



## ONLINE-REPUTATIONSMANAGEMENT

### Mit Online-Reputationsmanagement die eigene Position stärken

von Daniel Conta, Wirtschaftsinformatiker und Partner bei Medgentis, [medgentis.de](http://medgentis.de) und Jens Hollmann, [medplus-kompetenz](http://medplus-kompetenz.de)®

**I** Die eigene Reputation hat erheblichen Einfluss auf die Strahlkraft Ihrer Abteilung bzw. Ihres Krankenhauses gegenüber (Privat-)Patienten und jungen Nachwuchskräften. Und so hängt am Ende auch die Höhe der Chefarztvergütung von dieser, Ihrer Reputation ab. Zentralen Einfluss auf Ihren guten Ruf hat das Internet. In diesem Beitrag erhalten Sie einen Überblick über den Wirkungsradius Ihrer Online-Reputation und erfahren in vier zentralen Schritten, wie Sie von ihr am meisten profitieren! **I**

### Erkennen Sie den Wirkungsgrad Ihrer Online-Reputation

Die ARD/ZDF-Onlinestudie ergab im Jahr 2018, dass bereits über 90 Prozent der Deutschen online sind. Bewertungen im Internet haben folglich direkten Einfluss auf die Arztwahl von Patienten. Bei der Recherche rund um Ihre medizinische Expertise und Sprechstunden werden Sie automatisch auf Anzeigen diverser Bewertungsportale wie Jameda gestoßen, um dort ein Profil mit Bewertungen Ihrer Person vorzufinden. Auch Sie sind garantiert in vielen der über 20 verschiedenen Arztbewertungsportale präsent und können vorhandene Bewertungen nur sehr schwer entfernen (lassen). Denn es gibt im Grunde keine Möglichkeit, Profile und Bewertungen zu unterbinden, die von Bewertungsportalen automatisch angelegt wurden.

**MERKE** | Zwei Ärzte haben kürzlich erfolgreich das Online-Bewertungsportal Jameda auf Löschung der ohne ihr Einverständnis angelegten Profile verklagt. Das Oberlandesgericht (OLG) Köln hat entschieden, dass mehrere frühere bzw. aktuelle Ausgestaltungen der Plattform unzulässig sind. Mit ihnen verlassene Jameda die zulässige Rolle des „neutralen Informationsmittlers“ und gewähre den an die Plattform zahlenden Ärzten auf unzulässige Weise „verdeckte Vorteile“. Andere von den Ärzten gerügte Funktionen seien dagegen zulässig (Urteil vom 14.11.2019, Az. 15 U 89/19 und 15 U 126/19). Das OLG hat die Revision beim BGH zugelassen.

Haben Sie beim „War for talents“ die Nase vorn?!

Aber auch ärztliche Nachwuchskräfte schauen sich im Internet um, wenn es um einen möglichen Stellenwechsel geht. In diesem „War for talents“ stellt das Online-Reputationsmanagement einen ganzheitlichen Ansatz zum Aufbau, Schutz und zur Bewahrung Ihres guten Rufs im Internet dar.

### In 4 Schritten zum guten Ruf im Internet

Der professionelle Umgang mit Einträgen und Bewertungen im Internet ist heute eine zunehmende Selbstverständlichkeit für leitende Ärzte. Die folgenden vier Schritte, Goldstandard des Online-Reputationsmanagements, ermöglichen Ihnen, strukturiert Ihren digitalen Ruf zu beeinflussen.

### 1. Schritt: Monitoring und Vorsorge

Das Fundament Ihrer Online-Reputation ist die Identifikation und Beobachtung aller von Ihnen vorhandenen Profile in den digitalen Medien. Hierdurch entsteht ein Reputationsbild, das systematisch die Beschaffenheit Ihrer Profile aufzeigt und für die spätere Steuerung eine wichtige Informationsbasis ist. Zyklisch werden dabei für jedes Profil z. B. folgende Werte erfasst: Fundort, Art des Fundstücks, betroffene Interessensgruppe und eine kurze Beschreibung der Beschaffenheit des Profils. Experten nutzen dafür ein speziell für die Gesundheitsbranche konzipiertes Reputationsradar, das regelmäßig Ihren Status erfasst und dessen Wirkungsgrad misst.

### 2. Schritt: Systematische Analyse

Es folgt eine systematische Analyse und Auswertung Ihrer Profile und weiterer digitaler Fundstücke. Je mehr Quellen und Werte Sie erfassen, desto präziser wird Ihr evidenzbasiertes Reputationsbild. Folgende Analysepunkte sind zu berücksichtigen: Handelt es sich um ein Profil, einen Artikel oder eine von Ihnen erstellte Publikation? Liegen Bewertungen vor? Wie wird sich über Ihr medizinisches Wirken ausgetauscht? Jeder digitale Fußabdruck von Ihnen ist entsprechend einzuordnen.

### 3. Schritt: Strategische Justierungen

In der dritten und überwiegend strategischen Phase steht die Entwicklung Ihrer Ziele im Fokus. Mit der gezielten Platzierung von Einträgen und Profilen können Sie Besucherströme an einen zentralen Anlaufpunkt leiten. Mit diesem Verfahren entsteht ein Single Point of Contact auf Basis gezielter Ankerpunkte, die von Experten Reputationsbojen genannt werden. Sie erlangen die Hoheit zurück, auf welche Inhalte Patienten, Interessenten, Bewerber oder Kollegen als Erstes stoßen, wenn Ihr Name gesucht wird.

### 4. Schritt: Kontinuierliche Verbesserung

Die hohe Dynamik im World Wide Web erfordert eine zeitnahe und kontinuierliche Beobachtung Ihrer Reputationsbojen. Als einer der vielen Schritte des technischen Onboardings, ist als initialer Vorgang der Zugriff auf Profile und Ihre Daten bei dem Betreiber der Website zu erwirken. Die Portalbetreiber lassen sich nur ungern in die Karten schauen, deshalb dokumentieren Sie präzise welche Daten Sie verwenden. Dazu zählen auch Ansprechpartner der Portale, mit denen Sie in Kontakt standen, falls Sie zu juristischen Mitteln greifen müssen. Ist dieser Schritt abgeschlossen, können Sie mit der kontinuierlichen Verbesserung und Ausrichtung der Inhalte beginnen. Dies kann z. B. die präzise Nennung medizinischer Schwerpunkte und Behandlungsfelder sein, das Kommentieren von Bewertungen oder die Bereinigung alter Daten. Viele Mediziner sind z. B. auf verschiedenen Internetseiten noch immer vorherigen Kliniken zugeordnet, obwohl sie längst das Haus gewechselt haben.

## Nutzen Sie das Potenzial von Online-Reputationsmanagement

Die Navigation Ihres persönlichen Reputationsmanagements gelingt mit den vier aufgeführten Schritten. Informierte Mediziner nutzen bereits die Chancen einer positiven und breit aufgestellten Online-Reputation und sichern sich so Ihren Vorsprung für folgende Zielsetzungen:

Geben Sie Ihren Namen bei Google ein ...

... und prüfen Sie, was über Sie „im Netz kursiert“

Reputationsbojen geben den Kurs vor

Kontaktieren Sie Portalbetreiber

- Aufbau einer gelungenen Online-Reputation
- Gewinnen von Patienten für die Privatliquidation
- Wahrgenommen werden von professionellen Nachwuchskräften

Auf Basis eines aktiven Patienten- und Mitarbeiterstamms sowie stabilen Fall- und Belegzahlen gestärkt in Gehaltsverhandlungen gehen.

**FAZIT |** Eine zielführende Chefarzt-Reputation im Internet aufzubauen, erfordert kontinuierlichen Einsatz (also Zeit) und digitale Kompetenzen. Nur so erhalten Sie die Hoheit über Ihre Profile in den digitalen und sozialen Medien zurück. Suchen Sie sich daher einen Partner wie z. B. [medgentis.de](http://medgentis.de) und geben Sie Ihre digitale Reputation in professionelle und rechtssichere Hände.

**Tipp |** Wer selbst schon einmal tätig werden möchte, kann mit dem folgenden Auszug der wichtigsten Portale systematisch beginnen, die Einträge zur eigenen Person zusammenzutragen.

Portal	Privatliquidation gewinnen	Arbeitnehmergeinnung stärken	Reputationsradius erhöhen
<a href="http://aok-arztnavi.de">aok-arztnavi.de</a>	X		
<a href="http://arzt-auskunft.de">arzt-auskunft.de</a>	X		
<a href="http://aerzte.de">aerzte.de</a>	X		
<a href="http://arzttermine.de">arzttermine.de</a>	X		
<a href="http://dasoertliche.de">dasoertliche.de</a>			X
<a href="http://dastelefonbuch.de">dastelefonbuch.de</a>			X
<a href="http://docinsider.de">docinsider.de</a>	X		
<a href="http://facharzt24.de">facharzt24.de</a>	X		
<a href="http://focus-arztsuche.de">focus-arztsuche.de</a>	X		X
<a href="http://gelbeseiten.de">gelbeseiten.de</a>			X
<a href="http://gesuendernet.de">gesuendernet.de</a>			X
<a href="http://golocal.de">golocal.de</a>			X
<a href="http://goyellow.de">goyellow.de</a>			X
<a href="http://jameda.de">jameda.de</a>	X		X
<a href="http://jobboerse.com">jobboerse.com</a>		X	
<a href="http://kununu.de">kununu.de</a>		X	
<a href="http://linkedin.de">linkedin.de</a>		X	
<a href="http://meinungsmeister.de">meinungsmeister.de</a>			X
<a href="http://onmeda.de">onmeda.de</a>	X		X
<a href="http://patientus.de">patientus.de</a>	X		X
<a href="http://sanego.de">sanego.de</a>	X		
<a href="http://teleauskunft.de">teleauskunft.de</a>			X
<a href="http://topmedic.de">topmedic.de</a>	X		
<a href="http://weisse-liste.de">weisse-liste.de</a>	X		X
<a href="http://wikipedia.de">wikipedia.de</a>			X
<a href="http://xing.de">xing.de</a>		X	X