

»EXTRACTA orthopaedica



Bessere Körperstatik dank Einlegesohlen?

Die Sensomotorik lernt hinzu.

Mit Strategie an Morbus Bechterew

Frühe Diagnose ermöglicht
moderne Therapie.



„Doc, hol mich hier raus! Ich werde locker.“

Implantate, die melden, wann sie
ausgewechselt werden müssen:
Zukunftsmusik?

Erster Platz an Orthopäden

Homepage der eigenen Praxis: So sehen Gewinnerseiten aus

Die eigene Homepage: ein wichtiges Marketinginstrument für die Praxis. Was macht nun eine gute Homepage aus? Und welche Inhalte können neben harten Fakten vermittelt werden? Anregungen bietet die Seite www.gaertner-servatius.de. Zum dritten Mal in Folge belegten die Rotenburger Orthopäden Ende November mit ihrem Auftritt den ersten Platz beim Wettbewerb „Beste medizinische Website 2009“.

Praxisöffnungszeiten und Adresse, die Vorstellung des Teams und das Leistungsspektrum sind grundsätzliche Informationen, die auf fast jeder Homepage zu finden sind. Der Webauftritt der Dres. Andrea Servatius und Joachim Gärtner geht aber weit darüber hinaus. Neben der übersichtlichen Darstellung haben Patienten auch die Möglichkeit, die Praxis virtuell zu durchschreiten. Ungewöhnlich dürfte sein, dass das Ärzteteam Ergebnisse aus Patientenbefragungen (positive sowie negative Eindrücke) auf seiner Homepage veröffentlicht hat.

Website zum Mitmachen

Schön für Patienten: Es gibt sehr viele medizinische Informationen und Links zu orthopädischen Fragestellungen. Interaktive Angebote – wie Tests zu Osteoporose oder Schmerzen in der Schulter, BMI- sowie Strahlendosisrechner – erlauben es Besuchern der Website, sofort in Aktion zu treten. Ein Dankbarkeits- oder Glücksniveau-Test sind kleine Bonbons, mit denen Patienten schauen können, in welchem Schnitt sie mit ihren Gefühlen liegen.

Als zusätzlichen Service bieten die Ärzte unter anderem auch die Rezeptbestellung übers Internet an. Damit können

Individuelles Patientenmanagement:

Eine direkte Abstimmung zwischen der Praxisorganisation und dem ärztlichen Zeitmanagement stellt sicher, dass jeder Arzt die Zeit für seine Patienten erhält, die er auch benötigt. Die Ärzte führen dialogorientierte Gespräche, arbeiten mit Aufklärungshilfen (Schaubilder, Informationszettel, Broschüren) und sprechen eine laienverständliche Sprache.

Exzellentes Betriebsklima: Die im Rahmen der Praxisanalysen durch-

geführte Mitarbeiterzufriedenheits-Befragungen ergeben für die Top-Praxen hervorragende Ergebnisse. Das Betriebsklima ist gut, die Mitarbeiter sind engagiert (sehr hohe Mitarbeiterzufriedenheit). Die Führung des Personals erfolgt mit Zielvereinbarungen und regelmäßigen Führungsgesprächen, ergänzt durch ein Erfolgsbeteiligungs- und Weiterbildungssystem.

Moderne Erwartungen erfüllen

Eine spürbare Entlastung für die Arbeitsabläufe aufgrund der Homepage hat Gärtner allerdings nicht feststellen können. Der Kollege schreibt alle Texte selbst und investiert – je nach Lust und Laune – null bis zwanzig Stunden pro Woche für Aktualisierungen bzw. die Pflege des Internetauftritts. Das Einbinden von Inhalten und die graphische Gestaltung werden von einem Freund bzw. einer Agentur übernommen, die dafür etwa zwei Stunden im Monat benötigen. Größere Umstrukturierungen dauern allerdings länger. Wie gut die Homepage von Patienten genutzt wird, kann Gärtner nicht sagen: Der Zähler wurde in den Anfangsjahren bei 200.000 Besuchern ausgestellt. Für den Orthopäden hat diese Zahl keine Relevanz. Vielmehr glaubt er, dass Menschen von einer Institution

geführten Mitarbeiterzufriedenheits-Befragungen ergeben für die Top-Praxen hervorragende Ergebnisse. Das Betriebsklima ist gut, die Mitarbeiter sind engagiert (sehr hohe Mitarbeiterzufriedenheit). Die Führung des Personals erfolgt mit Zielvereinbarungen und regelmäßigen Führungsgesprächen, ergänzt durch ein Erfolgsbeteiligungs- und Weiterbildungssystem.

Vorbildlicher Praxisauftritt: Alle Praxen haben ein Corporate-Identity-Kon-

zept umgesetzt und achten auf einen patientenorientierten Wartekomfort (bequeme Stühle, Getränke, umfassendes Zeitschriftenangebot).

Wettbewerb als Motivation

Der Wettbewerb „Beste medizinische Website“ wird seit 2001 regelmäßig von der Ärztekammer und der KV Niedersachsen ausgeschrieben. Von den 88 Einsendungen belegten die Orthopäden auch in diesem Jahr den ersten Platz, zum dritten Mal in Folge. Zu Beginn des Wettbewerbs, so Dr. Volker Steitz, stellvertretender Vorstand der KV Niedersachsen, ging es noch darum „ein Signal zu setzen, um unsere Kollegen für eine zeitgemäße Repräsentanz im Web zu motivieren“. Mittlerweile würden immer mehr Kollegen Patienteninformationen und auch interaktiven Service auf ihren Homepages anbieten. Die Qualität der Bewerberseiten hätte sich im Laufe der Jahre deutlich verbessert.

Ärzte, die eine eigene Homepage planen oder ihre Seiten überarbeiten möchten, können den prämierten Webseiten einen Besuch abstatten. Weitere Informationen zum Wettbewerb und die Adressen der prämierten Websites finden Interessierte auf www.aekn.de bei den Pressemitteilungen. (AT)



Was macht eine gute Homepage aus?