

So verändern Facebook & Co. den Praxisalltag

Vom sinnvollen und zeitgemäßen Umgang mit sozialen Netzwerken

„Facebook und Co. – brauche ich das wirklich?“ Diese Frage stellen sich zurzeit viele Praxisinhaber, denn Social Communities wie Facebook, Twitter, Xing und Youtube sind heute in aller Munde und nehmen an Teilnehmern immer weiter zu. Als Kommunikationsmittel für bestimmte Zielgruppen gestartet, sind heute immer mehr Menschen davon begeistert. Gemäß dem Branchenverband Bitkom und einer Studie im Dezember 2011 sind aktuell sind drei Viertel aller Deutschen bei mindestens einer Internet-Gemeinschaft angemeldet.

Viele Teilnehmer sozialer Netzwerke loggen sich schon am frühen Morgen bei ihrer Internet-Community ein. So wirft insgesamt fast jeder dritte Nutzer (29 Prozent) schon am Vormittag einen ersten Blick auf sein Profil. Dabei schauen 7 Prozent noch vor dem Frühstück in ihr soziales Netzwerk.

Für erstaunliche 4 Prozent der Community-Mitglieder ist der Gang ins Netzwerk offenkundig die erste Handlung am Tag. Gleich nach dem Aufwachen – noch im Bett – loggen sie sich in ihre Community ein. Weitere 8 Prozent verlassen zwar ihr Bett, um zu sehen, was es Neues in ihrer Community gibt, gehen aber gleich nach dem Aufstehen oder noch während des Frühstücks online. 24 Prozent checken ihre Netzwerke mittags oder nachmittags, 42 Prozent erstmals im Laufe des Abends (Wikipedia).

Einen rasanten Zuwachs haben die sozialen Netzwerke bei der Altersgruppe zwischen 65 und 69 Jahren mit 40 Prozent aller Online-gerunden. In der Generation 50plus sind sogar 60 Prozent angemeldet – vor zwei Jahren waren es erst 17 Prozent. Das hat eine neue Studie im Auftrag des Hightech-Verbands Bitkom ergeben.

Experten sehen das Phänomen der sozialen Netzwerke, des sogenannten Web 2.0, als soziale Revolution. Kritiker bemängeln, diese Internetseiten nähmen es mit dem Datenschutz meist nicht so genau. Doch bei allem Lob und

Sind Sie in Ihrer Praxis bereits gut vernetzt und nutzen Plattformen wie Facebook, Twitter und Co. zur Erweiterung Ihrer Netzwerke und Verbindung zum Patienten? Sind Sie in den Bewertungsportalen vertreten? Unsere Erfahrungen zeigen, dass auch für Ärzte- und Zahnärzte als auch im Bereich der Kliniken eine gute Vernetzung immer wichtiger wird.

Arztes und der übrigen medizinischen Experten nun das soziale Netz getreten ist. Das soziale Netz war hier der Empfehlungsgeber – und damit verliert der Arzt eben auch Vertrauen. Dazu kommt, dass 40 Prozent derjenigen, die nach Gesundheitsbeiträgen im Netz suchen, dies nach ihrem Arztbesuch tun. All diese Beobachtungen können nur den Schluss zulassen, dass diese Entwicklung von den Ärzten und Zahnärzten zu beobachten, zu analysieren und nicht zuletzt zu verstehen ist, um in der Betreuung face to face nachhaltige Ergebnisse zu erzielen.

Wenn es vor Jahren darum ging, eine Internetseite zu haben, so ist das im wahrsten Sinne des Wortes Schnee von gestern. Wer sich heute im Bereich der Gesund-

freien Räume, sodass auch hier die Web-Hygiene nicht unterschätzt werden sollte. Suchmaschinen wie Google machen es der Zahnarztpraxis dabei nicht leichter, denn durch Google wird jede noch so unwichtige Information über den Zahnarzt, die Zahnärztin oder die Praxis sichtbar gemacht. Deshalb sollte mit dem nicht mehr allzu neuen Medium Internet nicht ohne Absicherung und hinreichende Beratung umgegangen werden.

sondern jedes „Unternehmen“, das die Werbeeffekte des Internets nutzt und somit auch die Zahnarztpraxen.

Dem kann eben nur mit ausreichender Vorsicht im Vorfeld oder durch die Nutzung von Leistungsangeboten wie beispielsweise *DentiCheck* entgegengewirkt werden.

Missachtet der Zahnarzt diese Vorsicht, führt das zu der Gefahr wettbewerbsrechtlicher Abmah-

sind die Gebührenordnungen, die einen Gebührenrahmen bestimmen, innerhalb dessen der Arzt nach Ende der Behandlung und nach sachlich medizinischen Kriterien wie Zeitaufwand, Schwierigkeit der Behandlung etc. sein Honorar festlegt. Mit diesen Vorschriften soll zum einen der Patient vor überhöhten Gebühren geschützt werden. Zum anderen soll ein Mindesthonorar die gleichbleibende Qualität der ärztlichen Leistung sichern. Rabatte oder Pauschalpreise sind nach der Gebührenordnung gerade nicht erlaubt.“

Praxistipp: Insbesondere bei Gutschein- und Rabattaktionen, ob auf der Homepage, auf Facebook oder bei Groupon, sollte, da Sie im Fokus der rechtlichen Überprüfung stehen, nicht ohne rechtliche Prüfung geworben werden. Es wird den Zahnärzten zwar viel gestattet, doch kommt es in den meisten Fällen auf die Ausgestaltung der Werbeaktion an. Hierbei können Ihre Berater Sie unterstützen und den wirtschaftlichen Erfolg der Aktion sicherstellen.

Sofern Sie dies beachten, können Sie dem World Wide Web viel abgewinnen und Ihre Zahnarztpraxis sicher und erfolgreich bewerben.

RAin Katri Helena Lyck, Fachanwältin für Medizinrecht, Bad Homburg

DIGITAL MEDIA

Alles was einmal veröffentlicht wurde, ist einerseits nur schwer wieder zu beseitigen und andererseits kann ein bereits dadurch entstandener Schaden für den Zahnarzt kaum rückgängig gemacht werden. Man nennt es auch den „Streisand-Effekt“: Sobald versucht wird, Informationen im Netz zu löschen und somit deren Verbreitung zu unterdrücken, werden die Informationen eher interessanter, was den eigentlichen Zweck konterkariert und oft zu einem gegenteiligen Effekt führt. Nicht nur große Wirtschaftsunternehmen sind hiervon betroffen,

nungen oder Überprüfungen durch die Zahnärztekammer. So heißt es in einer Presseerklärung der Wettbewerbszentrale: „Ärzte und Zahnärzte werben auf den Gutscheinplattformen für ärztliche Behandlungen, meist Botox-Unterspritzungen, Brustvergrößerungen, Lasik-Operationen oder Zahnreinigungen. Dabei werden Rabatte von bis zu 70 Prozent ausgelobt. Was im Einzelhandel möglich ist, unterliegt bei Ärzten aber einer strengen Regulierung. Nach den Berufsordnungen müssen Ärzte ein, angemessenes Honorar berechnen. Grundlage der Berechnung

Anzeige



rechtsanwälte
kanzlei für wirtschaft und medizin

Berater an Ihrer Seite
Hans Peter Ries,
Rechtsanwalt
Dr. Karl-Heinz Schnieder,
Fachanwalt für Medizin- und Sozialrecht
Björn Papendorf LL.M.,
Fachanwalt für Medizinrecht
Dr. Ralf Großböting,
Fachanwalt für Medizinrecht

www.kwm-rechtsanwaelte.de
Münster · Berlin · Hamburg

Trotzdem sind derartige Netzwerke in der Berufsgruppe der Leistungserbringer noch nicht wirklich angekommen. Viele Mitarbeiter sind ihren Chefs diesbezüglich weit voraus. Doch was ist mit dem Datenschutz? Was ist für die Praxis erlaubt? Welchen Nutzen hat es?

So war kürzlich zu lesen, dass das Leben einer Frau dank Facebook gerettet werden konnte. Was

heitswirtschaft aufstellen möchte, kann an dieser Entwicklung nicht vorbei. Neben der Zunahme an Verwaltungstätigkeiten in der Praxis kommen nun auch noch die Neuerungen aus unserem sozialen Umfeld. Der Appell kann an dieser Stelle nur sein, dass sich die medizinischen Leistungserbringer kurzfristig mit Internet, Facebook und Co. auseinander-