

Hauptstadtkongreß 2005

Ärzte im Zukunftsmarkt Gesundheit

Wie sieht die Perspektive der Ärzte im Zukunftsmarkt Gesundheit aus? Und wie wollen Ärzte selbst die Zukunft ihrer Praxen gestalten? Mit diesen Fragen befasst sich die Studie „Ärzte im Zukunftsmarkt Gesundheit“, die die Stiftung Gesundheit gemeinsam mit dem Marktforschungsunternehmen GfK initiiert hat. Die Ergebnisse werden nun auf dem Hauptstadtkongress in Berlin (15. – 17. Juni 2005) vorgestellt.

Ein zentrales Ergebnis der Studie ist, dass Werbung und Marketing inzwischen für niedergelassene Ärzte ein wichtiges Thema geworden ist. „Noch vor wenigen Jahren war der Begriff ‚Werbung‘ für Praxen tabu“, erinnert sich Dr. Peter Müller, Vorstand der Stiftung Gesundheit. „Hier haben sich die Zeiten geändert - nicht zuletzt durch die inzwischen anerkannte Differenzierung zwischen reklamehafter Anpreisung und sinnvoller Patienten-Information.“

Dass Praxis-Marketing sinnvoll und notwendig ist, bestreitet heute in der Ärzteschaft kaum noch jemand: Mehr als zwei Drittel der befragten Ärztinnen und Ärzte halten Werbemaßnahmen für ihre Praxis für wichtig; acht Prozent der Befragten haben sogar ein spezielles Marketing-Budget für ihre Praxis eingeplant. Und die Aktivität von Ärzten wird sich in diesem Bereich noch verstärken: „Werbung wird im ärztlichen Bereich als eine Form des Praxismarketings in Zukunft deutlich an Bedeutung gewinnen“, sagen 65 Prozent der befragten Mediziner.

Wie die Studie zeigt, konzentrieren sich derzeit die Marketing-Strategien der meisten Praxen noch darauf, den bisherigen Patientenstamm an die Praxis zu binden – beispielsweise durch Visitenkarten und im Wartezimmer

ausliegendes Informationsmaterial. Der Trend geht jedoch dahin, mehr in die Gewinnung neuer Patienten zu investieren. Als Goldstandard hierfür hat sich das Internet etabliert: „Das Internet ist mittlerweile bei vielen Menschen für die Themen Medizin und Gesundheit Informationsmedium Nummer eins“, berichtet Bärbel Matiaske vom Marktforschungsunternehmen GfK. Rund 55 Prozent der Deutschen verfügen heute über Zugang zum Internet, pro Woche erreicht das Medium knapp 30 Millionen Menschen – und insbesondere für Patienten ist es zum beliebtesten Recherchemedium avanciert.

Nicht ohne Grund messen Ärzte daher der Präsenz in Online-Verzeichnissen mittlerweile eine größere Bedeutung zu als der

herkömmlichen Anzeige im Branchenbuch:

Im Rahmen der Studie gaben 61 Prozent der befragten Ärzte an, in mindestens einem Online-Ärzte-Verzeichnis registriert zu sein. Bei der Auswahl des Anbieters spielen dabei sowohl der Bekanntheitsgrad und die Verbreitung des Verzeichnisses als auch kostenlose Eintragungsmöglichkeiten eine wesentliche Rolle.

Bei den bevorzugten Online-Verzeichnissen erreicht die Arzt-Auskunft (www.arzt-auskunft.de) der Stiftung Gesundheit bei den befragten Ärzten klar den ersten Platz: Bereits 38,9 Prozent der Ärzte gaben an, sich dort aktiv registriert zu haben. Zusammen mit den zahlreichen Kooperationspartnern (unter anderem Focus.de, GesundheitPro.de, Netdoktor.de, Medizinauskunft.de etc.) des Verzeichnisses erreicht die Arzt-Auskunft sogar einen Gesamtanteil von 80 Prozent. Das Verzeichnis umfasst rund 220.000 Adressen zu mehr als 1.000 Therapieschwerpunkten.

Die Ergebnisse der Studie können als PDF-Datei im Internet unter www.stiftung-gesundheit.de (Rubrik Presseservice/Studien) heruntergeladen werden.

Haben Sie sich bei einem der folgenden Online-Verzeichnisse registrieren lassen?

