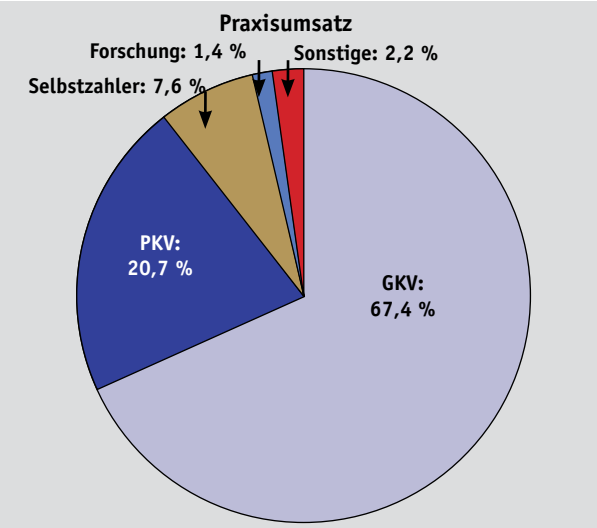
Die konservative Haltung der Ärzte gegenüber modernen Themen gefährdet ihre Partizipation am Wandlungsprozess

Web 2.0 bei Ärzten noch nicht angekommen

Ärzte stehen Online-Fortbildungen, Internetportalen und Call-Center-Medizin zurückhaltend bis ablehnend gegenüber. Die GGMA Gesellschaft für Gesundheitsmarktanalyse mbH führte im Auftrag der Stiftung Gesundheit eine Umfrage zur Situation der niedergelassenen Ärzte - „Ärzte im Zukunftsmarkt Gesundheit 2009“ - durch. Über Tausend Ärzte, Zahnärzte und Psychologische Psychotherapeuten haben Fragen zu ihrer wirtschaftlichen Lage, zum Praxis-Marketing, zu Service-Portalen für Ärzte und Arztbewertungsportalen für Patienten, zur Call-Center-Medizin und Fortbildungen beantwortet.

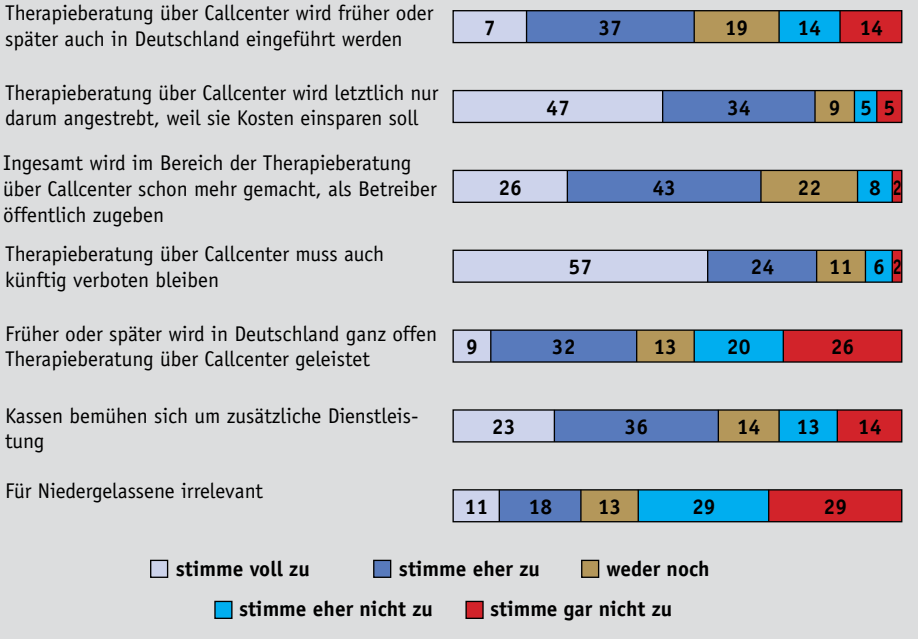
>> Der Blick auf die Zusammensetzung des Umsatzes von Arztpraxen zeigt: Auch wenn der Anteil der aus der Behandlung von Privatversicherten erwirtschafteten Erträge mit 20 % weiterhin hoch bleibt, geht insgesamt der Anteil der außerhalb des GKV-Systems erwirtschafteten Erträge leicht zurück – im Vergleich zu 2006 um 2,4 %. Ob diese Entwicklung durch die konjunkturelle Gesamtlage verursacht sei, könne aber nicht festgestellt werden, so die Autoren der Studie Dr. Peter Müller und Prof. Dr. Konrad Obermann, Forschungsleiter bei der Stiftung Gesundheit. Deutlich werde nur, dass diese Abnahme parallel mit einem Rückgang der Marketing-Aktivitäten der Ärzte verläuft. Einheitlich ist das Bild im Praxis-Marketing jedoch nicht. Sowohl der Anteil der Befürworter von Marketingmaßnahmen als auch der Anteil der Unentschlossenen und Marketing-Gegner hat sich in den letzten drei Jahren vergrößert, der Anteil der moderaten Befürworter ist aber erheblich zurückgegangen. Ein signifikanter Teil der Niedergelassenen (31,5 %) lehnt Marketing-Aktivitäten ab und schätzt sie als „eher unwichtig“ oder „völlig unwichtig“ ein. „Das Konzept der Werbung konnte sich also bislang nicht auf breiter Fläche durchsetzen“, so das Fazit der Autoren zu diesem Themenkomplex. Als mögliche Erklärung nennen sie „negative Erfahrungen mit Werbung, zumal wenn sie in wirtschaftlich schwierigen Zeiten geschaltet wurde und nicht die erwarteten Effekte brachte“. Der Großteil der befragten Ärzte (83,2 %) gab an, kein Werbebudget für ihre Praxis für 2009 festgelegt zu haben. Die Mehrheit (85,5 %) will es im laufenden Jahr auch nicht aufstocken.

Bei der Verteilung von einzelnen Marketing-Maßnahmen wird deutlich: Am meisten investieren die Praxen in die Internetpräsenz (62,6 %). Auf Platz zwei folgen „die eigenen Mitarbeiter“, 59,9 % der Ärzte zählen sie zu einer der drei wichtigsten Maßnahmen. Das „äußere Erscheinungsbild der Praxis“ wird als letzte wichtigste Maßnahme genannt. Die Verfasser der Studie resümieren: „Alle Entwicklungen deuten an, dass die Ärzte den Stellenwert der neuen Medien durchaus hoch einschätzen, in Zeiten der Wirtschaftskrise aber doch eher zu ‚tangiblen‘ und direkt wahrnehmbaren Formen des Marketings greifen, als konsequent neue Kommunikationsformen zu nutzen. Wirtschaftswissenschaftlich formuliert: sich mehr den Bestandskunden zuwenden als Neuakquise zu betreiben.“



Hinsichtlich der Fortbildungen ergab die Studie, dass die Mehrheit der Ärzte (70,4 %) weiterhin die klassische Form – die Seminare vor Ort - bevorzugt. Ebenfalls beliebt sind die Kongresse der Fachgesellschaften (59,3 %) und Fachpublikationen (62,6 %). Online-Lehrgänge werden trotz der Vorteile wie zeitliche und örtliche Flexibilität nur von 14,2 % der Befragten favorisiert. „Dies ist erstaunlich, da es mittlerweile sehr gut strukturierte Angebote gibt, die zudem mit CME-Punkten akkreditiert sind“, so die Verfasser. Bei den Inhalten der Fortbildungen steht die medizinische Fachdisziplin vorn. Danach folgen Qualitätsmanagement (QM), Abrechnung und Honorarfragen. Themen wie Praxismanagement oder Marketing sowie Personalführung stoßen auf geringeres Interesse. Über den

Wie Ärzte die Zukunft der Callcenter einschätzen



Stellenwert von QM zeigen sich die Verfasser der Studie überrascht: „Denn einem relevanten Anteil der Ärzte kam es in der Vergangenheit darauf an, den Aufwand für QM nicht ausufern zu lassen. Andererseits geht gegenwärtig die Karenzzeit zu Ende, nach deren Ablauf QM in der Praxis nachgewiesen werden muss. Somit bleibt offen, wo in der Skala des Fortbildungsinteresses in den kommenden Jahren das QM seinen Platz finden wird."

Die Studie untersuchte auch die Bekanntheit von sozialen Netzwerken unter den Ärzten. Das Ergebnis: Die Portale sind grundsätzlich 71 % der Ärzte bekannt, werden allerdings nur von knapp der Hälfte im Arbeitsalltag konsequent genutzt. Gesundheitspolitik interessiert die Nutzer von Arztportalen am meisten, für 68 % ist es das wichtigste Thema. Danach folgt die Fortbildung im eigenen Fach (für 51 % relevant) und berufsständische Politik (47,4 %). Ein Drittel (27,1 bis 32,4 %) schätzen den fachlichen Austausch mit Kollegen, Informationen zum Recht, und medizinische Fortbildung über das Fach hinaus.Genutzt werden die Portale von mehr als der Hälfte der befragten Ärzte. Immerhin 20,8 % gaben an, die Services einmal täglich und 21,6 % mehrmals pro Woche in Anspruch zu nehmen. Ein Drittel der Befragten nutzt das Angebot nicht konsequent und greift darauf nur einmal im Monat zurück. Auf geringes Interesse stoßen in den Portalen Themen wie Marketing und Steuer, aber auch der Dialog mit gleichgesinnten Kollegen – eins der zentralen Wesensmerkmale des „Web 2.0".

Bewertung ist den Ärzten egal

Ein anderes Bild ergibt sich bei den Arztbewertungsportalen. Zwei Drittel der Ärzte stehen einer Online-Bewertung gleichgültig gegenüber. Von diesem Ergebnis zeigen sich die Autoren der Studie überrascht, denn 2007 fanden noch rund 20 % der Ärzte, dass solcherlei Portale verboten gehören und unter Umständen schlechte Bewertungen tatsächlich ihrem wirtschaftlichen Erfolg schaden oder nutzen könnten. 67,3 % der Ärzte gab in der aktuellen Befragung an, gar nicht erst zu wissen, ob sie jemals bewertet worden sind. Nur 22,7 % wussten davon. Dieses Desinteresse erklären die Verfasser folgendermaßen: „Ärzte sind qua QM eigentlich gehalten, sich für die Zufriedenheit ihrer Patienten zu interessieren, denn QM soll auch regelmäßige Patientenbefragungen umfassen. Da es ja im Regelfall nicht vorstellbar ist, dass ein Arzt sich nicht für die Zufriedenheit seiner Patienten interessiert, kann es also nur daran liegen, dass Arztbewertungsportale speziell dafür als nicht qualifizierte Quelle angesehen werden." Das Desinteresse müsse „angesichts der zukünftigen Bedeutung von Portalen und der generellen Bedeutung des Internets als Informationsquelle als kritisch gesehen werden." Im Widerspruch zu dem Desinteresse steht allerdings die Aussage von immerhin einem Drittel der Ärzte, gegen eine negative Bewertung rechtlich vorgehen zu wollen. Mit 37,1 % fast genau so groß war allerdings auch das Lager der Gleichgültigen.

Auf dem Gebiet der Call-Center-Medizin hat die Studie gezeigt, dass die niedergelassenen Ärzte das Kommen der telefonischen Betreuung erkennen, diese aber in der Regel negativ beurteilen. Die Meinung der Ärzte sei laut Studie, dass Therapieberatung über das Telefon verboten gehöre, es letztlich heimlich gemacht werde und nur der Kostenersparnis diene. „Diese Abwehrhaltung überrascht auf den ersten Blick nicht, zeigt aber doch wiederum ein Verkennen von gesellschaftlichen und wissenschaftlichen Entwicklungen", sagen Müller und Obermann. „Zum einen zeigen erste Studien überraschende Ergebnisse von Depressions-Behandlung im Internet, was ja ebenfalls in die Rubrik „indirekte/nicht-persönliche Betreuung" fällt, und zum anderen wird die zukünftige demografische Entwicklung neue Formen der Versorgung erfordern, die nicht mehr allein auf dem persönlichen Gespräch beim Arzt beruhen können."

Das Fazit der Studie: „Weiterhin zeigt sich eine insgesamt konservative Haltung der Ärzteschaft zu neuen Themen und Methoden – dies ist zunächst einmal als adäquat und der besonderen Situation der Arzt-Patienten-Beziehung angemessen zu bezeichnen. Jedoch ist die Tatsache, dass ein Großteil die Antwortenden schlichtweg die Entwicklungen von Call-Centern und Internet ablehnt oder ignoriert, als gefährlich für die politische Bedeutung des Berufsstandes zu werten. Eine Berufsgruppe, die sich in so hoher Zahl den fundamentalen Wandlungen der Kommunikation und der damit verbundenen Änderungen im Arzt-Patient-Verhältnis in einem sich demografisch und sozial ändernden Land verschließt, wird letztlich von der Steuerung und Mitwirkung dieser Prozesse ausgeschlossen werden." <<

Die Studie kann unter www.stiftung-gesundheit.de/Forschung eingesehen werden

Bewertungsportale aus Arztsicht

