

Studie der Universität Erlangen-Nürnberg: Fachkompetenz, Freundlichkeit des Arztes und genommene Zeit beschäftigen Patienten in Freitextkommentaren auf Online-Bewertungsportalen am häufigsten

München, 02.06.2014 – Subjektiv empfundene Fachkompetenz, Freundlichkeit des Arztes, genommene Zeit – Diese drei Themen spielen in den Kommentaren von Patienten auf Arztbewertungsportalen die wichtigste Rolle. Das belegt eine Analyse von Prof. Emmert, Inhaber der Juniorprofessur für Versorgungsmanagement der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Hierfür wurden 3.000 Freitextkommentare ausgewertet, die im Jahr 2012 auf jameda.de, Deutschlands größter Arztempfehlung, abgegeben wurden. Die Datenbasis für diese Stichprobe bilden 127.192 Online-Bewertungen für 53.585 Ärzte (exklusive Zahnärzte) von 107.148 Patienten.

Studie zeigt wichtige Einflussfaktoren zur Patientenzufriedenheit auf

Die vom Patienten subjektiv wahrgenommene Fachkompetenz des Arztes spielt in gut 62 Prozent der untersuchten Freitextbewertungen eine Rolle und beschäftigt die Patienten somit am häufigsten. Hierbei sparen Patienten nicht mit Lob. So fallen 83 Prozent dieser Kommentare positiv aus. „Freundlichkeit und Einfühlungsvermögen des Arztes“ wird mit gut 38 Prozent am zweithäufigsten von Patienten thematisiert. Auch hier war die große Mehrheit, nämlich 86 Prozent der Kommentare, positiv. Ähnlich wohlwollend sind die Aussagen, wenn es darum geht, wie viel Zeit sich der Arzt im Behandlungszimmer nimmt, was in jedem dritten Fall kommentiert wurde. 85 Prozent dieser Kommentare waren positiv.

Fühlen sich Patienten zu Kritik veranlasst, geht es ihnen zumeist um die Wartezeit in der Praxis bzw. auf einen Termin sowie um die Kommunikation des Arztes. So wird in jedem fünften Kommentar die Wartezeit beim Arzt thematisiert, wovon fast 41 Prozent negativ ausfallen. Die Wartezeit auf einen Termin führt ebenfalls häufig zu Unmut und ist in knapp 13 Prozent der untersuchten Fälle ein Thema. Hiervon waren 29 Prozent negativ. Die Kommunikation des Arztes ist in fast 12 Prozent der untersuchten Freitextbewertungen relevant. Davon fallen ebenfalls 29 Prozent negativ aus.

Generell belegt die Studie eine sehr hohe Patientenzufriedenheit in den Freitextkommentaren. So sind insgesamt 80 Prozent der Kommentare positiv. Nur in 16 Prozent der Fälle äußern sich Patienten negativ (vier Prozent der Freitextbewertungen sind neutral).

Studienleiter Emmert: „Freitextkommentare sind wichtig für Ärzte und Patienten.“

„Unsere Ergebnisse zeigen, dass die Möglichkeit, nicht nur Noten, sondern auch freie Textkommentare abzugeben, für Patienten und Ärzte von hoher Relevanz ist“, kommentiert Studienleiter Professor Martin Emmert die Ergebnisse der Auswertung. „Die Kommentare liefern Ärzten wichtige Hinweise, wie sie die Zufriedenheit ihrer Patienten verbessern können.“ Auch für die Patienten hätten die Textbewertungen eine wichtige Funktion. „Sie helfen, die Notenvergabe differenziert zu begründen oder persönliche Erfahrungen mitzuteilen.“

„Es freut mich, dass die Studie von Professor Emmert unsere Auffassung untermauert, dass Freitextkommentare essentiell sind für die Aussagekraft von Bewertungen“, sagt Dr. Philipp Goos, Geschäftsführer von jameda. „Daher ist diese Angabe bereits seit 2011 verpflichtend bei der Bewertung von Ärzten auf jameda.de.“ Jeder Nutzer, der hier eine Bewertung zu seinem Arzt abgibt, muss im Freitextfeld eine kurze Angabe zu seiner Meinung machen.

Über die jameda GmbH:

jameda ist Deutschlands größte Arztempfehlung. Mehr als 3,5 Mio. Patienten monatlich suchen auf jameda nach genau dem richtigen Arzt für sich. Dabei helfen ihnen die Empfehlungen anderer Patienten, die von den Ärzten bereitgestellten Informationen sowie zahlreiche Filtermöglichkeiten. Ärzte haben die Möglichkeit, ihre Praxis auf jameda vorzustellen und umfassend über ihr Leistungsspektrum zu informieren. Datenbasis bilden bundesweit rund 250.000 Ärzte. jameda ist eine 100-prozentige Tochter der börsennotierten Tomorrow Focus AG mit Hubert Burda Media als Hauptaktionär.

Pressekontakt:

jameda GmbH
Kathrin Kirchler
PR & Marketing Manager
Tel.: 089 / 2000 185 60
E-Mail: presse@jameda.de

www.jameda.de

www.facebook.com/jameda.de

www.twitter.com/jameda_de