



Paid Content für Patienten im Internet Nutzwert soll die Bezahl-Hürde senken

Große Verlage suchen zurzeit Modelle für kostenpflichtige Internetangebote. Der Thieme-Verlag hat ein Portal gestartet, das sich mit Paid Services für Patienten etablieren soll.

Internetnutzer wollen kostenfreie Inhalte – Anbieter können jedoch nicht kostenfrei produzieren. Das Dilemma vieler Medienproduzenten wird in einer internationalen Studie der GfK Custom Research bestätigt: Nur 13 Prozent der privaten Internetnutzer sind bereit, für Informationen zu zahlen. Doch um qualifizierte Inhalte online zur Verfügung zu stellen, müssen Autoren, Informatiker und weitere Dienstleister bezahlt werden. Ärzteportale wie DocCheck und Scoop.de bieten bereits kostenpflichtige Inhalte an.



Passende Ärzte zum Thema: Damit Nutzer etwa einen HNO-Spezialisten finden, ist ein thematisch fokussierter Teil der Arzt-Auskunft in das Tinnitus-Portal integriert.

Paid Services im Tinnitus-Portal

„Paid Content tut sich im Internet häufig schwerer, Paid Services weniger“, sagt Julia Reichmann, Produktmanagerin des Tinnitus-Portals vom Georg Thieme Verlag. Damit User bereit seien zu zahlen, müsse ihnen schon ein besonderer Service geboten wer-

den. Das Portal <http://tinnitus.thieme.de> ist seit Juni 2010 online. In dem Portal finden User kostenlose Informationen zum Thema und können einen Tinnitus-Check machen. Auf Basis des Gutachtens aus dem Check bietet Thieme den Nutzern dann einen individualisierten Maßnahmenplan als Paid Service an.

Zahlbereitschaft online niedriger

„Mit diesem Maßnahmenplan, der aus Therapiebausteinen, Coaching und begleitenden Übungsanleitungen besteht, haben die Betroffenen einen konkreten Nutzen“,

so Reichmann. Dennoch sei die Bereitschaft, für Online-Services zu bezahlen, immer noch tendenziell niedriger als etwa ein Buch zu kaufen. Reichmanns Begründung zur Bezahl-Hürde: „Online-Services kann man nicht anfassen. Da fehlt das haptische Erlebnis.“



Thilo Veil, Gründer und Vorstand der xx-well.com AG

Geld-zurück-Garantie für Paid Services im Internet

Menschen aller Altersgruppen und Bildungsschichten nutzen das Internet als die wichtigste Informationsquelle für Gesundheitsthemen. Besonders geschätzt wird, dass die Informationen jederzeit und meist kostenlos verfügbar sind. Auf Dauer können qualitätsgeprüfte, unabhängige Internetangebote zum Thema Gesundheit aber nur dann bestehen, wenn die Nutzer auch bereit sind, dafür zu bezahlen.

Im Gesundheitswesen haben sich erste Premium-Angebote etabliert, die personalisierte Services gegen Entgelt anbieten, sogenannte Paid Services. Bei der Inanspruchnahme dieser kostenpflichtigen Dienste gibt es für die User einen – wenig bekannten – Vorteil gegenüber der realen Welt: Abgesichert durch das Fernabsatzgesetz können sie sich ihr Geld innerhalb von 14 Tagen zurückholen, wenn der Service schlecht ist.

Für die Nutzer bietet schon das einen ersten Mehrwert. Die Anbieter von Gesundheitsinformationen sollten durch diesen Umstand noch zusätzlich motiviert sein, ihre User mit einem überzeugenden Angebot an sich zu binden.

Themen in dieser Ausgabe:

- **Studie: Marketing verkompliziert den Arbeitsalltag von Ärzten**
Die Hälfte der Niedergelassenen findet die Rechtslage unübersichtlich
- **Patienten-Empfehlungen in der Arzt-Auskunft sind valide**
Leibniz-Institut bestätigt Aussagekraft der Informationen

Studie: Marketing verwirrt Mediziner

„Die Hälfte meiner Werbung ist hinausgeworfenes Geld. Ich weiß nur nicht, welche Hälfte“, sagte einst Henry Ford. Marketing kann nicht nur Industrielle verwirren, sondern auch Mediziner, wie die aktuelle Studie „Ärzte im Zukunftsmarkt Gesundheit 2010“ der Stiftung Gesundheit, durchgeführt durch die GGMA Gesellschaft für Gesundheitsmarktanalyse, zeigt.

Ärzte empfinden Rechtslage als unsicher

Fast die Hälfte (47,7 Prozent) der befragten niedergelassenen Ärzte, Zahnärzte und Psychologischen Psychotherapeuten meint, dass Marketing den Praxisalltag verkompliziert. Hauptgrund für die kritische Haltung scheint die Rechtslage zu sein, die als unsicher empfunden wird. Der Aussage „Es ist undurchsichtig, was erlaubt ist“ stimmt die Hälfte der Befragten zu. 20,3 Prozent antworten mit „weder noch“. Nur knapp 30 Prozent meinen, zumindest teilweise den Durchblick zu haben.

Ungenutzte Potenziale

Da überrascht es nicht, dass Ärzte Verbesserungspotenzial in Sachen Werbung bei sich erkennen. Nur 5,8 Prozent sind überzeugt, dass sie ihre Marketingmöglichkeiten konsequent ausschöpfen. Rund ein Viertel stimmt dieser Aussage eher zu, ein weiteres Viertel meint „weder noch“. 44 Prozent brauchen noch Marketing-Unterstützung. Was wohl Henry Ford auf diese Frage geantwortet hätte?

Die Kurzfassung der Studie erscheint im 4. Quartal online unter www.stiftung-gesundheit.de in der Rubrik „Forschung“.

Die neuen Fachmedien der Ärzte Social Web-Angebote konkurrieren mit Fachportalen

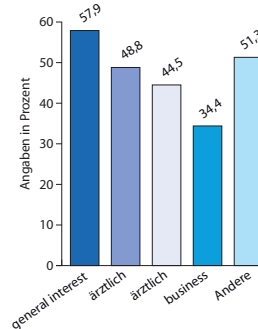
Die wichtigste Informationsquelle für Fachärzte sind mit 68,1 Prozent die Journale der jeweiligen Fachgesellschaften, so ein Ergebnis der Erhebung „Die neuen Fachmedien der Ärzte“ der GGMA im Auftrag der Stiftung Gesundheit. An zweiter Stelle folgt die eigene Recherche über das Internet (57,2). Das persönliche Gespräch mit Kollegen suchen 55 Prozent. Ebenso schätzen Fachärzte den Meinungsaustausch auf Kongressen (49,3).

Fachaustausch im Web 2.0

Wenn sich Ärzte über andere medizinische Themen, Praxismanagement oder EDV informieren wollen, finden sie Antworten auf Fachportalen. Rund die Hälfte der niedergelassenen Ärzte kennt die beiden führenden Fachportale. Doch auch allgemeine Social Web-Angebote nehmen einen hohen

Stellenwert ein: „In dem Business-Netzwerk Xing tauschen sich Ärzte in spezialisierten Gruppen aus“, sagt Dr. Peter Müller von der Stiftung Gesundheit. „Auch bei Facebook präsentieren sie sich mit einem eigenen Profil.“

Bekanntheit von Social Media bei Ärzten



Noch hinter den Printmedien: Die Bekanntheit der sehr unterschiedlichen Online-Netzwerke innerhalb der Ärzteschaft in Deutschland.

Ärzte misstrauen Fehler-Melde-Systemen www.jeder-fehler-zaehlt.de am bekanntesten

Ohne User, die Beiträge schreiben, wäre Wikipedia nichts. So aber ist es Milliarden Euro wert. Manches funktioniert nur, wenn viele mitmachen. Das gilt auch für Critical-Incident-Reporting-Systeme (CIRS). Bei diesen Online-Portalen können Ärzte Fehler oder Beinahe-Schäden anonym melden. Von ihren Erfahrungen sollen andere Mediziner lernen.

Die Hälfte kennt keine Systeme

Doch die Realität sieht anders aus: Laut der Studie „Qualitätsmanagement und Patientensicherheit in der ärztlichen Praxis 2010“ der Stiftung Gesundheit wissen nur knapp die Hälfte (47 Prozent) der befragten Niedergelassenen, dass es solche Systeme überhaupt gibt. Rund ein Drittel können ein Reporting-System beim Namen nennen. Mit 22

Prozent auf Platz Eins der Bekanntheit: www.jeder-fehler-zaehlt.de.

Universitäten als Träger am vertrauenswürdigsten

Skepsis herrscht gegenüber den Trägern der Systeme. Auf der Skala von eins (Vertrauen) bis fünf (Misstrauen) führen die Universitäten knapp vor den nicht-kommerziellen Einrichtungen und NGO – alle erreichen gerundet 3,0 Punkte. Am stärksten ist das Misstrauen gegenüber staatlichen Institutionen mit 3,9 und kommerziellen Einrichtungen mit 4,4 Punkten. Solange Ärzte CIRS-Trägern misstrauen, werden die Systeme nie so wertvoll wie Wikipedia.

Die komplette Studie finden Sie online unter www.stiftung-gesundheit.de in der Rubrik „Forschung“.

EDV-Dokumentation: Fortschritt und Risiko

11. Deutscher Medizinrechtstag in Göttingen

Neue technische Möglichkeiten werden die Dokumentation ärztlicher Leistungen grundlegend ändern, prognostizierte Prof. Dr. Uwe Sander von der FH Hannover auf dem 11. Deutschen Medizinrechtstag in Göttingen. Dies sei notwendig, weil sich die Leistungserbringer zunehmend vernetzen. „Multimorbide Patienten und chronische Krankheiten machen eine sorgfältige, gemeinsam nutzbare Dokumentation erforderlich“, sagte Sander.



Benno Herrmann, Compugroup AG; Vorträge zum Download sowie als DVD-Mitschnitte unter www.mrbn.de in der Rubrik „Deutscher Medizinrechtstag“.

versorgung verbessern, ergänzte Benno Herrmann von der Compugroup Holding AG im Anschluss. Sie sollten auch die Bürokratielast der Ärzte reduzieren. Durch Automatismen sei es bald ein „Kinderspiel“, Patientenakten und Arztbriefe zu erstellen. Doch die EDV-Funktionen wurden kontrovers diskutiert. Sowohl Juristen als auch Ärzte sorgten sich um die Aussagekraft der Dokumentation, wenn „nur noch Häkchen im Computer gesetzt würden“. Wichtig sei,

dass sich auch später noch erkennen ließe, ob die Dokumentation nachträglich verändert wurde, betonten vor allem die Juristen.

Besser und schneller durch EDV?

Elektronische Dokumentationssysteme würden nicht nur die Patienten-

Medizinklimaindex Herbst 2010

Die Stimmung unter den Heilberuflern bessert sich. Das zeigt der Medizinklimaindex (MKI) Herbst 2010 der Stiftung Gesundheit. Zwar bewerten die Ärzte, Zahnärzte und Psychologischen Psychotherapeuten (PP) ihre wirtschaftliche Lage und die Perspektive für die kommenden sechs Monate weiterhin negativ, doch liegt der MKI nur noch bei -15,0. Im Frühjahr 2009 betrug der MKI noch -36,7. Seitdem hat sich die Stimmung stetig verbessert.

Deutlich unterscheiden sich die Fachgruppen: Ärzte haben einen MKI von -25,3, Zahnärzte von -8,7. Spitzenreiter sind die PP mit einem positiven MKI von 12,4.

Unter www.stiftung-gesundheit.de in der Rubrik „Forschung“ können Sie die genauen Ergebnisse nachlesen.



Rechtstipp: Berufshaftpflichtversicherung regelmäßig aktualisieren

Sicherheit ist Pflicht: Ärzte müssen sich aufgrund ihrer Berufsordnung Haftpflicht versichern. Früher übliche Deckungssummen sind heute nicht mehr ausreichend. Ärzte sollten daher ihre Berufshaftpflichtversicherung regelmäßig aktualisieren. Für eine Unterdeckung müssten sie ansonsten mit ihrem Privatvermögen haften. Fünf Millionen Euro sollte die Deckungssumme keinesfalls unterschreiten.

Schutz durch Arbeitgeber schriftlich bestätigen lassen

Bei angestellten Ärzten kann Versicherungsschutz über ihren Ar-

beitgeber bestehen. Dies sollten sich angestellte Ärzte schriftlich bestätigen lassen. Für außerdienstliche Tätigkeiten wie Privatliquidation und Praxisvertretung brauchen sie in der Regel eine eigene Versicherung.

Rechts-Ratgeber in 2. Auflage

Diese und weitere Tipps finden sich im Ratgeber „Recht in der Praxis“, dessen zweite Auflage im Ratgeberverlag (www.ratgeberverlag.de) gerade erschienen ist. Das Buch im Kitteltaschenformat bietet Ärzten konkrete Hilfe für den Praxisalltag mit vielen Checklisten und Tipps.

Publizistik-Preis 2011 ausgeschrieben

Hervorragende Veröffentlichungen im Medizin-Journalismus gesucht

Preisgeld: 2.500 Euro

Einsendeschluss: 14.01.2011

Weitere Informationen sowie Preisträger der Vorjahre unter: www.stiftung-gesundheit.de in der Rubrik „Publizistik-Preis“

Aussagekräftige Patienten-Empfehlungen in der Arzt-Auskunft Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften prüft Fragebogen

Unstrittig: Die Qualität ärztlicher Leistungen können Patienten nur bedingt beurteilen. Zu viele Faktoren wie etwa die Compliance beeinflussen das Ergebnis. Patienten können aber angeben, wie zufrieden sie mit der Organisation, den Ärzten und den Praxen insgesamt sind.

Kategorien leicht verständlich

Dafür hat die Arztsuche der Stiftung Gesundheit eine Online-Empfehlungsfunktion. Patienten können unter www.arzt-auskunft.de in Schulnoten angeben, wie zufrieden sie sind, etwa mit Organisation und Service oder dem Erscheinungsbild der Praxis und ob sie diese weiterempfehlen würden. Mitte 2010 hat das GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften, einen kognitiven Pretest zum diesem Fragebogen durchgeführt.

Das Ergebnis: Die Testpersonen betrachteten die Fragen und die Kate-

gorien als leicht verständlich und eindeutig. Die Frage nach dem Erscheinungsbild fanden etwa 73 Prozent der Befragten völlig klar und weitere 13 Prozent eher klar. Völlig unklar wurde gar nicht genannt. Bei den Kategorien „Personal“ und „Arzt/Ärztin“ waren die Ergebnisse noch deutlicher.

Einfache Fragen – klare Antworten

„Deutliche Fragen sind die wichtigste Voraussetzung für aussagekräftige Informationen“, sagt Prof. Dr. Dr. Konrad Obermann, Forschungsleiter der Stiftung Gesundheit. „Häufig hapert es daran, dass die Fragen und Kategorien zu komplex sind. Wir haben das System daher so einfach

wie möglich gehalten.“ Das sehen die Testpersonen genauso. Auch mit ausführlichen Erklärungen zu den Fragen hätten fast alle Probanden dieselben Noten vergeben.

Verbesserungsvorschläge nutzen

Der Test des Leibniz-Instituts hat aber auch Optimierungspotenziale aufgezeigt. Die vielen guten Vorschläge will Obermann aufnehmen, denn gerade die Usability möchte die Stiftung Gesundheit noch verbessern.

„Die Stiftung forscht seit über zehn Jahren zur Patientenzufriedenheit“, sagt Obermann. „Es freut mich, wenn uns ein unabhängiges Institut bestätigt, dass wir gute Arbeit leisten. Aber es gibt immer noch etwas zu verbessern.“



Prof. Dr. Dr. Konrad Obermann,
Forschungsleiter der Stiftung
Gesundheit

Praxistipp: Etablieren Sie sich als Presse-Experte

Ärzte können Mitglied im Medien-Team der Stiftung Gesundheit werden



Mitglied im Medien-Team der Stiftung Gesundheit

Ärzte, die medienfreundlich sind, können Mitglied im Medien-Team werden und das Logo auf ihrer Praxis-Homepage einbinden. Näheres unter www.stiftung-gesundheit.de in der Rubrik „Presseservice“.

Komplexe Sachverhalte leicht verständlich präsentieren: Mit dieser Aufgabe sind Journalisten Tag für Tag konfrontiert. Um gute Artikel schreiben zu können, sind sie auf Informationen von Experten angewiesen. Ärzte können, je nach Fachdisziplin und Spezialisierung, ihr Know-how der

Presse zur Verfügung stellen. Damit helfen sie, die Berichterstattung über medizinische Themen zu verbessern. Gleichzeitig machen sie auf sich aufmerksam und erhöhen ihren Bekanntheitsgrad.

Tipps: Umgang mit Journalisten

- Verzichten Sie auf Fachausdrücke. Journalisten müssen den Lesern komplexe Zusammenhänge verständlich und interessant schildern.
- Bieten Sie Journalisten an, Texte auf sachliche Richtigkeit zu überprüfen. Schreiben Sie die Texte aber nicht komplett um, denn die Autoren haben oft nur wenig Platz.
- Bedenken Sie den Redaktionschluss. Journalisten arbeiten unter

Zeitdruck. Wenn Sie sich nicht zeitnah zurückmelden, werden sie einen anderen Ansprechpartner suchen.

- Halten Sie ein Foto von sich parat. Das erleichtert den Journalisten die Arbeit, und Sie verstärken Ihre Präsenz im Artikel.

Impressum

Herausgeber: Stiftung Gesundheit
Gemeinnützige Stiftung bürgerlichen Rechts
Behringstraße 28 a, 22765 Hamburg
Tel. 040 / 80 90 87 - 0, Fax: - 555
E-Mail: info@stiftung-gesundheit.de
Verantwortlich: Dr. Peter Müller
Redaktion: Medienbüro Medizin (MbMed)
ISSN 1619-0386 (Print)
ISSN 1614-1156 (Internet)