontrolliere ich den Erfolg** der kommunikativen Maßnahmen?
5. Mit welchen **Kosten** muss ich bei Anwendung der verschiedenen Medien rechnen?

## Rechtliche Regelungen zur Bewerbung medizinischer Dienstleistungen

Grundsätzlich steht der Gesetzgeber einer Bewerbung der eigenen Praxis nicht im Wege. Es gibt jedoch bezüglich medizinischer Leistungen einige Richtlinien, die eine „standeswidrige Werbung, auch durch Dritte, insbesondere durch Medien“<sup>1</sup> verhindern soll. „Der Arzt hat sich jeder unsachlichen, unwahren oder das Standesansetzen beeinträchtigenden Information in Zusammenhang mit der Ausübung seines Berufes zu enthalten“ (vgl. § 53 Abs. 1 Ärztegesetz 1998).

Zusammenfassend gilt die Anforderung an die Kommunikation von Ärzten, dass diese eine seriöse Darstellung der eigenen Leistungen und den entsprechenden Patientennutzen beinhalten soll, sofern diese der Wahrheit entsprechen.

Als nicht standesgemäß wird jede Werbung gesehen, die nicht den Tatsachen entspricht, Selbstanpreisung der eigenen Person oder Leistungen durch „marktschreierische“ Darstellung, vergleichende, als auch Werbung für medizinische Produkte, deren Hersteller und Vertrieber.

Keine Einschränkungen gibt es bezüglich der verwendeten Kommunikationsmedien, sofern diese allgemein als seriös eingestuft werden. In der fachlichen Literatur wird vielmehr die Webseite ausdrücklich als weithin akzeptiertes Medium für Ärzte erwähnt. Auch Google Adwords und Facebook-Anzeigen, als Beispiel für Werbung in den neuen Medien, sind erlaubt, sofern diese den oben genannten Grundsätzen entsprechen.



Im nächsten Artikel werden wir näher darauf eingehen, welche Online Arzt-Bewertungsportale bestehen und wie diese genutzt werden können.

<sup>1</sup> Vgl. WKO.at, „Werbung für Ärzte“ vom 2.11.2016

# ONLINE ARZTBEWERTUNGSPORTALE – FLUCH ODER SEGEN?



Patienten bewerten ihren Arztbesuch auf öffentlich zugänglichen Online Plattformen wie [docfinder.at](http://docfinder.at) und dürfen dies unter bestimmten Regeln ohne Einwilligung der Ärzte tun. Für die Arztpraxis stellt sich die Frage, ob und wie sie solche Plattformen für Ihre Kommunikation und Optimierung der eigenen Leistungen nutzen. Von Ignorieren wird abgeraten, da die Kommunikation unter den Patienten ohnehin stattfindet.

## Welche Plattformen gibt es und wie funktionieren diese?

Empfehlungen von Freunden und Bekannten, sowie generellen Opinion Leadern, waren und sind eine der wichtigsten Informationsquellen bei der Arztauswahl. Mit dem Aufkommen von Online Bewertungsplattformen ist der Kreis der Auskunftspersonen wesentlich ausgeweitet worden.

Grundsätzlich sollte dabei **zwischen Empfehlungs- und Bewertungsplattformen unterschieden werden**. Während bei ersteren lediglich Tipps über die besten Ärzte einer jeweiligen Fachrichtung abgegeben werden (z.B. Rankings über Medien), wird bei Bewertungsplattformen versucht möglichst alle Arztpraxen zu bewerten. Die am stärksten frequentierten Online Bewertungsplattformen in Österreich sind [www.docfinder.at](http://www.docfinder.at), [www.arztsuche24.at](http://www.arztsuche24.at), [www.gutgemacht.at/b/arzt](http://www.gutgemacht.at/b/arzt) und [www.medicalreport.at](http://www.medicalreport.at)<sup>1</sup>

Die Patienten dürfen **grundsätzlich sowohl positive als auch negative Bewertungen abgeben** und werden darauf hingewiesen, dass diese einem tatsächlichen Arztbesuch entsprechen müssen. Abgefragt werden hauptsächlich Kriterien wie Terminverfügbarkeit, Freundlichkeit, Praxisausstattung, weitere Serviceleistungen und andere. Von einer fachlichen Bewertung wird meist abgesehen, da nur wenige Patienten dazu wirklich in der Lage sind.

Allerdings gibt es auch bei dieser Bewertung gewisse Regeln: Falsche Tatsachenbehauptungen fallen unter den Tatbestand der rechtswidrigen Persönlichkeitsverletzung. Der betroffene Arzt hat hier das **Recht auf Löschung der Bewertung**.<sup>2</sup>

## Umgang mit Bewertungsplattformen als Arzt? – Vor allem nicht ignorieren!

Patienten orientieren sich immer häufiger über solche Online Informationsquellen, wodurch der Erfolg von Arztpraxen nicht unwesentlich von ihrem Ruf im Internet abhängt. Dementsprechend wichtig ist ein laufendes Screening der Aussagen, verbunden mit den entsprechenden Handlungsmaßnahmen. Diese können sich auf reine Information beschränken oder durch überlegte Reaktionen einen wertvollen und praktisch kostenlosen Beitrag für eine wertvolle Imagepflege darstellen.

Auf **negative Aussagen** kann ein Arzt entweder mit entsprechenden Optimierungsmaßnahmen in seiner Arztpraxis oder durch direkte Kontaktaufnahmen mit dem Patienten reagieren. **Positive Aussagen** stärken das Image der Praxis, darauf sollte aktiv verwiesen und dies als Stärke genutzt werden.

Auf jeden Fall ist es jedoch ratsam darauf zu achten, dass die eigenen Daten wie Öffnungszeiten, Kontaktdaten, eventuell Profilbild und weitere Informationen auf diesen Plattformen stets aktuell gehalten werden.

Eine **aktive Nutzung dieser wertvollen Bewertungen** beinhaltet auch eine Verlinkung auf die eigene Website. Solche Informationen helfen zusätzlich, die eigenen Leistungen zu optimieren und werden in anderen Wirtschaftsbranchen teuer bei Meinungsforschungsinstituten eingekauft.

<sup>1</sup> Erhebt nicht den Anspruch der Vollständigkeit und entspricht einer Recherche zum aktuellen Datum.

<sup>2</sup> Vgl. WKO, „Grenzen der Meinungsäußerungsfreiheit auf Online Bewertungsplattformen und in Blogs“

<https://www.wko.at/service/wirtschaftsrecht-gewerberecht/Grenzen-der-Meinungsauesserungsfreiheit.html>, vom 17.1.2017

# WEBMED 2017 – EIN RÜCKBLICK:



## ELGA – eMedikation, die Anbindung von WEBMED

Mit dem Beschluss der Ärztekammer Vorarlberg, vom 27. November dieses Jahres, ist es nun definitiv: **Die Vorarlberger Kassen-Arztpraxen werden - gemäß Abkommen mit der VGKK – die eMedikation verpflichtend einführen.**

WEBMED Kunden können sich beruhigt zurücklehnen und auf das kommende Jahr blicken. Die Anbindung ihrer Praxissoftware ist bereits seit längerem entwickelt, mit erfahrenen Ärzten getestet und im Herbst mit sogenannten „ELGA friendly user“ in der Praxis erprobt worden. Das WEBMED Team wird nun so rasch als möglich die Anbindungen durchführen und mit Schulungsseminaren, entsprechenden Dokumentationsunterlagen, sowie individuellen Schulungen in den Arztpraxen die Einführung für die Praxisteams so einfach und reibungslos wie möglich gestalten.

**Unsere Update Veranstaltungen finden jeweils am 18. Dezember und 10. Jänner 2018 ab 19:30 Uhr in der Ärztekammer Dornbirn statt. Über die genauen Zeiten werden Sie noch rechtzeitig von uns informiert.**

## Praxisreife durch Zusammenarbeit mit erfahrenen Ärzten – ELGA und HAPO Workshops

Das Jahr 2017 ist ohne Zweifel stark durch die Entwicklungen im Bereich der eMedikation geprägt. Frühzeitig hat WEBMED an einer entsprechenden Lösung zur Einbindung dieser neuen Technologie gearbeitet und als einer der ersten Anbieter eine praxistaugliche Lösung entwickelt.

Auch mit dem neuen Produktpaket für Arztpraxen mit Hausapotheke konnte WEBMED eine wertvolle weitere Innovation auf den Markt bringen.

In beiden Fällen half der enge Schulterschluss mit erfahrenen Ärzten bei der reibungslosen, effizienten und erfolgreichen Praxiseinführung. In Form von Workshops mit Ärzteteams wurden die Prototypen der Pakete vorgestellt und anhand des daraus gewonnenen wertvollen Feedbacks für die Praxis adaptiert.

Weitere Details finden Sie in der Publikation unter [webmed.at/News](http://webmed.at/News) oder unter diesem QR Code



## Registrierkassenpflicht – zufriedene Kunden

Auch beim letzten Schritt, die Sicherheitsvorkehrung zur Manipulationssicherheit der Registrierkassen per 1. April 2017, konnte WEBMED seine Kunden hilfreich unterstützen. Nun sind alle betroffenen WEBMED Kunden ausreichend ausgerüstet und geschult.



# ÜBER 100 ERFOLGREICHE UMSETZUNGEN INDIVIDUELLER KUNDENBEDÜRFNISSE!

WEBMED bietet sowohl erprobte Standardlösungen als auch die Möglichkeit, eigene Bedürfnisse und spezifische Anforderungen an die Praxis-EDV einfließen zu lassen. So hat

das Entwicklungsteam von WEBMED dieses Jahr wieder über 100 Erweiterungen, Anpassungen und Wünsche zur Optimierung der Prozesse und Abläufe in den Arztpraxen umgesetzt.



*„Gerade wegen der Möglichkeit auf individuelle Bedürfnisse unserer Kunden eingehen zu können erhalten wir wertvolle, positive Resonanzen – das gefällt mir an unserer Arbeit und macht mich stolz.“*

*Norbert Weber  
Inhaber und Geschäftsführer von Webmed.*

Weitere Beiträge zu relevanten Themen für die Arztpraxis in Österreich finden Sie unter [www.webmed.at](http://www.webmed.at)



## WEIHNACHTEN ...

Das ganze WEBMED-Team wünscht Ihnen eine ruhige, stressfreie Weihnachtszeit und ein gesundes und erfolgreiches 2018.

Auch zu Weihnachten sind wir für Sie da – **bitte beachten Sie die geänderten Zeiten:**

Vom 27.12. bis 30.12.2017 nehmen auch wir uns Zeit für unsere Familien und sind nur eingeschränkt über unseren Journaldienst erreichbar. Ab 02.01.2017 ist unsere Hotline wieder für Sie da.