Internetrecherchen von Patienten sind mäßig beliebt

Viele Ärzte reagieren allergisch auf „Dr. Google“

Erst die Symptome googeln, dann zum Doktor: Immer mehr Patienten kommen derartig vorinformiert in die Praxis. Viele Ärzte erachten diese Selbstdiagnostik aber als problematisch.

Mediziner sorgen sich, dass Informationen aus dem Netz das Vertrauensverhältnis zwischen Arzt und Patient gefährden und falsche Erwartungen wecken könnten. Das hat eine Online-Umfrage der Bertelsmann Stiftung und der Krankenkasse Barmer GEK bei 804 niedergelassenen Ärzten unterschiedlicher Fachbereiche ergeben. Das sich verändernde Informationsverhalten der Patienten über die vergangenen fünf Jahre nahmen rund 98 % der Befragten wahr. Fast ein Viertel gab an, im Lauf eines normalen Arbeitstags mit mehr als 30 % der Patienten über deren selbst recherchierte Medizininformationen zu sprechen.

Wenn Patienten sie mit den Ergebnissen von Internetrecherchen konfrontieren, sollten Ärzte das nicht als Angriff auf ihre Kompetenz sehen. Das rät der Praxisberater Klaus-Dieter Thill, Leiter des Instituts für betriebswirtschaftliche Analysen, Beratung und Strategieentwicklung (IFABS) in Düsseldorf. Stattdessen biete ein Gespräch über die Inhalte sogar die Chance, sich als wichtigster Ansprechpartner des Patienten in Gesundheitsfragen zu positionieren.

In Gruppendiskussionen und Tiefeninterviews des IFABS mit Ärzten kristallisierte sich heraus: Viele Mediziner ärgerten sich über Patienten, die sich im Internet oder aus anderen Quellen auf den Besuch in der Praxis vorbereitet haben, berichtet Thill. Dabei sieht der Praxisberater ein gewisses Paradoxon: Früher hätten Ärzte häufig darüber geklagt, dass sich die Patienten zu wenig für ihre Gesundheit interessierten. Heute wieder-

um kritisieren sie die rege Informationssuche in Eigenregie.

Das Rollenbild des Arztes verändert sich

Die Arzt-Patienten-Beziehung stehe vor einem Paradigmenwechsel: „Die Bastion des Arztes als uneingeschränkte Fachautorität wird aufgeweicht.“ Deshalb reagierten viele Mediziner auch so ablehnend, wenn Kranke mit ihren Fragen zu ihnen kommen, nachdem sie sich im Internet schlau gemacht haben, welche Ursache ihre Beschwerden und Symptome haben könnten. „Mit Blick auf die Patientengewinnung und -bindung ist das die falsche Strategie“, glaubt Thill. Ärzte tun vielmehr gut daran, sich auf den Umgang mit Patienten einzustellen, die von „Dr. Google“ vordiagnostiziert in die Praxis oder Klinik kommen. „Die Dinge werden nicht mehr so, wie sie früher einmal waren“, konstatiert Thill nüchtern.

Patienten brauchen Orientierung

„Klar ist, dass der Arzt die Therapiehoheit behalten muss“, betont Thill. Es bringe nichts, den Patienten Zugeständnisse zu machen, weil sie etwas Bestimmtes haben wollen, das angeblich gut ist. Hilfreich sei es aber auch nicht, wenn der Arzt alles kurzerhand als „Quatsch“ abtut, was der Patient vorbringt. „Dadurch werden unnötige Fronten aufgebaut.“ Stattdessen sollte der Doktor erläutern, welche Argumente für seinen eigenen Therapieversuch sprechen und warum das, was der Patient im Internet herausgefunden hat, für ihn die falsche Option ist.

Gesundheitliche Probleme führen viele Patienten nicht mehr zuerst zum Arzt, sondern ins Internet.

„Es geht darum, dass der Arzt seine Position vertritt und den Patienten davon überzeugt, dass sie die richtige ist.“ Das fördere die Therapietreue. „Wenn nach dem Arztbesuch mit Blick auf die Internetrecherche Zweifel bleiben, gefährdet das den Behandlungserfolg.“ Thill empfiehlt den Ärzten, Patienten grundsätzlich dafür zu loben, dass sie sich mit ihrer Krankheit auseinandersetzen und aktiv nach Informationen suchen.

Auch sollten die Mediziner versuchen, das Informationsverhalten im Internet zu kanalisieren. Das ist etwa möglich, indem sie bestimmte Seiten oder Quellen empfehlen und auch begründen, warum. „Damit zeigt der Arzt, dass er die Materie beherrscht“, meint der Praxisberater. Zudem seien viele Menschen froh, wenn sie angesichts der überbordenden und ungeordneten Fülle der online verfügbaren Informationen eine gewisse Orientierung erhalten.

Marco Hübner/Ilse Schlingensiepen