

KOMMUNIKATION IM INTERNET

Arzt im Netz – Chancen und Risiken

Social Media Experten prognostizieren, dass in Zukunft immer mehr Ärzte an der Kommunikation im Internet teilhaben werden. Ob ein Arzt in sozialen Netzwerken selbst aktiv wird oder das Internet nur passiv nutzt, hängt von seinen Motiven ab.

Wie wird sich die Kommunikation im Internet entwickeln, und welche Auswirkungen wird diese Entwicklung auf das Informations- und Kommunikationsverhalten von Ärzten und medizinischem Fachpersonal haben? Wo liegen die Chancen und Risiken? Diese Fragen zu beantworten, bemühten sich im Rahmen eines Symposiums des Medizin-Manager-Ver-

bandes Ärzte, Kommunikationsberater und Social Media Experten. Einig waren sich alle Referenten in der Annahme, dass zukünftig auch Ärzte immer öfter in der „Online-Welt“ zu finden sein werden. Egal ob sie nun von Kollegen oder Patienten bewertet oder empfohlen werden, selbst aktiv werben oder im Dialog über Fachthemen mit anderen stehen. Ignorieren lässt sich das Web auch von Ärzten kaum noch.

zielter und zielgenauer finden. Nur ein Beispiel von vielen ist die „Rote-Liste“-App für das iPhone, die durch Updates ständig aktualisiert wird. In Netzwerken wie Esanum oder Coliquio können Ärzte zudem Fachwissen interdisziplinär austauschen und diskutieren.

Umgekehrt bedeutet das für die Betreiber von Fachportalen auch, dass sie den Ärzten zukünftig „Im-

man in jedem Falle reagieren. Ein sogenanntes Reputationsmanagement beinhalte ein Webmonitoring, um herauszufinden, welche Informationen verbreitet werden. Soziale Netzwerke sollten dabei genauso durchgesehen werden wie Branchenverzeichnisse. Ein hilfreiches Werkzeug dabei sind Monitoring-services wie beispielsweise icrocket.com oder Suchmaschinen wie google. Den Kritikern im Netz sofort mit rechtlichen Schritten zu drohen, sei allerdings nicht zu empfehlen, sagte Müller. Besser sei es, mit den „Usern“ in einen Dialog zu treten und als Person Stellung zu nehmen.

In sozialen Netzwerken aktiv zu sein, kostet Zeit

Jürgen Sorg, Social Media Experte aus Hamburg, merkte an: Ob als Arzt oder Klinikbetreiber, wer sich dafür entscheide, in sozialen Netzwerken für sich oder seine Dienste bei Patienten zu werben, und eine „community“ um sich scharen will, der müsse auch regelmäßig präsent sein. Alles andere mache wenig Sinn, denn: „Der Kampf um die Aufmerksamkeit im Internet ist immens“, so der Experte.

Dr. med. Barbara Ruß-Thiel, Geschäftsführerin von AHG Assist, gab in der Diskussion wiederum zu bedenken, dass vielen Ärzten die Trennung zwischen Beruflichem und Privatem sehr wichtig sei. Diese Trennung verwische bei Facebook jedoch, weshalb die meisten Ärzte in sozialen Netzwerken noch sehr zurückhaltend seien. Abgesehen davon habe sie den Eindruck, dass Ärzte das persönliche Gespräch zwischen Kollegen der Kommunikation via Internet immer noch vorziehen.

Johanna Protschka



proved Lead Nurturing“, also schnelle aktive und passive Hilfe, bieten müssen, um sie auf ihre Seiten zu locken, sagte Björn C. Haße, Kommunikationsberater der PR-Agentur Edelman. Nach Haße bestimme der richtige Inhalt den Erfolg, denn Zeitersparnis spiele bei vielen Ärzten eine große Rolle.

Von den Risiken einer Zeit, in der das Internet und soziale Netzwerke wie facebook allgegenwärtig sind, berichtete Dr. med. Peter Müller von der Stiftung Gesundheit. Es sei sehr wichtig, wenn man medial präsent und in sozialen Netzwerken aktiv sei, zu wissen, welche Meinungen im Internet kursieren. Habe eine negative Darstellung oder Bewertung der eigenen Person im Netz Resonanz gefunden, müsse

Wer in sozialen Netzwerken wie facebook für seine Dienste werben möchte, der muss dort regelmäßig präsent sein.

Fachportale sollen schnelle und zielgenaue Hilfe bieten

Chancen eines mobilen Internets, das als Informationsquelle und Austauschplattform rund um die Uhr verfügbar ist, liegen auf der Hand. Der suchende Arzt kann medizinisches Wissen schneller, unkompli-