

- Wie suchen Patienten heute nach dem passenden Arzt?
- Präsentieren Sie sich im Web?
- Arztbewertungsportale
- Online Termin Reservierungssysteme
- DSGVO neu

WIE SUCHEN PATIENTEN HEUTE NACH DEM PASSENDEN ARZT?

Der Weg zum bewährten Gemeindearzt bleibt auch im Zeitalter des Internet der einfachste und bei allgemeinen Beschwerden sicherlich der bewährteste. Wird jedoch fachmedizinische Hilfe notwendig, die nicht regelmäßig in Anspruch genommen wird, ist guter Rat bekanntlich teuer. Gerne befragt man dann das fast überall verfügbare Internet. Von der Arzt-suche bis zur Entscheidungshilfe durch Online Bewertungen und der anschließenden Terminreservierung ist das Web heute mehr denn je der am häufigsten genutzte Informationsweg.

Der Rat des eigenen Gemeindearztes, sofern dieser das Vertrauen des Patienten besitzt, die Mund-zu-Mund-Werbung des befreundeten Nachbarn oder anderer persönlicher Kontakte, zählen immer noch zu den wichtigsten Informationsquellen bei der Suche nach Alternativen und zur Entscheidungshilfe.

Daneben wenden sich laut aktuellen Statistiken immer mehr Patienten an das Internet, wenn es um die die Suche nach passenden Arztpraxen geht. Auch zur Suche nach Ent-

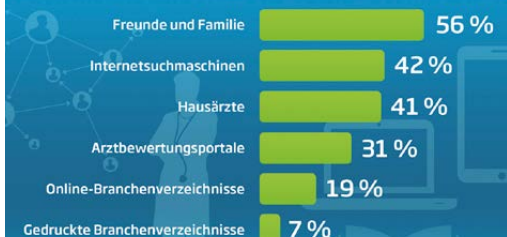
scheidungsgrundlagen und rascher, unkomplizierter Terminreservierung wird zunehmend das Web aufgesucht.

In den folgenden Beiträgen zum Praxismarketing finden Sie einige Tipps, wie Sie diese potentiellen Patienten für Ihre Arztpraxis gewinnen und damit Ihren Kundenstock ausbauen können.

Für weiterführenden Fragen steht Ihnen WEB-MED gerne mit Rat zur Verfügung.

Quellen zur Arztsuche:

Fast jeder dritte Patient sucht auf einem Arztbewertungsportal



Datenbasis: Die Studie wurde im Februar 2018 vom Herbst- und Frühjahrsforschungsinstitut carsteyes im Auftrag der privaten UMGH durchgeführt und ist online unter www.umm.de/medien/umggh/umggh-forschung/umggh-forschung-bericht-2018 veröffentlicht. Quelle: Statista GmbH, Juni 2018.

Arztsuche

Bewertung

Termin

PRÄSENTIEREN SIE SICH IM WEB – WIE SOLLEN IHRE PATIENTEN SIE SONST FINDEN?

Verdoppelung der Anzahl Internet – User in den letzten 15 Jahren, 88 % der privaten Haushalte mit Online Zugang, über die Hälfte davon nutzen regelmäßig Social Media Kanäle¹ ... das sind nur einige Fakten über das Online Verhalten der österreichischen Bevölkerung 2017. Über 40 % der potentiellen Patienten nutzen das Internet zusätzlich für die Arzt-suche und -bewertung. Lediglich Freunde und Bekannte werden intensiver befragt, um den richtigen Arzt zu finden. Online Marketing ist somit eines der wichtigsten Instrumente, um neue Patienten zu gewinnen.



Das Internet hat sich mittlerweile zur wichtigsten unpersönlichen Informationsquelle bei jeglicher Informationssuche entwickelt. Ohne Facebook, E-Mails, einschlägige Online Plattformen, Google und Online Fachmedien kommt heute kaum jemand in unseren Regionen aus. Das betrifft auch die niedergelassenen Ärzte – je nachdem, ob das Web als Chance oder als Hindernis gesehen wird.

WEBSITE FÜR DIE ARZTPRAXIS

Ein erster Schritt zum erfolgreichen Online Marketing ist die **eigene Praxis-Website**. Diese sollte die wichtigsten Informationen für Patienten auf einen Blick transparent und einfach erfassbar aufzeigen. Zusätzlich ist das auch die Informationsquelle, auf die von anderen Informationsplattformen zur Vernetzung mit anderen Online Informationsplattformen und den eigenen Social Media.

Für den technischen Aufbau und das Design einer Website gibt es Spezialisten. Über die Inhalte muss sich jedoch jede Ärztin und jeder Arzt selbst Gedanken machen:

- Welche Patienten will ich erreichen – Zielgruppe?
- Welche Leistungen kann ich dieser Zielgruppe anbieten?
- Welchen Nutzen hat die Zielgruppe, warum soll diese gerade in meine Praxis kommen?
- Wo werde ich gefunden, zu welchen Öffnungszeiten und wie bin ich erreichbar?
- Wer ist mein Team?

Neben diesen, und weiteren informativen Aspekten, sollte eine gewisse Emotionalität im Layout und den Themen nicht fehlen. Scheuen Sie sich nicht über persönliche Themen zu schreiben – eine Prise Menschlichkeit wirkt sympathisch und erweckt Vertrauen.

Besonders erfolgreich ist eine Website dann, wenn Verlinkungen zu Arztbewertungsportalen, Social-Media-Kanälen, sowie eine Online Reservierungsmöglichkeit angeboten werden.

OPTIMIERUNG DER WEBSITE ZUM BESSEREN SUCHERFOLG (SEO)

Haben Sie Ihre Website einmal erstellt, gilt es diese so **zu optimieren**, dass sie im Suchergebnis Ihrer Zielgruppe möglichst zu Beginn der Suchergebnisse landet. Für das Ranking bei Google, als derzeit am häufigsten verwendete Suchmaschine, wurde ein komplexer Algorithmus entwickelt, der nur den eigenen Experten bekannt ist. Möglichst keine Werbung, möglichst viele relevante Informationen, sowie eine regelmäßige Pflege der Inhalte sind als einige relevante Kriterien bekannt. Sogenannte SEO (Search Engine Optimization) Spezialisten stehen auch hier beratend zur Seite.



¹ Vgl. auch <https://de.statista.com/themen/2876/internetnutzung-in-oesterreich/>

SOCIAL MEDIA

Facebook, Twitter und Co sind heute alltägliche Begleiter nicht nur jüngerer Generationen. Längst haben WhatsApp und Instagram auch die Generation 50 Plus erreicht. Nutzen Sie deren Aktivitäten und Präsenz auf diesen kostengünstigen Kommunikationskanälen. Erstellen Sie zuerst einen eigenen Account. Gestalten Sie diesen anschließend mit ansprechenden, themenbezogenen Bildern, um erste Beachtung zu erhalten. Unter Berücksichtigung einiger weiterer Grundsätze kann der Erfolg Ihres Accounts zusätzlich erhöht werden:

- Starten Sie mit einem Medium und gewinnen Sie erste Erfahrungen bevor weitere Medien in Angriff genommen werden.
- Halten Sie ihren Account am Leben – „posten“ Sie regelmäßig, aber nicht zu oft.
- Vermeiden Sie wenn möglich zu viele werbliche Beiträge – achten Sie darauf, dass Ihre Beiträge einen Nutzen für Ihre Zielgruppe stiftet.
- Platzieren Sie regelmäßig auch emotionale Beiträge – berichten Sie über den letzten Teamausflug, über Ihre Hobbies und posten Sie durchaus auch den einen oder anderen Ärztestitz.
- Achten Sie darauf, auf interaktive Antworten entsprechend rasch und sachlich zu antworten.

ÄRZTEPLATTFORMEN

Das Internet weist mittlerweile eine Vielzahl an mehr oder weniger häufig genutzten Plattformen zur Arztsuche und Bewertung auf. Im beiliegenden Kompakt finden Sie dazu einen ausführlicheren Beitrag.

Wenn Sie auf Social Media Kanälen und Ärzteplattformen aktiv sind, achten Sie darauf, diese auch **mit Ihrer Website zu vernetzen**. Damit erzeugen Sie einen Multiplikatoreffekt für die Informationssuche Ihrer zukünftigen Patienten und unterstützen ein professionelles Bild Ihrer Arztpraxis im Web.

ONLINE KONTROLLE

Mit zunehmender Präsenz im Web sollten Sie **regelmäßig Erfolgskontrollen durchführen**. Dadurch erhalten Sie nicht nur ein Gefühl über Ihren Erfolg, Sie lernen auch Ihre Zielgruppe besser kennen:

- Wie hat diese auf welche Beiträge im Facebook reagiert (Anzahl Likes)?
- Wann wurde Ihre Website am häufigsten besucht
 - zu welchen Jahreszeiten oder nach welchen Umwelteinflüssen (Click – Raten bei Grippewellen, Pollenperioden, etc.)?

Mit diesen Informationen können Sie Ihre Online Aktivitäten erfolgreich verfeinern und abstimmen, um Ihre Zielgruppe noch effektiver zu erreichen.



ARZTBEWERTUNGSPORTALE – HELFEN SIE DEN PATIENTEN, SICH FÜR SIE ZU ENTSCHEIDEN!

Ihr zukünftiger Patient hat sich bereits mit Hilfe von verschiedenen Informationskanälen über eine Auswahl an Arztpraxen informiert. Laut Statistik wird er sich nun sehr wahrscheinlich an das Internet wenden, um Bewertungen zu finden, die ihm die Entscheidung leichter machen. Für Ihre Arztpraxis ist es nun entscheidend, in den wichtigsten Portalen aufzuscheinen. Wenn möglich sollten Sie auch auf eine gute Beschreibung Ihrer Leistungen in diesen Portalen achten und vor allem möglichst viele positive Patientenbeurteilungen vorweisen können.



Diese Tatsache kann als Chance gesehen und für den eigenen Praxiserfolg genutzt werden. Positive Patientenbeurteilungen können damit kostengünstig veröffentlicht werden, um neue Patienten von der eigenen Leistung zu überzeugen. Muntern Sie Ihre Patienten zur Bewertung auf. Sorgen Sie dafür, dass Ihr Profil auf den verschiedenen Bewertungsportalen korrekt dargestellt wird und verlinken Sie diese auf Ihrer Website.



Weiterführende Erläuterungen zu Arztbewertungsportale finden Sie in unserem **WEBMED Kompakt Ausgabe 12/2017** auf unserer Website oder direkt unter diesem QR Code.

ONLINE TERMIN RESERVIERUNGSSYSTEME – RASCH UND UNKOMPLIZIERT ZUM TERMIN IN IHRER ARZTPRAXIS

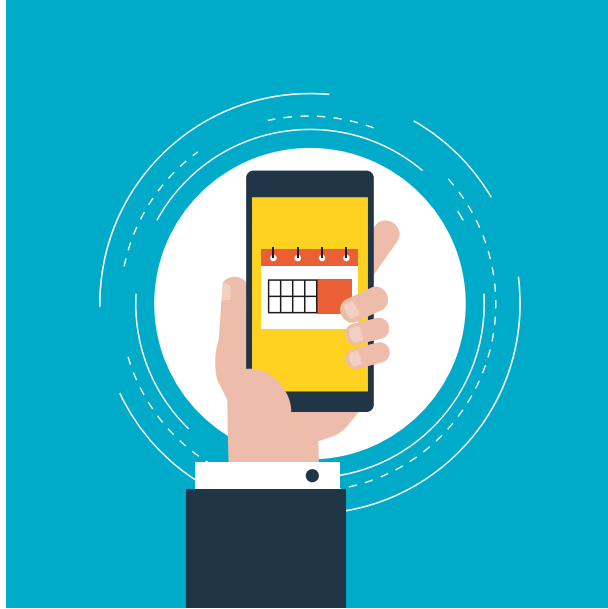
Stellen Sie sich vor, Ihr Praxisteam verfügt über 1-2 Stunden pro Tag mehr Zeit für die Patientenbetreuung. Die Patientenzahl erhöht sich, ihr Warteraum ist trotzdem nur gering belegt. Ihre Patienten sind zufriedener, da sie mehr Aufmerksamkeit erhalten. Das ist kein Ding der Unmöglichkeit, sondern in einigen Arztpraxen bereits Realität. Moderne Online Termin Reservierungssysteme lösen zeitraubende Telefonate ab und optimieren so die Abläufe in Ihrer Praxis. Zudem können Sie diese Technologie zur Gewinnung neuer Patienten ohne hohen zusätzlichen personellen Aufwand nutzen.

Trotz des enormen Termindrucks und einer Arbeitshektik, gerade bei Epidemiewellen, wird das Terminmanagement in den meisten Arzt-

praxen immer noch wie im 20. Jahrhundert durchgeführt. Eine hohe Telefonfrequenz führt dazu, dass Arztpraxen bei Notfällen oder Terminabsagen sehr schlecht erreichbar sind. Patienten sind unpünktlich oder erscheinen nicht, ohne sich abgemeldet zu haben. Warteräume sind überfüllt, Patienten werden ungeduldig, da sie mit langen Wartezeiten konfrontiert sind. Das Praxisteam hat wenig Zeit für ihre Patienten, da ständig das Telefon läutet, was sich auf die Zufriedenheit Ihrer Patienten zusätzlich negativ auswirkt.

BESTEHENDE NACHFRAGE TENDENZ STEIGEND:

Dabei gibt es inzwischen ein großes Angebot an Online Termin Reservierungssystemen (OTRS) für Arztpraxen. Ein OTRS kann einerseits die



Praxisabläufe wesentlich optimieren, andererseits als Marketinginstrument erfolgreich zu neuen Patienten führen. In Deutschland haben laut einer MSL-Gesundheitsstudie aus 2012 bereits acht Prozent der Patienten schon einmal online einen Termin bei einem Arzt vereinbart, 41 Prozent halten dies für sinnvoll und können sich das selbst vorstellen, Tendenz steigend ².

Der führende Anbieter von OTRS in Frankreich verzeichnet bereits über 10.000 Ärzte, 300 Gesundheitseinrichtungen und etwa vier Millionen Patienten, Tendenz steigend.

Weitere Praxistudien zeigen, dass das Alter dabei keine Rolle spielt. Der durchschnittliche Nutzer liegt bei 42 Jahren, das Gros der Nutzer liegt zwischen 18 – 70 Jahren ³.

Dabei liegen die **Vorteile solcher OTRS für Praxis als auch Patienten** auf der Hand:

Vorteile für die Arztpraxis:

- Verbesserung der telefonischen Erreichbarkeit, gerade in Notfällen und bei Terminabsagen
- Stärkere Bindung bestehender Patienten
- Weniger Anrufe entlasten die Verwaltung
- Geringere Wartezeiten in der Praxis
- Automatisierung von Dienstleistungen wie individuelle Terminerinnerungen per SMS oder E-Mail
- Automatische Anzeige eines freien Termins
- Möglichkeit neue Patienten zu akquirieren
- Höhere Kundenzufriedenheit
- Nutzung der OTRS Plattform für eigene Präsentation als Marketingtool.

Vorteile für den Patienten:

- Ortsunabhängige Terminbuchung zu jeder Tageszeit
- Freie Terminwahl bei Berücksichtigung der eigenen Terminalsituation
- Kostenfreie Termin Erinnerung
- Barrierefreie Terminbuchung (z.B. Gehörlose)
- Geringere Wartezeiten in der Praxis und am Telefon

ANSCHAFFUNG

Anbieter von Online Termin Reservierungssystemen gibt es einige. Bei der Auswahl eines OTRS sind neben dem Preis einige Kriterien zu berücksichtigen, um langfristig von den genannten Vorteilen profitieren zu können:

- Langfristiger, rascher Support bei Hilfestellungen des Anbieters?
- Kompatibilität zu bestehenden IT-Systemen, sowie der eigenen Praxissoftware vorhanden?
- Gute Performance auch in Zeiten ohne Internetverbindung?
- Sind die Terminbuchungen verbindlich gestaltet, um keinen weiteren Aufwand für Patient und Praxis zu generieren?
- Übersichtliche Benutzeroberfläche?
- Automatisierte Dienste wie Terminerinnerungen, weitere Rezeptbestellungen per SMS oder E-Mail möglich?
- Plattform des Anbieters mit allen teilnehmenden Arztpraxen zur Auswahl für Patienten vorhanden?

Sicherlich stellt die Einführung eines OTRS eine gewisse Umstellung dar. Entscheidend für das Gelingen ist die Unterstützung seitens des OTRS Anbieters. Vergessen Sie nicht, die neue Möglichkeit der Terminreservierung auch Ihren Patienten entsprechend zu kommunizieren. Beides wird durch die Auswahl eines qualifizierten Anbieters erheblich erleichtert.

Fragen Sie am besten direkt bei Ihrem Arztsoftwarehersteller nach dessen Empfehlungen.

² Vgl. auch <https://de.slideshare.net/NI0049/mslgesundheitsstudie-2012>

³ Vgl. auch https://www.aerzteblatt.de/archiv/169213/online-terminmanagement-viele_potenziale-fuer-arztpraxen

MEHR SICHERHEIT FÜR DIE DATEN IHRER PATIENTEN. DSGVO NEU – ZUSAMMENFASSUNG UND TIPPS FÜR IHRE PRAXIS



Seit 25. Mai 2018 ist die neue Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) in Kraft getreten. Diese regelt wer, wo, welche personenbezogenen Daten verarbeiten darf, und wie lange diese zur Verfügung stehen dürfen.

Grundsätzlich ist die Unterscheidung zwischen **Verantwortlichem** für die Datenverarbeitung (der niedergelassene Arzt), der die Daten von **betroffenen Personen** (Patienten als natürliche Personen), sowie dem **Auftragsverarbeiter** (Dritte, der die Daten für die Praxis bearbeitet) wichtig.

VERWENDUNG VON PERSONENBEZOGENEN DATEN

Die **Verarbeitung solcher Daten** ist nur dann zulässig, wenn entweder der Betroffene eingewilligt hat oder eine gesetzliche Verpflichtung, wie im Arztesgesetz § 51, dies vorschreibt. Eine Weiterleitung dieser Daten **an Dritte ist nur mit Zustimmung des Patienten** erlaubt.

Die Arztpraxis selbst ist verpflichtet, entsprechende Maßnahmen für die Dokumentation, den Schutz und die Sicherheit der Patientendaten zu treffen.

DIE NOTWENDIGEN MAßNAHMEN KÖNNEN IN FOLGENDE BEREICHE UNTERTEILT WERDEN:

1. Prozesse und Maßnahmen zur **Dokumentation** der gespeicherten Daten
2. **Organisatorische Maßnahmen** wie:
 - Einwilligungserklärungen der Patienten
 - Schulung der Mitarbeiter
 - Bauseitige Maßnahmen
 - Auftragsverarbeitungsverträge mit den verschiedenen Dienstleistern
3. **Technische Maßnahmen** an der EDV-Anlage und an der Praxissoftware. Diese können in zwei Bereiche unterteilt werden:
 - Maßnahmen für den **Datenschutz** (Vertraulichkeit der Daten)
 - Verbesserter Passwortschutz
 - Verschlüsselte Festplatten
 - Verschlüsselte Sicherungsmedien usw.
 - Maßnahmen für die **Datensicherheit** (Verfügbarkeit und Verlust der Daten)
 - Wie RAID Systeme („gespiegelte“ Festplatten)
 - Unterbrechungsfreie Stromversorgung usw.

Die erforderlichen technischen und organisatorischen Maßnahmen hängen von der Zumutbarkeit und dem Risiko ab. Sie sind folglich für jede EDV-Anlage und jede Situation unterschiedlich. Welche Maßnahmen getroffen werden sollen, kann letztendlich nur von der Ärztin oder dem Arzt selbst entschieden werden.

DATENMINIMIERUNG

Laut **Datenminimierungspflicht** dürfen nur so viele Daten einer betroffenen Person verarbeitet werden wie für die Erfüllungspflicht des jeweiligen Zwecks notwendig sind. Die Datenanwendungen müssen **genau dokumentiert** werden:

- Welchem Zweck dienen die Daten (Einteilung in Kategorien)
- Welche verarbeitenden

Personengruppen sind dabei involviert.

DATENSCHUTZBEAUFTRAGTER

Einzelne niedergelassene Ärzte, sowie die Ordinations- und Apparategemeinschaft, benötigen keinen Datenschutzbeauftragten. Da dies noch nicht klar geregelt ist, bietet sich zur Orientierung die neue deutsche Rechtslage an, welche einen solchen Beauftragten ab mindestens zehn Personen (Vollzeitäquivalente) vorsieht.

DATENSCHUTZ IN IHRER ARZTPRAXIS:

- Sind die Datenverarbeitungsanlagen nach dem Grundsatz der Vertraulichkeit vor unbefugtem Zugriff geschützt?
- Wird eine unbefugte Systemnutzung durch Kennwortsysteme, Verschlüsselung von Datenträgern und weiteren Maßnahmen verhindert?

Innerhalb des Systems wiederum sollte unbefugtes Lesen oder Bearbeiten der Daten verhindert werden. Wenn möglich ist eine Entfernung und gesonderte Aufbewahrung der primären Identifikationsmerkmale der personenbezogenen Daten geraten.

DATENSICHERHEIT IN IHRER PRAXIS:

Nach dem Grundsatz der **Integrität** soll unbefugtes Lesen, Verändern oder Bearbeiten von Daten bei elektronischer Übertragung oder Transport verhindert werden. Hilfreich sind dazu die Verschlüsselung, Virtual Private Networks, sowie elektronische Signaturen, um nur einige technische Möglichkeiten zu nennen.

Die **Verfügbar- und Belastbarkeit** regelt einen Schutz gegen zufällige oder mutwillige Zerstörung und Verlust von Daten, sichert die rasche Wiederherstellbarkeit und sorgt für die Einhaltung der Lösungsfristen. Beispiele dafür sind Backup-Strategien, unterbrechungsfreie Stromversorgung, Virenschutz, Firewall und andere Einrichtungen.

Für detaillierte Informationen und Checklisten wenden Sie sich bitte an Ihre zuständige Ärztekammer.

Für **Fragen bezüglich einer DSGVO konformen EDV-Anlage** steht Ihnen Ihr Hardwarebetreuer oder WEBMED gerne zur Verfügung.