

Pressemeldung

Online-Zeugnis für Ärzte: Patienten bewerten überwiegend sehr gut

Analyse: Arztbewertungen mehrheitlich positiv / Patienten beurteilen Zahnärzte, Orthopäden und Urologen im Internet am häufigsten / Hautärzte in digitaler Patientengunst weit hinten

München, 23. Juli 2020. Diesen Zahn können Zahnmediziner den Kollegen anderer Fachrichtungen jetzt auf alle Fälle ziehen: Zahnärzte werden von Patienten nicht nur am häufigsten bewertet, sondern auch noch am besten. Das geht aus einer Analyse des Praxismarketing-Spezialisten Socialwave hervor. Das Münchner Unternehmen hat auf der Bewertungsplattform Jameda die zehn am häufigsten gelisteten Facharztgruppen untersucht. Rund 207 Online-Bewertungen haben Dentisten demnach im Durchschnitt, gefolgt von Orthopäden mit 197 Bewertungen pro Arzt und etwas abgeschlagen Urologen mit 169 Online-Rezensionen. Dass die Bewertungsfreudigkeit der Patienten bei Zahnärzten zudem qualitativ positiv zu Buche schlägt, müssen Humanmediziner wohl zähneknirschend hinnehmen. Zahnärzte glänzen mit einer Durchschnittsnote von 1,2 (Schulnote). Im Schulnoten-Ranking besetzen die Fachkollegen der Kieferorthopädie den zweiten Platz (1,3) und analog zur Bewertungshäufigkeit folgen laut Socialwave Urologen wieder an dritter Stelle mit einer Durchschnittsnote von 1,4. Die Praxismarketing-Spezialisten von Socialwave rechnen damit, dass das Thema Onlinebewertungen im Zuge des von Corona ausgelösten Booms bei Videosprechstunden und spätestens mit der Einführung der digitalen Patientenakte noch mehr an Fahrt gewinnen wird.

Das Online-Listing wird zahlenmäßig von Internisten (N=89.735) und Zahnärzten (N=61.984) angeführt. Auf dem dritten Platz landen weit abgeschlagen Gynäkologen, von denen knapp 18.000 bei Jameda zu finden sind (N=17.907). Auf den hinteren Rängen finden sich Kieferorthopäden (N=4.706), Hautärzte (N=5.845) und Urologen (N=5.952).

Gesamtnote unterstreicht Status als „Halbgötter in Weiß“

Felix Schönfelder, Geschäftsführer der Socialwave GmbH: „Überrascht hat uns, dass Bewertung auf dem Online-Portal insgesamt sehr positiv ausfallen. Verrechnet man alle Schulnoten über alle Fachrichtungen hinweg, erhalten die Mediziner eine Gesamtnote von 1,49, also `sehr gut´.“ Das Ergebnis spreche dafür, dass Patienten grundsätzlich sehr moderat mit ihrem Urteil umgehen. Das sei zunächst eine gute Nachricht für Ärzte. Gleichzeitig stelle das hohe Ausgangsniveau hohe Anforderungen an Behandlung und Service in Arztpraxen. „Der Konkurrenzdruck ist hoch. Wer sich positiv aus der Masse hervortun will, darf sich beim immer wichtiger werdenden Reputationsmanagement keine großen Fehler erlauben. Patienten

bewerten nicht ausschließlich die Behandlungsleistung des Arztes, sondern den Praxisbesuch als Ganzes“, erklärt Schönfelder. Da vielen Patienten der medizinische Hintergrund fehlt, gewichten sie ihre Eindrücke dabei nicht automatisch nach der fachlichen Qualität - die sie oftmals gar nicht beurteilen können.

Dorn im Auge: Schlusslicht bei Online-Bewertungen sind Augenärzte

Wenn es nach den Bewertungen des Online-Portals Jameda geht, sehen Patienten vor allem bei Augenärzten schwarz. Dass Patienten dabei alles andere als blind vor Wut agieren, sondern die Kritik sehr maßvoll ausfällt, zeigt die Durchschnittsnote als Letztplatzierte von 1,76. Etwas besser auf dem vorletzten Platz stehen Hautärzte (M=1,74), gefolgt von Orthopäden (M=1,62).

Korrelation zwischen Bewertungen und Sichtbarkeit im Netz

Was viele Ärzte nicht wissen: Qualität und Quantität der Bewertungen beeinflussen die digitale Sichtbarkeit. Wer öfter positiv bewertet wird, hat bessere Chancen, in den Top-Suchergebnissen bei Google oder Jameda zu landen. „Gerade in Großstädten oder beim Gewinnen ortsfremder oder unschlüssiger Patienten ist das ein Thema“, erklärt Schönfelder. Der Experte rät, das Problem technisch zu lösen: „Wer Bewertungen professionell managen will, kann einen Beitrag leisten, indem er eine digitale Infrastruktur bereitstellt.“ Ob ein Patient seinen Eindruck von Behandlungserfolg oder Qualifikation kommentiert oder nicht, lässt sich technisch über professionelle WLAN-Hotspots steuern.

Professionelles Bewerbungsmanagement

Wenn Arztpraxen Patienten im Wartezimmer kostenfreies Patienten-WLAN anbieten, können Anbieter Bewertungsmasken vor- oder nachschalten. Geht ein Patient über das Praxisnetz online, können ihm Praxisinhaber die Gelegenheit bieten, den Daumen online zu heben oder zu senken. Die negative Kritik lässt sich als Feedback an den Mediziner weiterleiten, damit er daran arbeiten kann. Positive Rückmeldungen indes werden direkt bei Google hochgeladen. Nach Schätzungen von Socialwave können Praxen auf diese Weise rund zwei Drittel mehr Bewertungen sammeln, die im Schnitt positiver sind. Ein weiterer Vorteil eines professionellen Patienten-WLAN-Netztes sind Rechts- und Datenschutzsicherheit im Sinne der DSGVO.

Fachärzte	Anzahl gelisteter Ärzte bei Jameda
1. Internisten	89.735
2. Zahnärzte	61.984
3. Frauenärzte	17.907

4. Orthopäden	15.787
5. Kinderärzte	11.181
6. Augenärzte	9.037
7. HNO-Ärzte	7.256
8. Urologen	5.952
9. Hautärzte	5.845
10. Kieferorthopäden	4.706

Über Socialwave

Mit dem WLAN Marketing Paket von Socialwave werden Praxisinhaber – etwa Mediziner, Heilpraktiker oder Physiotherapeuten – und Gewerbetreibende mit einem stationären Geschäftsmodell in die Lage versetzt, ihren Patienten vor Ort kostenfreies Internet zur Verfügung zu stellen und über diese WLAN-Infrastruktur gleichzeitig effektives Marketing zu betreiben. Ob Facebook Likes, Location Check-Ins für einen stärkeren Online-Auftritt, mehr Online-Sichtbarkeit durch positive Google-Bewertungen oder mehr Patienteninteraktionen durch Pop-Ups und E-Mail-Marketing: Das WLAN Marketing Paket von Socialwave macht es möglich. Weitere Informationen unter <https://social-wave.de/>

Pressekontakt

SCRIVO Public Relations

Ansprechpartner: Tristan Thaller
Elvirastraße 4, Rgb.
D-80636 München
tel: +49 89 45 23 508 15
e-mail: tristan.thaller@scrivo-pr.de
internet: <https://www.scrivo-pr.de>

Unternehmenskontakt

Socialwave GmbH

Ansprechpartner: Moritz Meister
Dachauer Str. 192
D-80992 München
tel: +49 89 21546472
e-mail: moritz.meister@social-wave.com
internet: <https://social-wave.de/>