

PRAXISMARKETING MIT ARZTBEWERTUNGSPORTALEN

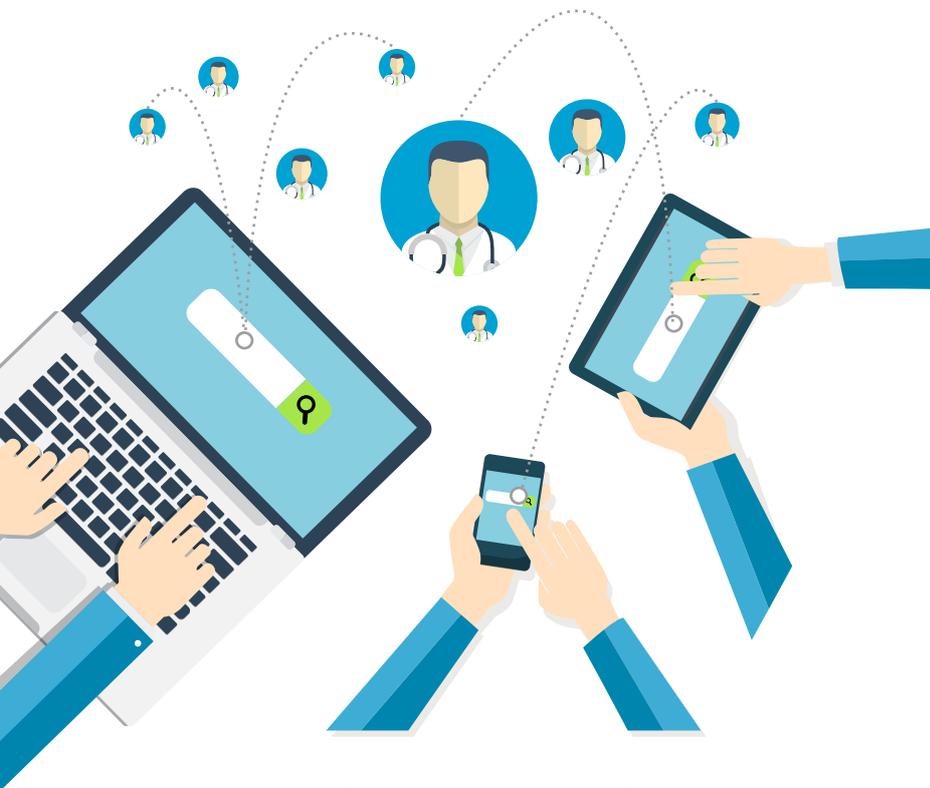
# Bewertungsmanagement optimieren, neue Patienten gewinnen



# Arztsuche im Internet

Patienten haben ein wachsendes Bedürfnis, verlässliche Informationen über die Qualität von Gesundheitsleistungen zu erhalten – immer häufiger geschieht dies im Internet. Bereits jeder dritte Internetnutzer in Deutschland sucht seinen Arzt auf einem Arztbewertungsportal.<sup>1</sup> Hier findet er nicht nur Kontaktdaten und Öffnungszeiten, sondern kann auch an den Erfahrungen anderer Patienten teilhaben.

Ärzte wiederum können sich auf den Portalen potentiellen Patienten präsentieren und erhalten hier zudem wichtiges Patienten-Feedback zu deren Bedürfnissen, so dass sie entsprechend reagieren können.



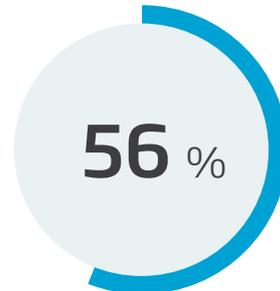
Trotz des enormen Erfolges und der Relevanz, die Arztbewertungsportale inzwischen haben, gibt es auch kritische Stimmen. „Die Portale löschen negative Bewertungen von den Plattformen“, behaupten manche Patienten. „Nur Unzufriedene Patienten schreiben Arztbewertungen“, halten einige Ärzte entgegen.

In diesem Ratgeber erhalten Sie einen Überblick über die rechtliche Situation bei Arztbewertungen. Außerdem erfahren Sie, wie Sie Ihr Bewertungsmanagement optimieren und mit kritischen Bewertungen am besten umgehen können.

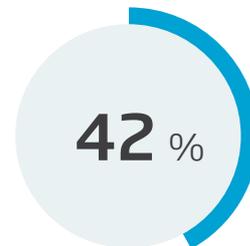


Mit einem optimierten Bewertungsmanagement können Sie den Tenor Ihres Bewertungsprofils lenken und so neue Patienten gewinnen.

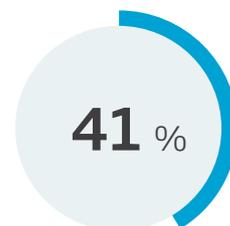
## Quellen zur Arztsuche:<sup>1</sup>



Freunde und Familie



Google



Hausärzte



Arztbewertungsportale



Online-Branchenverzeichnisse



Gedruckte Branchenverzeichnisse

<sup>1</sup> Online-repräsentative jameda Patientenstudie 2014, abrufbar unter [diesem Link](#)

# 1

## ARZTBEWERTUNGEN – DIE RECHTLICHE AUSGANGSLAGE

---

**Anonym bewerten oder Namen nennen?**

4

**Die freie Meinungsäußerung und das Persönlichkeitsrecht**

5

**Das Informationsinteresse der Patienten und die informationelle Selbstbestimmung des Arztes – was überwiegt?**

6

**Subjektivität und Objektivität in Bewertungen**

6

# 2

## PATIENTEN GEWINNEN DURCH EIN GUTES BEWERTUNGSMANAGEMENT

---

**Wo setze ich meine Schwerpunkte im Internet?**

7

**Sie sind bereits im Gespräch!**

7

**Woran erkenne ich ein seriöses Portal?**

8

# 3

## ANLEITUNG FÜR EIN ERFOLGREICHES BEWERTUNGSMANAGEMENT

---

**Das eigene Profil optimal darstellen**

9

**Neue Bewertungen sammeln**

9

**Den Bewertungsverlauf durchgehend beobachten**

10

**Auf Feedback zeitnah reagieren**

10

**Das Feedback analysieren**

13

**Analyseergebnisse in den Online-Auftritt einbinden**

13

**EXKURS: DIE WICHTIGSTEN URTEILE IM ÜBERBLICK**

14

**CHECKLISTE FÜR DEN PRAXISALLTAG**

17

## Anonym bewerten oder Namen nennen?

Sowohl der Arzt als auch der Patient haben schützenswerte Rechte. Daher haben wir beide Seiten unter die Lupe genommen und die rechtliche Lage genauer betrachtet.



### Die Sicht der Patienten:



„Zu intimen Behandlungsdetails beim Arzt möchte ich mich im Internet nicht namentlich äußern.“

Für Patienten ist es wichtig, dass sie ihre Ärzte anonym bewerten können. Die Inhalte der Bewertungen sind oft sehr intim. Man möchte nicht, dass der Arbeitskollege von der Psychotherapie erfährt oder die Eltern von der Pille danach. Muss man den Namen angeben, kommt es häufig zu wenig differenzierten und nicht besonders aussagekräftigen Bewertungen. Aber gerade differenzierte Bewertungen sind für Arzt und Patient besonders aufschlussreich.



### Die Sicht der Ärzte:



„Öffentliche Bewertungen unter dem Deckmantel der Anonymität öffnen Missbrauch Tür und Tor.“

Es stimmt, dass Patienten eher Kritik üben, wenn sie ihre Identität nicht preisgeben müssen. Aber das Gleiche gilt für viele gute Bewertungen. So möchte man beispielsweise auch bei einer erfolgreichen Psychotherapie anonym bleiben.



Die derzeitige Rechtsprechung sieht die Möglichkeit anonymer Bewertungen vor. So entschied der Bundesgerichtshof gegen einen zivilrechtlichen Herausgabeanspruch von Nutzerdaten und somit die Aufhebung der Anonymität.<sup>2</sup> Das Oberlandesgericht Hamm sprach sogar von einer Selbstzensur, die eine Meinungsäußerung in Form einer Bewertung unter Bekanntgabe des Namens nach sich ziehen würde.<sup>3</sup>



Die Anonymität des Patienten gegenüber den Portalen kann bei begründeten Zweifeln aufgehoben werden. So haben die Portale die Möglichkeit zu überprüfen, ob es sich um eine authentische Bewertung handelt. Die Anonymität der Bewerber bleibt gegenüber den Ärzten jedoch gewahrt. Sollte eine Bewertung strafrechtlich relevant sein, zum Beispiel wenn eine Bewertung mit Vandalismus in der Praxis in Verbindung gebracht wird, kann die Anonymität des Verfassers im Einzelfall durch richterliche Entscheidung oder durch staatsanwaltliche Verfügung aufgehoben werden.

Das Thema „[Prüfprozesse](#)“ wird später noch genauer erläutert.



Verantwortungsvolle Portale schützen vor Missbrauch (z.B. durch die Konkurrenz), indem sie einen klar definierten und einfach zu handhabenden Prüfprozess anbieten. Im Rahmen dieses Prozesses wird der Inhalt einer Bewertung und der Bewerber selbst auf seine Authentizität hin überprüft.

<sup>2</sup> BGH, Urteil vom 01.07.2014, AZ: VI 345/13    <sup>3</sup> OLG Hamm, Urteil vom 03.08.2011, Az. I-3 U 196/10

## Die freie Meinungsäußerung und das Persönlichkeitsrecht

Die rechtliche Einordnung einer Bewertung bewegt sich genau im Spannungsfeld zwischen der freien Meinungsäußerung und dem Persönlichkeitsrecht. Beides sind sehr schützenswerte Rechtsgüter!

§

Das Recht auf **Informations- und Meinungsfreiheit** ist ein Grundrecht. Es schützt unsere demokratische Gesellschaft. Das Bundesverfassungsgericht betont, dass öffentliche Meinungen im Internet einen sehr hohen Schutz genießen. Auch hitzige Debatten sind durch die Meinungsfreiheit geschützt.<sup>4</sup>

§

Das allgemeine **Persönlichkeitsrecht** schützt als Grundrecht vor Eingriffen in den persönlichen Lebens- und Freiheitsbereich. Kommt es zu einer kritischen Bewertung, findet der Freiheitsbereich des Patienten seine Grenzen im Freiheitsbereich des Arztes.



Wie eine Aussage rechtlich eingeordnet wird, hängt damit zusammen, ob diese der freien Meinungsäußerung oder einer Tatsachenbehauptung zugeordnet wird. Die freie Meinungsäußerung findet ihre Grenzen, wenn eine Aussage unwahre Tatsachenbehauptungen oder Schmähdikritik enthält.



### Was ist ...

#### [ ... eine Tatsachenbehauptung? ]

Eine Aussage, deren Inhalt wahr oder unwahr sein kann (also dem Beweis zugänglich ist), nennt man Tatsachenbehauptung.

#### [ ... Schmähdikritik? ]

Aussagen, die nicht mehr die Auseinandersetzung in der Sache betreffen, sondern bei denen die Herabsetzung der Person im Vordergrund steht, sind Schmähdikritik. Klassisches Beispiel hierfür ist die Beleidigung oder Diffamierung einer Person. Dies heißt aber umgekehrt nicht, dass eine polemische oder überspitzte Kritik per se verboten wäre.

<sup>4</sup> BVerfG, Urteil vom 17.09.2012, Az.1 BvR 2979/10

## Das Informationsinteresse der Patienten und die informationelle Selbstbestimmung des Arztes – was wiegt schwerer?

Jeder Patient hat das Recht auf freie Arztwahl. Patienten haben deshalb ein großes Interesse, sich im Vorfeld über Ärzte zu informieren, um so eine für sich geeignete Praxis zu finden. Arztbewertungsportale, die alle Daten von Ärzten listen, bieten suchenden Patienten eine zuverlässige Informationsquelle.

### §

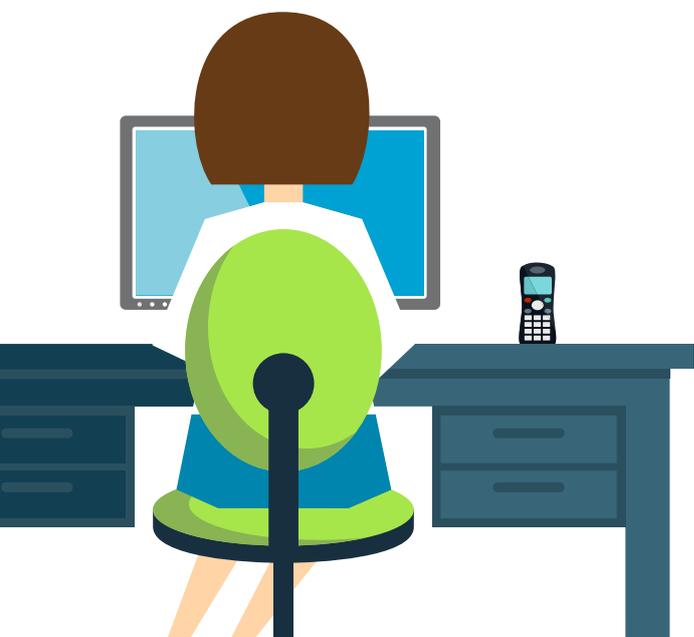
Die aktuelle Rechtsprechung bestätigt den Nutzen von Arztbewertungsportalen. Das Informationsbedürfnis der Patienten genießt daher höheren Schutz als das Geheimhaltungsinteresse des Arztes, so die Begründung der Richter im Urteil des Bundesgerichtshofs vom 23.09.2014.<sup>5 6</sup>

Natürlich dürfen nur die berufsbezogenen Daten eines Arztes oder Heilberufers frei zugänglich sein. Der Arzt wird dabei als Person des öffentlichen Interesses mit seinen Daten geführt. Die privaten Daten eines Arztes genießen den gleichen Schutz der Intimsphäre wie die Daten jeder anderen Privatperson.



## Subjektivität und Objektivität in Bewertungen

Es ist richtig: Patienten können die fachliche Kompetenz eines Arztes nicht umfassend beurteilen. Dennoch bilden sich Patienten durch subjektiv empfundene Faktoren ein Urteil darüber. Genau diese subjektiven Erfahrungen, die schon immer Grundlage der Weiterempfehlung waren, sind wichtig für andere Patienten in ähnlichen Situationen.



„Hat sich der Arzt Zeit genommen und ist er auf meine Fragen eingegangen? Wurde ich umfassend aufgeklärt und waren die Erklärungen auch für mich als Laie verständlich? Herrschten ein guter Umgangston und eine freundliche Atmosphäre?“

Für Patienten tragen solche weichen Faktoren maßgeblich dazu bei, ob sie einen Arzt als kompetent wahrnehmen<sup>7</sup>, jedoch unterliegen sie keiner Objektivität. Nicht umsonst werden Bewertungen auf Arztbewertungsportalen auch Patientenmeinungen genannt. Und Meinungen sind immer subjektiv.

<sup>5</sup> BGH, Urteil vom 23.09.2014, Az. VI ZR 358/13

<sup>6</sup> BGH, Urteil vom 23.06.2009, Az. VI ZR 196/08

<sup>7</sup> Gesundheitsmonitor 2008, abrufbar unter [diesem Link](#)

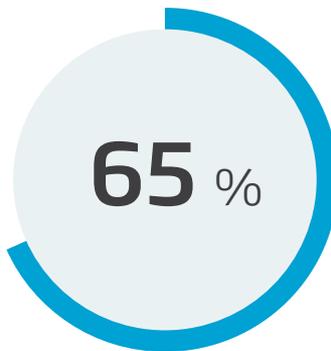
# PATIENTEN GEWINNEN DURCH EIN GUTES BEWERTUNGSMANAGEMENT

## Wo setze ich meine Schwerpunkte im Internet?

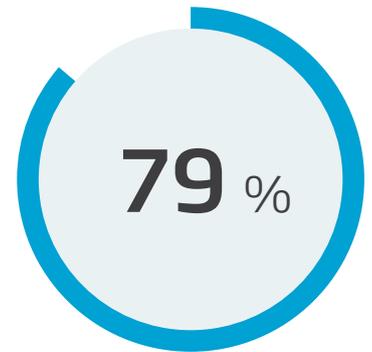
Wussten Sie, dass ...



der Patienten Erfahrungen anderer als das beste Mittel empfinden, sich vorab über einen Arzt zu informieren?<sup>8</sup>



der Nutzer von Arztbewertungsportalen sich schon einmal aufgrund einer Bewertung für einen Arzt entschieden und diesen dann auch aufgesucht haben?<sup>9</sup>



der Deutschen mit dem aktuellen Gesundheitswesen zufrieden sind?<sup>10</sup> Diese Ansicht spiegelt sich auch in den Patientenmeinungen auf Bewertungsportalen wider.

## Sie sind bereits im Gespräch!

Rund 60% der Patienten, die von Google zu jameda kommen, haben nach einem bestimmten Arztnamen gesucht. Das bedeutet, dass der Arzt bei potentiellen Patienten bereits im Gespräch ist. Die Patienten möchten sich nun ein Bild von dem Arzt machen und Eindrücke anderer Patienten lesen, bevor sie einen Termin vereinbaren. Eine gute Google-Platzierung eines Bewertungsportals (Anzeige in der Suchergebnis-Liste weit oben) sorgt dafür, dass der Arzt mit seinem Profil gefunden werden kann.



Die Suchanfragen vieler Patienten sind sehr spezifisch und gehen über die einfache Arztsuche (z.B. Zahnarzt München) hinaus. Unter den Suchbegriffen finden sich häufig Symptome, Krankheitsbilder oder bestimmte Behandlungsmethoden wieder. Haben andere Patienten ihre Erfahrungen auf Bewertungsportalen festgehalten, ist die Chance groß, dass die entsprechende Bewertung bei einer Suchanfrage auftaucht. Hat ein Arzt dem Patienten laut dieser Bewertung geholfen, entscheidet sich der Suchende mit großer Wahrscheinlichkeit für diese Praxis.

Surfen Sie im Internet und vergleichen Sie die Portale, um herauszufinden, welches zu Ihnen passt.

Um Ihr Bewertungsmanagement zielführend umzusetzen, sollten Sie im Vorfeld überlegen, welche Kriterien ein Bewertungsportal für Sie erfüllen soll. Bestenfalls konzentrieren Sie sich auf ein oder zwei Verzeichnisse und bemühen sich dort um ein umfassendes Bewertungsmanagement. Wer versucht, überall präsent zu sein, übersieht womöglich wichtige Details.

<sup>8</sup> Repräsentative jameda Patientenstudie 2012, Ergebnisse abrufbar unter [diesem Link](#)

<sup>9</sup> Journal of Medical Internet Research: "Physician Choice Making and Characteristics Associated With Using Physician-Rating Websites: Cross-Sectional Study", abrufbar unter [diesem Link](#)

<sup>10</sup> MLP Gesundheitsreport 2014, Ergebnisse abrufbar unter [diesem Link](#)

## Woran erkenne ich ein seriöses Portal?

Es gibt viele Arztbewertungsportale, nicht alle haben dieselben Qualitätsstandards. Folgende Checkliste hilft Ihnen bei der Suche nach einem seriösen Portal. Je mehr Fragen Sie mit „ja“ beantworten können, desto besser:

- Sind Maßnahmen zum Schutz vor Manipulation gegeben?
- Gibt es eine Abteilung zur Qualitätssicherung?
- Kann man die Mitarbeiter dieser Abteilung gut erreichen?
- Basiert der Prüfprozess auf rechtlichen Vorgaben?
- Besteht für den Arzt die Möglichkeit zur öffentlichen Gendarstellung, z.B. indem er Patientenmeinungen kommentieren kann?
- Kann der Verfasser einer Bewertung ohne Aufhebung der Anonymität kontaktiert werden?
- Werden strittige Bewertungen nicht ohne Prüfung gelöscht?
- Wird der Kriterienkatalog der ÄZQ für gute Arztbewertungsportale weitestgehend erfüllt? <sup>11</sup>



Wenn Bewertungen ohne Prüfung gelöscht werden, fühlen sich Patienten nicht ernstgenommen. Ihre Kritik platzieren sie dann womöglich vielfach an anderer Stelle. <sup>12</sup>



<sup>11</sup> Kriterienkatalog der ÄZQ abrufbar unter [diesem Link](#)

<sup>12</sup> Omniture Auswertung Oktober 2011

# ANLEITUNG FÜR EIN ERFOLGREICHES BEWERTUNGSMANAGEMENT

## Schritt 1: Das eigene Profil optimal darstellen

Für einen optimalen Internetauftritt müssen alle bereits veröffentlichten Daten korrekt sein. Geben Sie bei Google Ihren Namen ein und überprüfen Sie alle Daten, die über Sie angezeigt werden. Bitten Sie die Verfasser bei Fehlern um Korrektur. Ist alles richtig aufgeführt, können Sie weitere Informationen hinterlegen.

Diese Auskünfte dienen als Informationsbasis für Patienten auf Arztsuche. Laden Sie zudem Profilbilder hoch - das weckt Sympathie! Achten Sie dabei auf gute Qualität, um eine optimale Wirkung zu erzielen.

Zudem kann sich eine Verlinkung zwischen einem Arztverzeichnis und Ihrer Website positiv auf Ihr Google-Ranking auswirken.



 Auch Publikationen, wie beispielsweise Fachartikel, und die Vernetzung mit geschätzten Kollegen zeigen Ihre Expertise. Bauen Sie sich ein digitales Netzwerk auf! Das weckt Vertrauen bei den Patienten. Auf den meisten Portalen ist eine solche Vernetzung schnell und einfach möglich.

## Schritt 2: Neue Bewertungen sammeln

Neue Bewertungen zu erhalten, ist kein Kunstwerk:



Sprechen Sie Ihre Patienten direkt darauf an und bitten Sie sie, eine Bewertung für Sie abzugeben.



Legen Sie in Ihrem Wartezimmer oder am Empfang Empfehlungskärtchen aus, mit denen Sie auf das gewünschte Zielmedium hinweisen. Einige Portale bieten vorgefertigte Kärtchen kostenlos oder gegen eine Gebühr an.



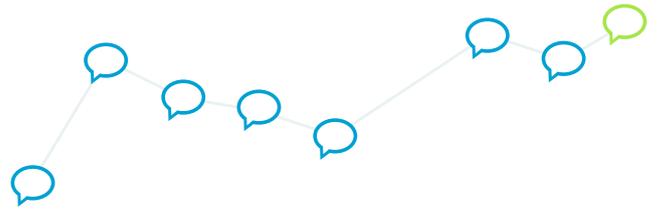
Fügen Sie auf Ihrer Praxis-Homepage oder in Ihren E-Mail-Adressabbinder einen Link zu Ihrem Profil auf einem Arztbewertungsportal ein.

 Verzichten Sie auf die Unterstützung von Agenturen, die Ihnen anbieten, Bewertungen für Sie zu verfassen! Die technischen Prüfsysteme vieler Portale erkennen solche nicht authentischen Bewertungen und schalten diese nicht frei. Gleichzeitig wird das Bewertungsprofil des Arztes als auffällig eingestuft.

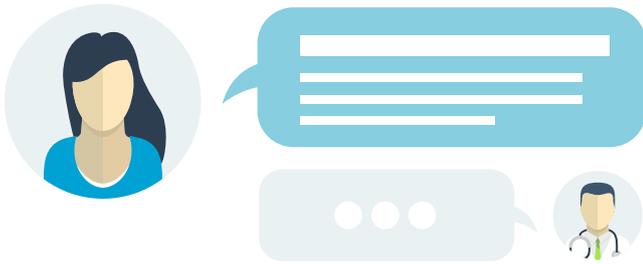
Es wirkt nicht aufdringlich, um die Abgabe von Bewertungen zu bitten. Im Gegenteil: Die Patienten freuen sich, wenn ihre Meinung wichtig und erwünscht ist. Das haben Patientenumfragen von jameda ergeben (vgl. auch Fink 2013).

## Schritt 3: Den Bewertungsverlauf durchgehend beobachten

Es ist wichtig, den Bewertungsverlauf im Blick zu haben, damit Sie zeitnah reagieren können. Einige Portale bieten eine Benachrichtigung per E-Mail oder Fax an. So werden Sie über Patienten-Feedback rasch informiert.



## Schritt 4: Auf Feedback zeitnah reagieren



Zeigen Sie Interesse an den Meinungen Ihrer Patienten, indem Sie auf Feedback zeitnah reagieren. Das gilt nicht nur für kritische Bewertungen. Bedanken Sie sich auch für positives Patienten-Feedback. Ihre Patienten werden so in ihrer Meinung über Sie bestärkt.

## Was tun bei einer kritischen Bewertung?

Sabine Neuwirth, Inhaberin der Firma „München Coaching“, hat schon viele Ärzte im Umgang mit Beschwerden beraten und gecoacht. Wenn man mit negativer Kritik konfrontiert wird, ist es schwer, rational zu reagieren. Man nimmt diese Kritik auf emotionaler Ebene wahr. Um sich ständig weiterzuentwickeln, ist es laut Sabine Neuwirth wichtig, sich für Kritik zu öffnen, diese zu analysieren und einen konstruktiven Umgang mit ihr zu entwickeln.

Sabine Neuwirth konnte mit ihrem Seminar „**Hurra, eine Beschwerde!**“ schon vielen Ärzten eine verlässliche Hilfe in deren Rolle als Beschwerdemanager an die Hand geben.

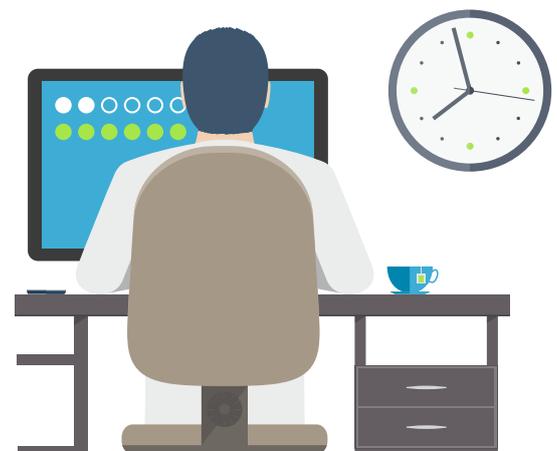


Sabine Neuwirth  
[www.muenchen-coaching.de](http://www.muenchen-coaching.de)

Der Blick eines Patienten auf eine Praxis ist manchmal ein völlig anderer und kann sich grundsätzlich von der Sicht des Arztes unterscheiden. Davon ist Sabine Neuwirth als Beschwerdemanagement-Profi überzeugt.

## Bleiben Sie gelassen!

Zu einem erfolgreichen Bewertungsprofil gehören nicht nur Bestnoten. Nicht alles ist Schwarz oder Weiß, und nicht jeder ist jedem sympathisch. Das wissen auch die Leser. Ein differenzierter Bewertungsverlauf ist sehr viel glaubwürdiger! Nur fünf Prozent der Patienten wählen einen Arzt aufgrund ausschließlich hervorragender Bewertungen aus<sup>13</sup>. Denken Sie daran, Ihre Patienten auf die Bewertungsmöglichkeit hinzuweisen. Wenn man regelmäßig neue Bewertungen erhält, geraten die älteren schnell in Vergessenheit.



<sup>13</sup> Unveröffentlichte Ergebnisse einer Umfrage unter jameda-Nutzern (2012), n=952.

## Seien Sie dialogbereit!

Bringen Sie Ihre ärztliche Fachkenntnis ein und kommentieren Sie die Bewertung. Dadurch zeigen Sie Interesse an der Patientenmeinung.

Tipps für den Dialog:

- ✓ Bedanken Sie sich zu Beginn des Dialogs für die offenen Worte. Damit wird dem Kritiker oft schon der Wind aus den Segeln genommen. Ist die Kritik aus der Luft gegriffen oder verallgemeinernd, sollte man trotzdem Verständnis zeigen und die Mühe für das Feedback honorieren.
- ✓ Viele Patienten trauen sich nicht, ihre Kritik direkt beim Arztbesuch zu äußern. Nehmen Sie Ihren Patienten diese Angst, indem Sie ihre Kritik wertschätzen. Möglicherweise ändert der Patient durch Ihre Anteilnahme seine Meinung und löscht oder verändert die Bewertung.
- ✓ Gehen Sie auf den Patienten ein und fragen Sie ihn, ob er zu einem klärenden Gespräch bereit ist.
- ✓ Vermeiden Sie, dass der Kommentar den Charakter einer Rechtfertigung hat. Das könnte auf der Seite des Patienten Druck aufbauen, was wiederum die Chance auf Entspannung der Situation blockiert.
- ✓ Erklären Sie souverän und nachvollziehbar Ihre Behandlungsphilosophie und Ihre alltäglichen Abläufe. Achten Sie auf einen empathischen Schreibstil und verzichten Sie auf Vorwürfe und Schuldzuweisungen.





Patienten, die sich über einen Arzt informieren wollen, machen so schon im Vorfeld die Erfahrung, dass der Arzt seine Patienten ernst nimmt und auch in einer schwierigen Situation nicht hängen lässt. Die Hintergründe für das ärztliche Handeln werden erklärt und der Arzt dokumentiert, dass es ihm wichtig ist, für Klärung zu sorgen.

## Lassen Sie die Bewertung prüfen!

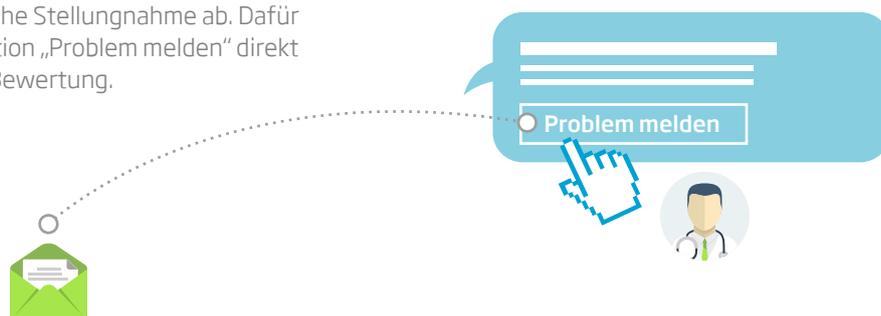
Vermuten Sie, dass eine Bewertung gegen rechtliche Vorgaben verstößt? Setzen Sie sich mit dem Portalbetreiber in Verbindung und schildern Sie Ihre Zweifel. So kann dieser einen Prüfprozess veranlassen. Durch die rechtlichen Vorgaben ähneln sich die Vorgehensweisen bei fast allen Portalen. Jedoch gibt es Unterschiede in der Gründlichkeit des Prüfprozesses. Wie sehr dieser ins Detail gehen kann, zeigt das Beispiel von jameda, Deutschlands größter Arztempfehlung.

jameda wägt bei strittigen Bewertungen die Interessen der Nutzer (v.a. das Recht auf freie Meinungsäußerung) und die Interessen der Ärzte (v.a. Schutz der Persönlichkeitsrechte) ab. Ist ein Arzt der Auffassung, dass eine Bewertung falsche Tatsachenbehauptungen oder beleidigende Äußerungen enthält, überprüft jameda die Bewertung dahingehend.



# Was müssen Sie tun?

Geben Sie eine schriftliche Stellungnahme ab. Dafür klicken Sie auf die Funktion „Problem melden“ direkt unter der betroffenen Bewertung.



## Tipps für die Stellungnahme:



Je ausführlicher Ihre Schilderung des Sachverhalts ist, desto detaillierter kann der Prüfprozess durchgeführt werden.



Begründen Sie, welche Passagen Sie als unwahre Tatsachenbehauptungen oder Schmähkritik empfinden. Es reicht nicht aus, zu sagen, dass die Inhalte falsch sind. Diese Zweifel müssen auch in Fällen ehrbeeinträchtigender Tatsachenbehauptungen gut begründet werden.<sup>14</sup>



Schildern Sie auch bei Bewertungen, deren Verfasser oder Behandlungshergang Sie nicht identifizieren können, möglichst detailliert Ihre Zweifel.

## Was macht jameda?



Nach der Bitte um Prüfung der Bewertung durch den Arzt schreibt jameda den Bewerter an und bittet ihn um Bestätigung der Bewertung. Dabei muss der Patient noch einmal seine Erlebnisse schildern.



Bei begründeten Zweifeln, dass es sich um einen Patienten der entsprechenden Praxis handelt, wird ein Beleg über die Behandlung angefordert. Dies kann beispielsweise eine Rechnung, ein Rezept oder eine Überweisung sein.



Für die Rückmeldung hat der Patient eine Frist von 14 Tagen. Auch der Bundesgerichtshof hat diese Vorgehensweise bestätigt.



Meldet sich der Patient zurück, wird die Bewertung von Mitarbeitern der Qualitätssicherung geprüft. Die Stellungnahme des Arztes dient dabei als Basis. Daraufhin entscheiden die Mitarbeiter, ob einzelne Textpassagen oder die gesamte Bewertung wieder veröffentlicht werden.



Wirkt die Rückmeldung nicht authentisch oder hat der Patient sich nicht zurückgemeldet, wird die Bewertung gelöscht.

Für alle Ärzte gelten bei dem Prüfprozess die gleichen Regeln - ein kostenpflichtiger Premium-Eintrag bietet hier keinen Vorteil!

 **Tip:** Kontaktieren Sie bei Zweifeln an einer Bewertung direkt den Portalbetreiber und nehmen Sie dessen Qualitätssicherung in Anspruch. In begründeten Verdachtsfällen lässt sich so schnell eine Lösung erzielen, ohne rechtlichen Beistand in Anspruch nehmen zu müssen.

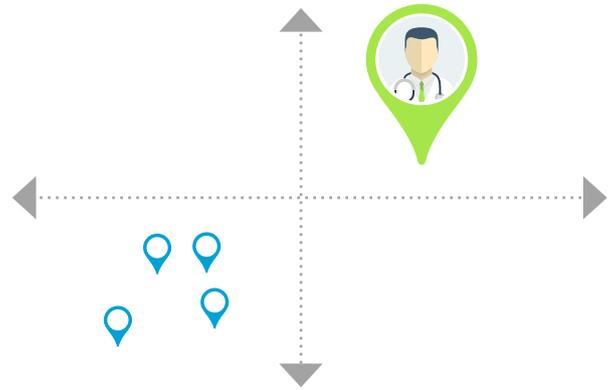
<sup>14</sup> Hanseatisches OLG Hamburg, Urteil vom 18.01.2012, Az. 5 U 51/11

## 3 Schritt 5: Feedback analysieren

Durch das geäußerte Feedback erhalten Sie Einblicke in die Bedürfnisse Ihrer Patienten. Daher ist die Analyse von Bewertungen ein wichtiges Instrument, um sich weiterzuentwickeln und die [Praxis optimal zu positionieren](#). 



Bewertungen sind nicht nur Meinungen, sondern spiegeln auch die Bedürfnisse der Patienten wider!



### Wichtige Fragen für die Feedback-Analyse:



Wird ein Punkt (z.B. Wartezeit, Freundlichkeit etc.) oft negativ bewertet?

Hinterfragen Sie die derzeitigen Abläufe. So können Sie die Hintergründe aufklären und eventuell Verbesserungen einführen.



Empfinden Patienten bestimmte Bewertungskriterien immer wieder als sehr positiv?

Überlegen Sie, ob Sie diese Punkte besonders hervorheben (z.B. auf der Praxis-Homepage).

## Schritt 6: Analyseergebnisse in den Online-Auftritt einbinden

Berücksichtigen Sie die Erkenntnisse der Feedback-Analyse bei der Gestaltung Ihrer Praxis-Homepage. Platzieren Sie Ihre Stärken gut sichtbar und erklären Sie gegebenenfalls nicht änderbare Schwächen. Patienten haben oft mehr Verständnis, wenn sie eine Erklärung für gewisse Vorgehensweisen erhalten.

Ihr Vorteil: In Bewertungen geschilderte Sachverhalte werden relativiert und Verständnis für die Situation geschaffen.

Beispiele:

„Leider ist die Anzahl verfügbarer Parkplätze in der Innenstadt sehr gering. Dank unserer zentralen Lage und einer guten öffentlichen Anbindung erreichen Sie uns dennoch schnell und umweltfreundlich.“

„Wir versuchen unsere Wartezeiten so kurz wie möglich zu halten. Um Notfälle kümmern wir uns jedoch immer vorrangig. Bitte haben Sie daher Verständnis dafür, dass es einmal etwas länger dauern kann.“

## Die wichtigsten Urteile im Überblick

Hier finden Sie alle für Ihr Bewertungsmanagement relevanten Urteile kurz beschrieben. Bei weiterführenden Fragen zu den rechtlichen Aspekten der Arztbewertung hilft ein Rechtsbeistand weiter.

### Anonyme Bewertungsfunktion:



#### §

Die anonyme Bewertung von Lehrern im Internet durch ein Schulnotensystem verletzt nicht das Allgemeine Persönlichkeitsrecht. Es darf aber nur die berufliche Tätigkeit der Lehrer bewertet werden. Die Daten müssen außerdem aus „allgemein zugänglicher Quelle“ im Sinne von § 29 Abs. 1 Nr. 2 BDSG stammen.

Das Internet anonym zu nutzen, ist sowohl rechtlich als auch technisch durchaus vorgesehen.



vgl. BGH, Urteil vom 23.06.2009, Az. VI ZR 196/08 (Auch bekannt als „Spick mich“-Urteil)

### Listung von Ärzten:



#### §

Ein niedergelassener Arzt hatte gegen jameda auf Löschung seiner Daten und Unterlassung zukünftiger Veröffentlichungen geklagt, unterlag damit aber in letzter Instanz vor dem BGH. Das Interesse der Öffentlichkeit an Informationen über ärztliche Leistungen sei vor dem Hintergrund der freien Arztwahl ganz erheblich.



vgl. BGH, Urteil vom 23.09.2014, Az. VI ZR 358/13

### Herausgabe der Nutzerdaten:



#### §

Der Bundesgerichtshof hat das Auskunftsbegehren eines Arztes gegenüber einem Arztbewertungsportal abgelehnt. Das Gericht bezog sich dabei auf § 12 Abs. 2 Telemediengesetz (TMG), welches eine Weitergabe der gespeicherten Daten ohne Einwilligung des Nutzers nicht gestattet. § 14 Abs. 2 TMG sieht zwar eine Auskunftserteilung an zuständige Stellen beispielsweise zum Zwecke der Strafverfolgung vor, berücksichtigt dabei jedoch keine Persönlichkeitsrechtsverletzungen. Der Gesetzgeber müsste eine entsprechende Regelung in das TMG aufnehmen, um einen Auskunftsanspruch bei Bewertungen, die das Persönlichkeitsrecht verletzen, zu begründen.



vgl. BGH, Urteil vom 01.07.2014, Az. VI ZR 345/13

## Vorgaben zum Prüfprozess:



§

Wird ein Portalbetreiber auf mögliche unwahre Tatsachenbehauptungen in einer Bewertung hingewiesen, muss er die betroffene Bewertung im Rahmen eines Verfahrens prüfen, wie vom Gericht vorgesehen.



vgl. LG Nürnberg Fürth, Urteil vom 08.05.2012, Az. 11 O 2608/12

§

Um diese Prüfung einzuleiten, reicht ein abstrakter Hinweis nicht aus. Der Host-Provider, also der Portalbetreiber, benötigt substantiierte Hinweise auf die strittigen Inhalte. Auf Basis dieser Hinweise kann der Host-Provider den Wahrheitsgehalt der Bewertung genauer überprüfen.



Vgl. Hanseatisches OLG Hamburg, Urteil vom 02.03.2010, Az. 7 U 70/09

§

Auch der Bundesgerichtshof bestätigt diese Vorgehensweise für die Prüfung möglicher unwahrer Tatsachenbehauptungen: Der für die Inhalte Verantwortliche muss die Bewertung prüfen und dabei gegebenenfalls Nachweise einholen. Voraussetzung für eine Prüfung ist eine ausführliche Schilderung des Betroffenen.



vgl. BGH, Urteil vom 25.10.2011, Az. VI ZR 93/10

## Meinungsfreiheit:



§

Ein niedergelassener Arzt hatte gegen jameda auf Löschung seiner Daten sowie der Bewertungen geklagt, unterlag damit aber in letzter Instanz vor dem BGH. Das Gericht urteilte, dass das Recht des Arztes auf informationelle Selbstbestimmung nicht das Recht der Beklagten auf Kommunikationsfreiheit überwiege.



vgl. BGH, Urteil vom 23.09.2014, Az. VI ZR 358/13

§

Die Meinungskultur im Internet – und somit auch hitzige Debatten – sind geschützt. Auch wenn das Ansehen eines Beteiligten darunter leiden kann.



vgl. BVerfG, Urteil vom 17.09.2012, 1 BvR 2979/10

§

Bei einer Vermischung von Meinungen und Tatsachenbehauptungen in einer Bewertung entscheidet der Schwerpunkt der Äußerung. Liegt dieser bei den Tatsachenbehauptungen, so gilt die Bewertung insgesamt als Tatsachenbehauptung. Dabei wird die Äußerung immer aus der Sicht eines unbefangenen Durchschnittslesers betrachtet.



vgl. LG Nürnberg Fürth, Urteil vom 08.05.2012, Az. 11 O 2608/12

§

Das LG Kiel hat entschieden, dass Notenbewertungen in Arztbewertungsportalen als Meinungsäußerung gelten. Eine Notenbewertung bringt eine persönliche Meinung zum Ausdruck, die auch irrational oder nicht nachvollziehbar sein kann.



Vgl. LG Kiel, Urteil vom 06.12.2013, Az. 5 O 372/13



# CHECKLISTE FÜR DEN PRAXISALLTAG

---

Ein gutes Bewertungsmanagement kostet Zeit, doch das Engagement zahlt sich aus!  
Mit dieser Checkliste gelangen Sie Schritt für Schritt zu einem guten Bewertungsmanagement.

## Schritt 1: Das eigene Profil optimal darstellen

---

- Überprüfen Sie alle bereits veröffentlichten Daten
- Stellen Sie weiterführende Informationen, z.B. Schwerpunkte, Behandlungsspektrum etc. ein
- Laden Sie sympathische Bilder hoch
- Aktualisieren Sie Ihre bereits vorhandene Praxis-Homepage oder lassen Sie eine neue erstellen

## Schritt 2: Neue Bewertungen sammeln

---

- Bitten Sie Ihr Personal, die Patienten auf die Bewertungsmöglichkeiten aufmerksam zu machen
- Sprechen auch Sie kontinuierlich Patienten an und bitten Sie sie um die Abgabe einer Bewertung
- Weisen Sie auf Ihrer Homepage oder in E-Mails auf die Möglichkeit zur Bewertungsabgabe hin
- Legen Sie im Wartezimmer oder am Empfang Kärtchen aus mit dem Hinweis, eine Bewertung abzugeben

## Schritt 3: Bewertungsverlauf durchgehend beobachten

---

- Beantragen Sie eine automatische E-Mail- oder Fax-Benachrichtigung
- Behalten Sie alle neuen Bewertungen im Überblick

## Schritt 4: Auf Feedback zeitnah reagieren

---

- Verfassen Sie einen Kommentar, der unter der Bewertung angezeigt wird
- Leiten Sie bei strittigen Erfahrungsberichten eine Prüfung ein

## Schritt 5: Feedback analysieren

---

- Arbeiten Sie eventuelle Defizite und Chancen für Ihre Praxis heraus

## Schritt 6: Analyseergebnisse in den Online-Auftritt einbinden

---

- Erklären Sie Probleme und Herausforderungen auf Ihrer Praxis-Homepage, um Verständnis zu schaffen
- Platzieren Sie Chancen und Vorteile sichtbar auf Ihrer Praxis-Homepage

## LITERATUR-EMPFEHLUNGEN:

---



Informationen rund um das Thema Praxismarketing im Internet, finden Sie im jameda Whitepaper „**Patienten gewinnen im Internet**“:  
[www.jameda.de/praxismarketing/Praxismarketing-Whitepaper-jameda.pdf](http://www.jameda.de/praxismarketing/Praxismarketing-Whitepaper-jameda.pdf)



Wie Sie Patienten durch die Positionierung Ihrer Praxis gewinnen und halten, erklärt das Whitepaper „**Praxispositionierung - Zeigen Sie Profil beim Praxismarketing**“:  
[www.jameda.de/praxismarketing/jameda-Whitepaper-Praxispositionierung.pdf](http://www.jameda.de/praxismarketing/jameda-Whitepaper-Praxispositionierung.pdf)



Einen ausführlichen Artikel über die rechtliche Lage bei gefälschten Bewertungen finden Sie auf Heise Online - „**Die gekaufte Meinung**“:  
<http://www.heise.de/resale/artikel/Die-gekaufte-Meinung-1740605.html>



# QUELLEN-ANGABEN

---

Empfehlungsmarketing: Königsweg der Neukundengewinnung (2013), Fink.

Gesundheitsmonitor 2008 - Gesundheitsversorgung und Gestaltungsoptionen aus der Perspektive der Bevölkerung, Böcken/Braun/Amhof (Hrsg.):

[http://www.fundacionbertelsmann.org/cps/rde/xbcr/SID-D8A7103E-74F5238A/bst/xcms\\_bst\\_dms\\_33759\\_33760\\_2.pdf](http://www.fundacionbertelsmann.org/cps/rde/xbcr/SID-D8A7103E-74F5238A/bst/xcms_bst_dms_33759_33760_2.pdf)

jameda Patientenstudie 2014, jameda in Zusammenarbeit mit dem EARSandEYES Institut für Markt- und Trendforschung, online abrufbar unter: [http://www.jameda.de/presse/patientenstudien/\\_uploads/anhaenge/jameda-patientenstudie-2014\\_ergebnisse-teil-2-6653.pdf](http://www.jameda.de/presse/patientenstudien/_uploads/anhaenge/jameda-patientenstudie-2014_ergebnisse-teil-2-6653.pdf)

jameda Patientenstudie 2012, jameda in Zusammenarbeit mit Tomorrow Focus Media Opinion Pool, online abrufbar unter: [http://www.jameda.de/presse/patientenstudien/\\_uploads/anhaenge/2012-12\\_komplett\\_jameda-patientenstudie-7511.pdf](http://www.jameda.de/presse/patientenstudien/_uploads/anhaenge/2012-12_komplett_jameda-patientenstudie-7511.pdf)

MLP Gesundheitsreport 2014, online abrufbar unter

<http://www.mlp-ag.de/homepage2010/servlet/contentblob/586006/data/praesentation.pdf>

Omniture Auswertung Oktober 2011

Physician Choice Making and Characteristics Associated With Using Physician-Rating Websites: Cross-Sectional Study (2013), In: Journal of Medical Internet Research, Gunther Eysenbach, online abrufbar unter

<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3758064/>

Qualitätsanforderungen für Arztbewertungsportale (2008), Bundesärztekammer und Kassenärztliche Bundesvereinigung (Hrsg.), online abrufbar unter:

<http://www.aezq.de/mdb/edocs/pdf/info/arztportale-modul-1.pdf>

Unveröffentlichte Ergebnisse einer Umfrage unter jameda-Nutzern (2012), n=952.

Bildquellen:

© bloomua - Fotolia.com

© darkovujic - Fotolia.com

© DigiClack - Fotolia.com

© Idey 9 - Fotolia.com

© macrovector 25 - Fotolia.com

© mpfphotography - Fotolia.com

© Nataliya Yakovleva Gurza - Fotolia.com

© Natis - Fotolia.com

© PureSolution - Fotolia.com

© RA Studio 0 - Fotolia.com

© Raman Khilchyshyn - Fotolia.com

© romas29 - Fotolia.com

© venimo - Fotolia.com

Herausgeber:



**jameda GmbH**

Kontakt: Kathrin Kirchler

E-Mail: [presse@jameda.de](mailto:presse@jameda.de)

Tel.: 089 / 2000 185 60

[www.jameda.de](http://www.jameda.de)

Fax: 089 / 2000 185 89

[www.facebook.com/jameda.de](https://www.facebook.com/jameda.de)

[www.twitter.com/jameda\\_de](https://www.twitter.com/jameda_de)