

Authentische Praxiswebsite kommt gut an

Die Arzt-Website ist so etwas wie das Aushängeschild einer Praxis im Internet. Doch es geht nicht nur unbedingt darum, sich besonders gut darzustellen. Entscheidend sind Anspruch und Wirklichkeit, sprich die Authentizität der Praxis.

Ein häufiger Fehler:

Die Internetauftritte sind nicht authentisch, das heißt, sie spiegeln die Gegebenheiten in den Praxen nicht realistisch wider. Bei Patienten kommt es aber schlecht an, wenn zwischen Präsentation und Realität eine Lücke klafft.

"Die Authentizität ist der Dreh- und Angelpunkt für die Homepages von Ärzten", sagt Klaus-Dieter Thill, Leiter des Instituts für betriebswirtschaftliche Analysen, Beratung und Strategie-Entwicklung (IFABS) in Düsseldorf.

"Die Internetseiten sind eine Art Leistungsversprechen der Praxis." Das IFABS hat die Zufriedenheit von Patienten mit der Internetpräsenz von 460 Praxen untersucht, darunter 260 hausärztliche Praxen.

Wird der Auftritt weiter empfohlen?

Mit Hilfe von Fragebögen hat das Institut die Einschätzung der Patienten zu drei verschiedenen Bereichen erhoben:

- Wie positiv oder negativ wirkt die Seite im Vergleich zu den Homepages von anderen Ärzten?
- Wie groß ist die Bereitschaft, den Web-Auftritt weiterzuempfehlen?
- Inwieweit stimmt der auf der Homepage vermittelte Eindruck mit der Realität in der Praxis überein?

"Trotz guter Ansätze besteht ein deutlicher Optimierungsbedarf bei den untersuchten Seiten", zieht Thill ein Fazit.

Ein grundsätzliches Problem liegt seiner Erfahrung nach darin, dass die Ärzte nach der Entwicklung einer Homepage - entweder durch einen Dienstleister oder in Eigenregie - ihre Wirkung nicht mehr überprüfen. "Es gibt überhaupt keine Akzeptanztests bei der Zielgruppe", sagt er.

Natürlich könne ein Arzt nur schwer die Resonanz bei neuen Patienten testen, an die sich der Praxisauftritt im Internet ja vor allem wendet. Es sei aber sinnvoll, quasi als Stellvertreter das Feedback bei den bestehenden Patienten zu erfragen.

Thill empfiehlt niedergelassenen Ärzten, zu diesem Thema spezifische Fragebögen an ausgewählte Patienten zu geben.

Sie sollen sich den Internetauftritt der Praxis in Ruhe ansehen und ihn beurteilen - etwa daraufhin, ob man dort gut findet, was man sucht.

Der mit Blick auf die Neupatienten entscheidende Fokus sollte dabei auf der Frage liegen, ob Internetpräsenz und

Praxisrealität übereinstimmen. "Ist das nicht der Fall, war der erste Besuch eines neuen Patienten in der Regel auch der letzte", sagt er.

Dominieren bestimmte Farben in der Praxis, so sollte das auch im Internet der Fall sein. Es mache keinen Sinn, einen avantgardistischen Internetauftritt zu haben, wenn die Praxis sehr bodenständig ist. "Es sollte möglichst keine Diskrepanz geben."

Hausärzte kommen besser rüber

In der IFABS-Auswertung der Praxis-Homepages zeichneten sich 15 Prozent der Seiten durch eine sehr hohe Authentizität aus und 20 Prozent durch eine hohe. Mit 35 Prozent stufte das Institut jeden dritten Praxisauftritt unter diesem Aspekt als neutral bis leicht negativ ein.

Solche Seiten müssen nach Einschätzung des Praxisberaters dringend überarbeitet werden. Praxen, deren Web-Auftritt nur einen geringen Grad an Authentizität aufweist, behindern die Patienten-Neugewinnung und schaden der Praxisarbeit, warnt er.

Das war immerhin bei 30 Prozent der untersuchten Homepages der Fall. "Eine Überarbeitung solcher Seiten ist meist nicht möglich, sie müssen völlig neu gestaltet werden."

Thill sieht den Grad an Authentizität als Qualitätsindikator für Patienten. "Je geringer sie ausgeprägt ist, desto skeptischer sind Patienten der Praxis gegenüber eingestellt und desto schwieriger wird es für das Praxisteam, seine tatsächliche Leistungsqualität unter Beweis zu stellen."

Auf einer Skala von 0 "keine Authentizität" bis 100 (maximale Authentizität) lag der Durchschnittswert der vom IFABS untersuchten Praxen bei 48 Prozent. Damit haben sie nach der Bewertung Thills im Schnitt einen leicht negativen Effekt.

Die hausärztlichen Praxen schneiden mit durchschnittlich 54 Prozent etwas besser ab als die der Fachärzte.

Autorin: Ilse Schlingensiepen

Quelle: Aerztezeitung.de

Verwandte Themen auf unserer Website:

- Patientenbefragung
- Praxishomepage und Praxiswebsite
- Onlinemarketing (Social Media)