



Für mehr als die Hälfte der Befragten war bei der Arztsuche ein seriöser Google-Eintrag mit guter Bewertung wichtig.

© Teerasan / stock.adobe.com

Patientenumfrage

Worauf es für Praxen online ankommt

Die Arztsuche verlagert sich zunehmend ins Internet. Eine Umfrage hat nun gezeigt, dass immer mehr Patienten großen Wert auf das digitale Erscheinungsbild einer Praxis legen. Die Bedeutung von Suchmaschinen sollte demnach nicht unterschätzt werden.

Die meisten Menschen setzen bei der Arztsuche weiter auf private Empfehlungen. Trotzdem achten immer mehr Patienten auf die Homepage, deren Auffindbarkeit und Arztbewertungen im Internet. Das ergab eine repräsentative Umfrage des Münchener Praxis-WLAN- und Telekommunikationsdienstleisters Socialwave.

Darauf achten die Patienten

Demnach achten rund 74 % der Deutschen bei der Arztsuche auf eine vertrauenswürdige und informative Homepage. Über die Hälfte der Befragten legt außerdem Wert auf einen seriösen Google-Eintrag mit einer Bewertung von vier bis fünf Sternen. Wichtig ist ihnen auch, dass die Praxis im Google-Ranking gut abschneidet, also bestenfalls auf der ersten Suchergebnisseite erscheint.

Knapp hinter Google rangieren der Umfrage zufolge bei der Arztauswahl die Suchdienste der Ärztekammern und Kassenärztlichen Vereinigungen. Sie spielen für rund 45 % der Deutschen eine wichtige Rolle. Rund 40 % der Befragten ziehen die Bewertungen auf dem Online-Portal Jameda für eine Entscheidung

heran. Mit der zunehmenden Digitalisierung wachsen also auch die Anforderungen an die Darstellungen von Praxen im virtuellen Raum. Was heißt das für Praxisinhaber?

Die Praxis im virtuellen Raum

Gemäß der Umfrage sollte ein Hauptaugenmerk auf der Praxis-Homepage liegen. Ärzte, die den Aufbau und die Pflege selbst in die Hand nehmen wollen, könnten Anbieter nutzen, die auf das „Baukastenprinzip“ setzen. Das macht es auch für Laien einfach, einen ansprechenden Online-Auftritt mit den wichtigsten Informationen zu erstellen.

Um auch bei Google – der laut Umfrage wichtigsten Suchmaschine bei der Arztsuche – gut auffindbar zu sein, empfiehlt sich ein Eintrag bei „Google My Business.“ Der Eintrag ist kostenlos und potenzielle Patienten können die Praxis lokal schneller finden. Hier ist es ratsam, genaue Öffnungszeiten und eine Telefonnummer zu hinterlegen. Spezielle Öffnungszeiten, etwa über die Urlaubstage, können ebenso festgelegt werden.

„Wer unabhängig von seiner ärztlichen Leistung wettbewerbsfähig bleiben will, muss

mehr denn je dafür sorgen, dass seine Webseite durch eine gute Suchmaschinen-Optimierung in der Google-Suche weit oben erscheint“, so Felix Schönfelder, Geschäftsführer der Socialwave GmbH.

Bewertungen im Blick behalten

Neben Webseite und Suchmaschinen nehmen für Patienten auch Online-Bewertungen eine wichtige Rolle ein. Bewertungen können von Patienten entweder direkt bei Google oder bei Bewertungsportalen abgegeben werden. Das Feedback fällt hier aber nicht immer nur positiv aus: Ärzten sei deshalb empfohlen, diese im Blick zu behalten, um notfalls entsprechend reagieren zu können. In den meisten Fällen ist es möglich, Bewertungen zu kommentieren. „Ärzte, die das analoge Vertrauen in den virtuellen Raum übertragen wollen, müssen auch online ein Reputationsmanagement betreiben. Ein einziger Online-Kommentar kann in den meisten Fällen darüber entscheiden, ob Patienten, die nicht auf Empfehlung von Bekannten handeln, eine Arztpraxis aufsuchen oder nicht“, so Schönfelder.

Auf Bewertungsportalen können Ärzte außerdem ein eigenes Praxisprofil anlegen. So steigt die virtuelle Reichweite auch dort. Je nach Tarif sind bei den Angeboten der Portale außerdem weitere Services, etwa Videosprechstunden oder Online-Terminbuchungen, enthalten.

Margarethe Urbanek