

## ÖÄZ 19 2006

### Doktor's Homepage

#### Ordinationen im Internet

**Bereits jede fünfte Ordinationen in Österreich ist mit einer Homepage im Internet vertreten. Doch ein spürbarer Nutzen ist nur mit einigem persönlichen und finanziellen Aufwand zu erzielen.** *Von Karin Gruber*

Bei einer Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Fessel-GfK, bei der Ärzte mit Internetanschluss befragt wurden, erkundigte man sich bei den Ärzten auch nach dem Content, also den Inhalten. Ebenso wurde das potenzielle Klientel - die österreichische Bevölkerung - nach ihren Wünschen befragt. Dabei fällt auf, dass sich die jeweiligen Präferenzen teilweise geradezu reziprok verhalten – mit vor allem einer Ausnahme: Informationen über die Ordinationszeiten stehen sowohl für Ärzte als auch für Patienten an erster Stelle.

Dann aber scheiden sich die Geister. Die Bevölkerung würde vor allem gerne etwas über Adresse, Telefonnummer, Leistungsangebot und Spezialgebiete erfahren – auf den Homepages dominieren jedoch Fotos mit und ohne Team und Angaben zur eigenen Person. Auf der Wunschliste der potenziellen Patienten stehen diese jedoch ganz hinten.

#### Positive Erfahrungen

Ein Blick in das Wiener Telefonbuch zeigt, dass die Häufigkeit von Homepages bei den einzelnen Fachrichtungen recht unterschiedlich ist. Das Resultat dieser Recherche – ohne Anspruch auf Systematik oder Vollständigkeit: Besonders viele Verweise auf eine eigene Homepage findet man bei den Fächern Haut, Orthopädie, Unfallchirurgie, Radiologie, Plastische Chirurgie und Zahnmedizin.

Nach ihren Beweggründen und ihren Erfahrungen mit der eigenen Homepage befragt, äußern sich die Ärzte durchwegs positiv bis sehr positiv. „Man muss das heutzutage machen“, meint zum Beispiel Wolfgang Rohrbacher, Facharzt für Plastische Chirurgie in Wien, der seine Homepage gerade aufbaut und sich durchaus auch einiges an Frequenz davon erwartet. Für den Wiener Zahnarzt Mladen Novak ist die Homepage auch ein „Muss“. Sein Wartezimmer aber füllt sich vor allem über Mundpropaganda, meint Novak.

Man hört aber durchaus, dass Patienten via Internet zu einem bestimmten Arzt finden. Dabei dürfte eine wesentliche Rolle spielen, wie die Homepage gestaltet ist und welche Inhalte sie bietet.

Der Pädiater Peter Voitl zum Beispiel schreibt alle ein bis zwei Monate ausführlich zu einem speziellen Thema: „In der Folge kommen Patienten, die sich dadurch angesprochen fühlen.“ Allerdings macht Voitl diese Form der Kommunikation bis zur e-Mail-Sprechstunde Freude und das ist wohl eine Voraussetzung, „ausschließlich positive Erfahrungen“ zu machen, denn der Aufwand ist beträchtlich, auch finanziell.

Das alles wird von den Patienten offenbar goutiert, denn es sammeln sich an die 30.000 Zugriffe im Monat an, wobei es sich um „echte“ Besuche und nicht lediglich Seitenaufrufe handelt.

Wer eine Homepage sein Eigen nennt, kann sicher sein, dass sich Anrufe häufen werden, wie man bei der einen oder anderen Suchmaschine eine bessere Reihung erkaufen kann. Die meisten Ärzte verweigern das wie etwa Klaus Dann, Facharzt für Unfallchirurgie und Sporttraumatologie. Seine Homepage scheint bei diversen Suchmaschinen ganz vorne auf, was er sich allerdings selbst erarbeitet hat. Zahlreiche Aktualisierungen, Publikationen und Artikel über neue Techniken in der Sportmedizin und deren Bewertung machen sich in dieser Hinsicht eben bezahlt. „Viele jüngere Patienten, aber durchaus auch ältere, kommen schon mit einem Ausdruck von der Homepage in die Sprechstunde“, erzählt Dann.

Bei der Einrichtung einer Arzt-Homepage empfiehlt es sich, die geltenden gesetzlichen Richtlinien zu berücksichtigen. Zu einem wesentlichen Teil beruhen diese auf der von der ÖÄK gemäß § 53 Abs. 4 Ärztegesetz beschlossenen Werberichtlinie „Arzt und Öffentlichkeit“. Als Quelle für deren „praktische“ Umsetzung dienen die jeweiligen Landesärztekammern beziehungsweise deren Homepage.

#### Was Patienten auf einer Arzt-Homepage suchen

Ordinationszeiten:	90 Prozent
--------------------	------------

Adresse, Telefonnummer:	84 Prozent
Leistungsangebot:	73 Prozent
Spezialgebiete:	65 Prozent
Krankenkassenverträge:	61 Prozent
Medizinische Informationen:	35 Prozent
Ausstattung der Praxis:	23 Prozent
Foto des Arztes:	18 Prozent
Teamfoto:	8 Prozent
Persönliches vom Arzt:	3 Prozent

Quelle: Fessel-GfK

### Was die Ärzte auf ihre Homepage stellen

Ordinationszeiten:	72 Prozent
Medizinische Zusatzangebote:	61 Prozent
Foto:	59 Prozent
Angaben zur eigenen Person:	55 Prozent
Kassenverträge:	49 Prozent
Kontaktmöglichkeiten:	43 Prozent
Saisonale Leistungen:	37 Prozent
Angabe zum Team:	32 Prozent
Ordinationsausstattung:	26 Prozent
Weg zur Ordination:	26 Prozent
Teamfoto:	23 Prozent
Wochenend-/Notfallservice:	21 Prozent
Urlaub:	16 Prozent
News/Tipps:	14 Prozent
Link-Sammlung:	12 Prozent

Quelle: Fessel-GfK

[>> zurück zur Übersicht](#)