

**Patientenbewertungen im Internet
Risiken managen – Chancen realisieren**

**Dr. med. Nikolai von Schroeders
2. Mai 2017, München**

- Arzt, Dipl. Gesundheitsökonom oec. med.
- Geschäftsführender Gesellschafter KSB Klinikberatung
- Gründer www.krankenhaus.de  Krankenhaus.de
- Geschäftsführer DLMC GmbH  DLMC Medizincontrolling
Wir kommen, Sie erlösen.
- Generalsekretär der Deutschen Gesellschaft für
Medizincontrolling (DGfM) 

Intentionen der Patienten in Bewertungsportalen

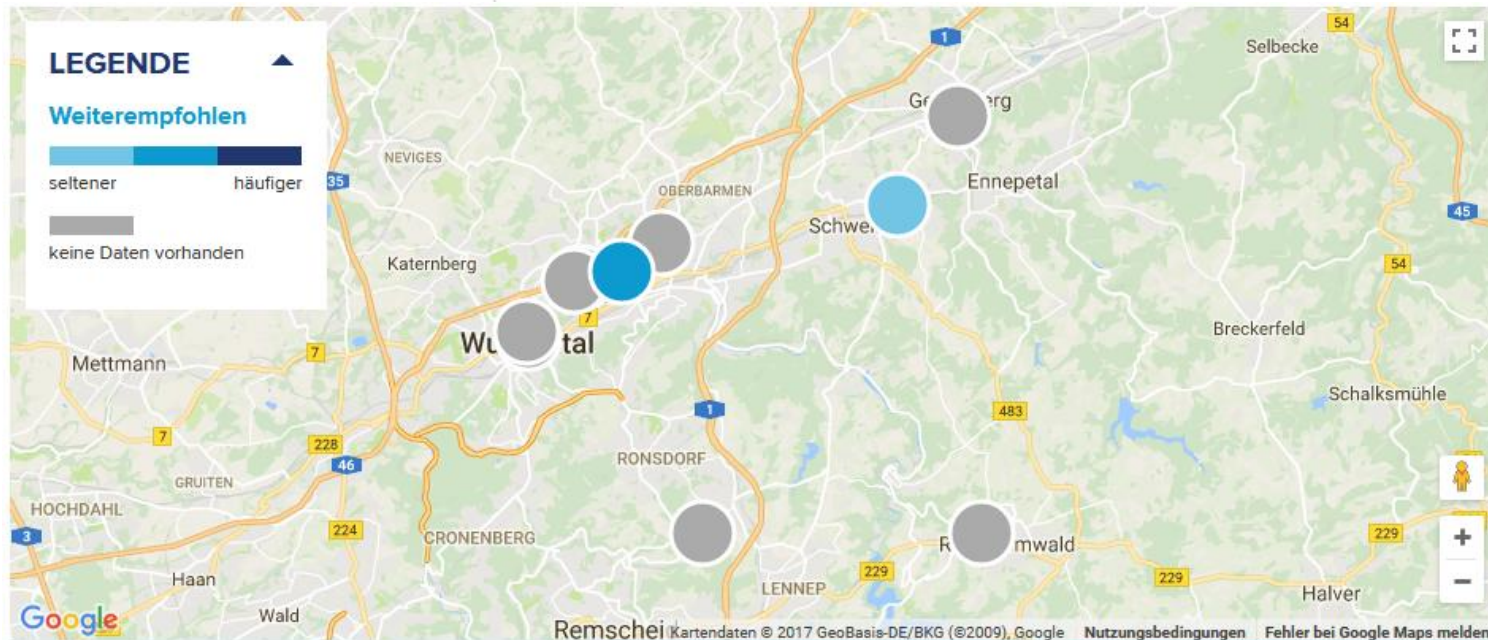
- Perspektive des Verfassers
 - Bewertungsabgabe basiert auf Emotionen: Dankbarkeit, Ärger, Wut, ...
 - Motivation für eine Bewertungsabgabe
 - Lob als Bestätigung der Leistung, Dank
 - Kritik als Aufforderung zur Verbesserung
 - „Dem Ärger Luft machen“, es „alle wissen lassen“
- Perspektive des Lesers
 - Entscheidungsunterstützung
 - Wertvolle Insider-Informationen
 - Voyeurismus

- Krankenkassen / Weisse-Liste
- Portale mit Bewertungsfokus
 - Branchenspezifisch
 - Allgemein
- Verbände / Zusammenschlüssen der Krankenhäuser
 - Krankenhausgesellschaften
 - Krankenhauszweckverbände
 - Benchmarkingverbände

- **Krankenkassen**
 - Marktbeeinflussung (Patientenströme, Angebotsstrukturen)
 - Marktmacht (Wettbewerb unter den Kassen)
- **Bewertungsportale**
 - Werbeeinnahmen
 - Unterstützung der Presse- und Meinungsfreiheit
- **Klinikaktivitäten**
 - Kassenunabhängige Information der Patienten
 - Unterstützung von Qualitätsaktivitäten
- **Offen bleibt: Marketingunterstützung für die einzelne Klinik**

Wie kommen die Bewertungen in die Portale?

- Krankenkassen
 - Professionelle Patientenbefragungsprojekte
 - Eigene Befragungen nach Klinikaufenthalten
 - Diffuse Quellen („990.000 Bewertungen von Kliniken“ – aber viele Kliniken mit nicht einer einzigen Bewertung??)



 [Alle Details einblenden](#)

 10 weitere Kliniken anzeigen

 50 weitere Kliniken anzeigen

HELIOS Klinikum Schwelm


[Für Vergleich merken](#)

 Schwelm (1,7 km) | Dr.-Moeller-Straße 15, 58332 Schwelm

 **68% Weiterempfehlung (Ø 82%)** 

[1 Erfahrungsbericht](#) [Erfahrungsbericht schreiben](#)

Patientensicherheit & Hygiene 

 29 von 43 Kriterien

Wie kommen die Bewertungen in die Portale?

- Krankenkassen
 - Professionelle Patientenbefragungsprojekte
 - Eigene Befragungen nach Klinikaufenthalten
 - Diffuse Quellen („990.000 Bewertungen von Kliniken“ – aber viele Kliniken mit nicht einer einzigen Bewertung??)
- Bewertungsportale
 - Aktive Suche der Patienten nach Bewertungsmöglichkeiten
 - Ansprache der (zufriedenen) Patienten durch die Kliniken
- Klinikaktivitäten
 - in der Regel ohne Textbewertungen

Neue Erfahrungsberichte

Universitätsklinikum Magdeburg
(Otto-von-Guericke-Universität)



25.10.2016 | **Furchtbar**

"Ich kann auch nichts positives sagen.
Arterom am Hinterkopf entfernt. Da die

keine ernsthafte Diagnostik, Arzt nicht zu sprechen.

22.04.2015 |  **bitboy0** berichtet als Angehöriger eines Patienten | J

MARKGRÄ

25.10.2016

"Ich habe m
kompetentes

JÜLICH. Das St. Elisabeth-Krankenhaus Jülich sieht sich mit einem harten Patientenurteil konfrontiert. „Katastrophale Zustände, überlastetes und inkompetentes Personal, insbesondere auf Station M3“ lautete der Vorwurf, mit dem Harald Plonka die Geschäftsführung der Caritas Trägergesellschaft West (ctw) konfrontierte.

Am ersten Tag nach der OP, hat sich keine Schwester blicken lassen und niemand fragte nach seinem Wohlergehen. Eine nicht examinierte Kraft durfte die Infusionen abmachen, das Blut hat in alle Richtungen gespritzt und der Herr war überfordert mit der Situation.

Erfahrungsbericht: Leitende Hebamme war total pampig.

- Fokus liegt auf den klassischen Beschwerdewegen
 - „Meckerkasten“
 - Briefe
 - Mails an „info@krankenhaus-xxx.de“
- Internet-Bewertungen
 - Machen Angst vor Kontrollverlust und Arbeitsvolumen
 - Bergen das Risiko harter Eskalation
- Chancen von (oft unbekannter) Bewertungen werden kaum erkannt und genutzt
- Kliniken arbeiten kaum mit den Bewertungsportalen zusammen, es fehl(t)en allerdings auch die Angebote

Reisen, Online-Handel, Versicherungen,.....:

- Internet-Bewertungen sind ein starkes Wettbewerbsinstrument der Verkäufer / Anbieter / Versicherer
- Internet-Bewertungen dienen
 - Der direkten Werbung
 - Der Rückgewinnung unzufriedener Kunden
 - Der Information über Verbesserungspotenziale
- Anbieter arbeiten eng mit den Bewertungsportalen zusammen, auch hier gilt:
Unabhängige Portale gibt es nicht.

Wie sieht es in anderen Branchen aus?

Verkäufer-Feedback hinterlassen



Artikel spätestens erhalten am: 2. Mai 2017? Ja Nein

Voraussichtliches Lieferdatum: 2. Mai 2017

1 Tag verbleibend bis zum geschätzten Ankunftsstermin


Artikel wie vom Verkäufer beschrieben? Ja Nein

Schneller und zuvorkommender Service? (Wenn Sie den Verkäufer kontaktiert haben)

Ja Nein Keine Kontaktaufnahme

Verkäufer-Feedback hinterlassen



 Kontaktieren Sie bitte den [Amazon Kundenservice](#), um etwaige Probleme mit Ihrer Bestellung zu beheben, bevor Sie Feedback hinterlassen.

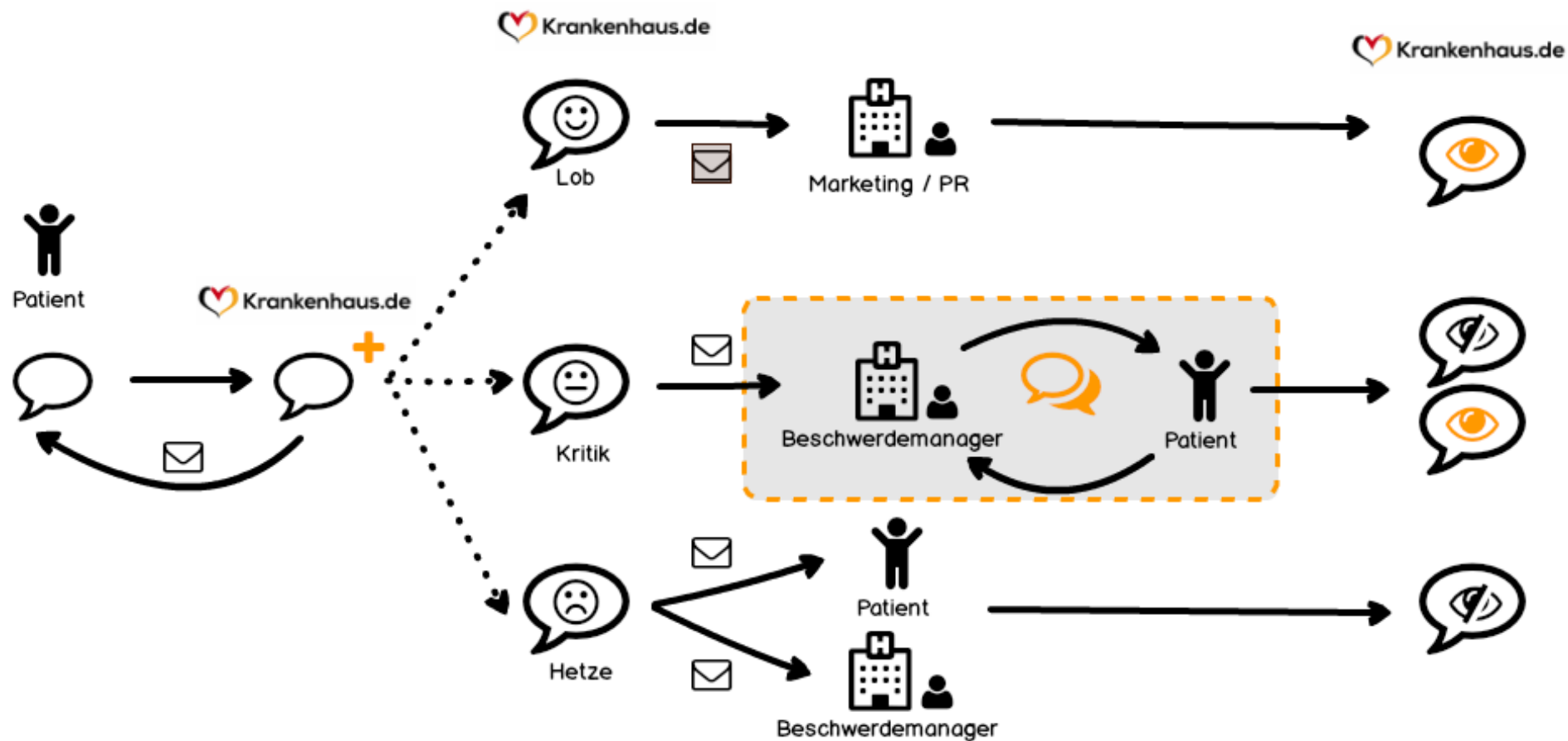
Wie geht man damit um?

- Bewertungen sind da und tragen wesentlich zur Entscheidung gegen (!!) Kliniken bei
- Jede Bewertung birgt eine Chance, entscheidend ist der professionelle Umgang
- Eine Reaktion sollte auf jede Beschwerde erfolgen. Ignorierte Beschwerden erhöhen die Risiken
- Proaktiver Umgang auf allen Kanälen ermöglicht Kontrolle und stärkt die eigene Klinik
- Klares Konzept zum inhaltlichen Umgang mit Bewertungen ist zwingend
- Gute Schulung aller Mitarbeiter die Beschwerden beantworten

Unsere Antwort: Krankenhaus.de (Ein kleiner Werbeblock ;-)

- Die Risiken von Internet-Bewertungen managen:
 - Beschwerdereaktion wird aktiv unterstützt (dadurch einfach und schnell)
 - Kommunikation unter Ausschluss der Öffentlichkeit
 - Unzulässige Bewertungen gehen gar nicht erst online
- Die Chancen von Internet-Bewertungen nutzen:
 - Unzufriedene Patienten werden zurückgewonnen
 - Verbesserungsansätze werden gezielt identifiziert
 - Gezielter, werbewirksamer Einsatz positiver Bewertungen

Moderiertes Beschwerdemanagement





Dr. med. Nikolai von Schroeders
Geschäftsführer

Tel.: 08131 / 33787 10

Email: info@klinikberatung.de