

Wirtschaft **Studie**

Marketing wird immer wichtiger für Ärzte

Nutzung online-gestützter Informationssysteme und Qualitätsmanagement bei niedergelassenen Ärzten

Die zunehmende Digitalisierung und Vernetzung des Gesundheitswesens stellt neue Anforderungen an die niedergelassenen Ärzte hinsichtlich der Kommunikation nach außen. Die repräsentative Studie „Ärzte im Zukunftsmarkt Gesundheit“ des Marktforschungsunternehmens GfK AG, Nürnberg, und der Stiftung Gesundheit, Hamburg, hat untersucht, wie EDV, Online-Medien und Marketing-Maßnahmen im Praxisalltag eingesetzt werden und welche Kenntnisse hinsichtlich Qualitätsmanagement vorhanden sind (siehe www.stiftung-gesundheit.de).

Die wichtigsten Ergebnisse: Alle 8 000 Studienteilnehmer verfügen – entweder beruflich oder privat – über einen Internet-Zugang. Nahezu alle der Befragten nutzen das Internet regelmäßig zur Information über aktuelle Forschungsergebnisse und über Medikamente. Zertifizierte Online-Fortbildungen haben sich zu einem beliebten Schulungsmedium entwickelt. So haben 45 Prozent der Ärzte schon einmal eine zertifizierte Fortbildung im Internet absolviert, 43 Prozent können sich das für die Zukunft vorstellen. Hauptgründe für die Nutzung sind der geringe, individuell bestimmbare Zeitaufwand, der einfache Erwerb von Fortbildungspunkten sowie Interesse und Neugier. Gegen die Teilnahme sprechen vor allem das fehlende Angebot für spezielle Fachgebiete, etwa in der Chirurgie und Psychotherapie, sowie der mangelnde persönliche Kontakt zu Kollegen.

Elf Prozent der Befragten sind bereits elektronisch mit anderen Ärzten und Krankenhäusern vernetzt. 77 Prozent können sich das zwar vorstellen, nutzen diese Möglichkeit jedoch noch nicht, und nur sieben Prozent lehnen sie ab. 28 Prozent der Befragten verwalten ihre Patientenakten ausschließlich und 55 Prozent weitgehend elektronisch. Knapp ein Viertel der Ärzte hält die EDV-gestützte Patientenverwaltung hinsichtlich der Sicherheit für bedenklich. 14

Prozent halten sie für zu zeitaufwendig, 13 Prozent für zu umständlich und zwölf Prozent für zu teuer.

63 Prozent der Ärzte verfügen über eine eigene Homepage, davon über die Hälfte bereits seit mehr als vier Jahren. Das Internet als Repräsentationsmedium der Praxen ist aus Sicht der Ärzte wichtig, um die Patienten über Behandlungsschwerpunkte, Erreichbarkeit, eingesetzte Diagnose- und alternative Therapieverfahren zu informieren. 44 Prozent der Befragten meinen, dass Patienten von einer modernen Praxis auch eine Homepage

erwarten, und rund ein Drittel ist überzeugt, dass das Internet für Patienten die beste Plattform ist, um sich über Praxen zu informieren. Daher sind 61 Prozent der Ärzte in einem oder mehreren Online-Verzeichnissen registriert.

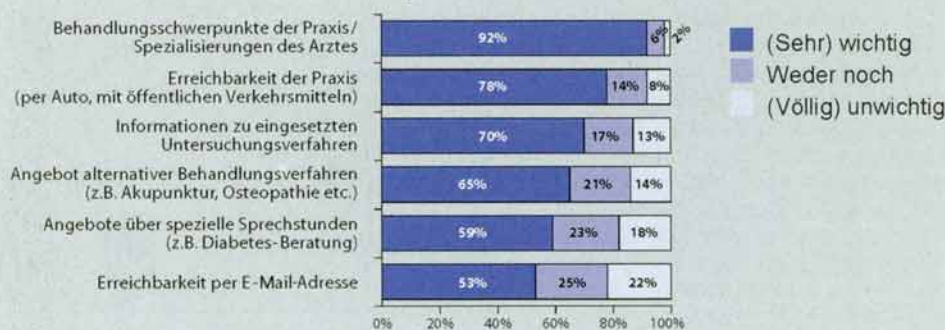
Ziel: Patientenbindung

Marketingmaßnahmen halten zwei Drittel der befragten Ärzte für ein wichtiges Werkzeug der Praxisführung. Die häufigsten Marketingmaßnahmen sind Visitenkarten und ausgelegtes Informationsmaterial, konzentrieren sich somit auf die Patientenbindung. Acht

Prozent der Ärzte haben ein eigenes Marketing-Budget festgelegt. Fast drei Viertel der Befragten bieten Individuelle Gesundheitsleistungen an. 49 Prozent geben außerdem an, dass sie ohne diese Zusatzleistungen ihre Praxis nicht wirtschaftlich führen könnten.

Beim Qualitätsmanagement (QM) besteht noch ein großer Informationsbedarf, was den Nutzen und die erforderliche Implementierung von QM-Systemen betrifft. Knapp die Hälfte der Befragten beurteilt QM-Systeme als wichtig, jedoch haben nur neun Prozent bereits ein System implementiert, und ebenso viele geben an, dass sie sich damit noch nicht auseinander gesetzt haben. QM-Systeme werden vor allem als Mittel zur Kontrolle und besseren Strukturierung der Praxisabläufe gewertet, als Marketing-Plus werden sie dagegen noch nicht genutzt. Am bekanntesten ist laut Umfrage bislang das branchenunabhängige QM-System ISO 9000 bei den Ärzten. **Heike E. Krüger-Brand**

Wichtige Informationen für Patienten auf einer Praxis-Homepage aus Sicht der Ärzte



Verwendete Werbemaßnahmen

