

16.11.2005

Ärzte im Zukunftsmarkt Gesundheit

Auf dem neuesten Stand der Technik

Politische Prozesse und ein schneller Technikschaub sorgen im Gesundheitswesen momentan für Turbulenzen. Ob Internetfortbildung, elektronische Gesundheitskarte oder Praxis-EDV – der Alltag im Medizinbetrieb ändert sich rapide, die Kommunikation verläuft zusehends digital. Wie aber stellen sich Ärzte und Zahnärzte diesen Herausforderungen? Die Stiftung Gesundheit befragte gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut GfK knapp 8 000 niedergelassene Ärzte sämtlicher Fachrichtungen.



Zu Fuß abrechnen war damals. Heute hilft der PC.

Foto: Project Photo

Computer und Internet machen vor der Ärzteschaft nicht Halt. Die rasante Technisierung verändert die Kommunikation und damit auch den Praxisalltag. Gefragt ist nicht nur das rein technische Know-how: Betroffen ist auch die Praxisorganisation. Ganze Arbeitsabläufe müssen Praxischef und Crew als Folge von Gesundheitsreform und GMG neu strukturieren.

Wie beurteilen Zahnärzte und Ärzte vor diesem Hintergrund ihre Position im Gesundheitswesen? Und welche direkten Auswirkungen haben Politik und Technik auf ihre alltägliche Arbeit? Auf diese Fragen will die Studie eine Antwort geben. Dazu wurde aus allen niedergelassenen Ärzten sämtlicher Fachrichtungen ein repräsentatives Sample von knapp 8 000 Teilnehmern gezogen, die man von August bis Oktober 2004 befragte.

Vorrangig ging es um die Nutzung von EDV, die Einstellung zu Qualitätsmanagementsystemen und den Einsatz von Online-Medien.

Fast jeder nutzt das Web

Mittlerweile steht in fast jeder Praxis ein PC. Er wird zur Patientenverwaltung, zum Lesen von Arzneimittelinformationen und zur Abrechnung genutzt. Mithilfe des Computers stellen die Mediziner auch Rezepte aus und rechnen mit den Krankenkassen ab.

Internet haben denn auch alle an der Studie teilnehmenden Ärzte und Zahnärzte – in der Praxis oder privat. Dementsprechend hoch ist der Nutzungsgrad des Internets zwecks Recherche oder Weiterbildung. Fast alle nutzen das Netz, um sich auf den aktuellen Forschungsstand zu bringen und über Medikamente zu informieren. Newsletter und themenspezifische Portale bilden zu meist die Basis dieser Suche.

Ihre Patientenverwaltung erledigen die meisten Praxen inzwischen per EDV. Nur eine Minderheit hat noch Vorbehalte, sei es, weil ihnen bei der Dateneingabe der Zeitaufwand zu hoch erscheint, aus Angst Daten zu verlieren oder sie scheuen das „Risiko des Neuen“.

Doch obwohl niedergelassene Ärzte, Kollegen und Krankenhäuser eng vernetzt sind, schöpfen sie die sich daraus ergebenden Möglichkeiten noch nicht voll aus.

Die Homepage überzeugt

Bereits 63 Prozent der Mediziner haben eine eigene Homepage, die Hälfte davon schon seit mehr als vier Jahren. Das Gros geht davon aus, dass Patienten von einer modernen Praxis eine eigene Website erwarten und bietet ihnen deshalb Infos online an, zum Beispiel zu speziellen Behandlungsschwerpunkten, Sprechzeiten, Erreichbarkeit oder Behandlungsmöglich-

Nutzung des Praxis-PC



Grafik: GfK

keiten. Ein Drittel der befragten Ärzte ist überzeugt, dass das Netz eine wichtige Plattform für Patienten darstellt, um den passenden Arzt zu finden. Und umgekehrt für Ärzte, um neue Patienten zu gewinnen. Über 60 Prozent der Ärzte haben sich aus dem Grund in ein oder mehrere Online-Verzeichnisse eintragen lassen.

Auch das Thema Marketing gewinnt zunehmend an Bedeutung. Nur drei Prozent der befragten Mediziner halten Werbung für unbedeutend, die große Mehrheit schätzt sie als wichtiges Instrument der Praxisführung. Zurzeit konzentrieren sich die Marketingaktionen überwiegend auf die Patientenbindung. Die häufigsten Maßnahmen sind Visitenkarten und in der Praxis ausgelegtes Werbematerial, also allesamt Werbeformen für Patienten, die den Weg in die Praxis bereits gefunden haben. Den Werbeetat geben die Praxen darüber hinaus für die eigene Homepage, Zusatzinfos auf dem Praxisschild, Einträge in Online-Verzeichnisse und Anzeigen in Branchenbüchern aus.

Rund drei Viertel bieten Individuelle Gesundheitsleistungen an (IGeL), fast die Hälfte gibt an, dass ihre Praxis auf Dauer ohne diese Zusatzleistungen nicht laufen würde.

Gut angenommen: Fortbildung per Internet

Gut die Hälfte der befragten Ärzte hat schon an einer zertifizierten Weiterbildung teilgenommen, nahezu alle können es sich für die Zukunft vorstellen. Das Interesse ist groß. Weil sie sich dabei ihre Zeit selbst einteilen können, Fortbildungspunkte erhalten

und weil das Angebot neugierig macht. Dass sie im Vergleich dabei auch Geld sparen, spielt für sie dagegen keine große Rolle. Sie fühlen sich hinsichtlich ihrer Pflicht zur Weiterbildung gut informiert. Insgesamt folgern Stiftung Gesundheit und GfK:

- Beim Qualitätsmanagement, den aktuellen Datenschutzanforderungen und den Werbegrenzen und -möglichkeiten für niedergelassene Ärzte bestehe hinsichtlich Vorteil und Nutzen der Systeme sowie der Implementierung noch Informationsbedarf.
- IgeL ergänzten mehr und mehr den Praxisalltag. Dadurch erhalte das Praxismarketing eine stärkere Bedeutung, da sich die Ärzte mit individuellen Leistungen abheben könnten. Dabei sei das Internet ein wichtiges Medium, um das Angebot zu kommunizieren.
- Zertifizierte Online-Fortbildungen hätten sich in kurzer Zeit zu einem wichtigen Schulungsmedium entwickelt: Das Interesse sei groß, der Bedarf da.
- Technisch sind viele Praxen auf der Höhe, nur würden die Möglichkeiten in der Praxis noch zu wenig genutzt. ck

■ Die Studie steht als Download im Netz unter www.stiftung-gesundheit.de

Teilnehmer nach Fachrichtung



Grafik: GfK