

Der elektronische Weg zum Zahnarzt

Patienten auf der Suche nach Informationen zur Gesundheit im Internet

Über die Hälfte der Deutschen surft im Internet. Das sind über 44 Millionen Deutsche ab 14 Jahren, die online Informationen suchen. Immer mehr Patienten erkennen das Internet als geeignete Quelle für ihre Fragestellungen an. Nutzt der Patient auch Internet-Angebote von Zahnärzten?

Etwa 40 Prozent aller Nutzer informieren sich im Internet über Gesundheitsprodukte und Medikamente, etwa die Hälfte davon auch über Gesundheitsdienstleistungen, so die Studie „internet facts 2009-III“ der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung. Wer selbst (80 Prozent) oder als Angehöriger (70 Prozent) von einer Krankheit betroffen ist, nutzt online zu 95 Prozent eine Suchmaschine wie Google, Yahoo und Bing, so die Studie „Arzneimittelinformationen für Patienten“ der Prognos AG 2008. Zahnärzte sind laut Dienstleistungsreport 2009 der Meinung, dass 95 Prozent aller Neupatienten auf Empfehlung in die Praxis kommen. Falsch gedacht! Tatsächlich beanspruchen nur zwischen 60 und 80 Prozent eine Empfehlung. Die anderen 20 bis 40 Prozent nutzen offenbar andere Methoden: Branchenverzeichnisse, Praxisschild, Print-Anzeigen, Vorträge und – die Praxishomepage. Etwa 12 Prozent der Neupatienten kommen direkt über die Webseite zur Praxis ihrer Wahl. Immerhin 28 Prozent haben sich vor dem persönlichen Kennenlernen auf der Praxis-Homepage umgeschaut, so eine Studie zur effizienten Neupatientenakquisition der Akademie für zahnärztliche Fortbildung Karlsruhe, der Medizinischen Hochschule Hannover und der Universität Magdeburg. Sie beleuchtet zum ersten Mal aus zahnärztlicher Sicht, wie sich Patienten im Web verhalten.

Wonach Patienten suchen

Zwei Wege führen zum Zahnarzt: Ein Patient, der sich bereits für einen Zahnarzt entschieden hat, sucht zielgenau nach Details wie Telefonnummer, Öffnungszeiten oder Ähnlichem. Ein potenzieller Neupatient sucht primär mit regionalen Suchbegriffen (zum Beispiel Ortsname, Postleitzahl oder Entfernung) und anhand des Leistungsspektrums nach einer geeigneten Praxis. Fast die Hälfte aller

Patienten klickt auf Bilder des Teams und der Räumlichkeiten.

„Früher ging man zum selben Zahnarzt wie bereits die Eltern. Heute werden die Patienten selbst aktiv und informieren sich zu einer Behandlung im Internet“, sagt Dr. Christian Öttl, Co-Referent Public Relations/Neue Medien der BLZK und Moderator des Online-Patientenforums der BLZK. In seiner Funktion als Moderator wiederholt er immer wieder, dass das Internet kein Ersatz für eine persönliche Untersuchung sein kann. Bei vielen Fragen lautet die Empfehlung, zum Zahnarzt zu gehen. Das bestätigt auch die Prognos-Studie. Für 95 Prozent der Patienten ist der Arzt Hauptansprechpartner. Seine Meinung bildet der Patient sich aus verschiedenen Quellen: Neben Arzt und Internet auch aus Broschüren, Beipackzetteln, Zeitschriften, dem Apotheker, Fachbüchern und Informationen der Krankenkasse.

Welche Quellen Patienten nutzen

Der Patient entscheidet kritisch, ob eine Quelle vertrauenswürdig ist und schätzt die Qualität einer Quelle im Vergleich mit anderen Quellen ab. Weniger als die Hälfte der Patienten ist laut Prognos „im Großen und Ganzen“ mit dem Inhalt verschiedener Web-Angebote zufrieden. Wichtige Kriterien sind dabei Transparenz, Aktualität, Verständlichkeit und Ausführlichkeit der Informationen. Die meisten Patienten nehmen in Kauf, wenn eine umfassende Web-Suche länger dauert.

Insgesamt setzen sich immer mehr Patienten mit Gesundheitsinformationen im Internet auseinander – je jünger, desto häufiger. Anfragen zur Gesundheit sind etwa doppelt so häufig wie zu Gesundheitsdienstleistungen. Gleichzeitig ist der Patient anspruchsvoll, kritisch und besitzt ausreichend Medienkompetenz, um das Internet zu durchforsten. Demnach liegt die Einschätzung der (Zahn-)Ärzte, die eine Web-Präsenz für sehr wichtig halten, genau richtig. Bleibt lediglich die Frage, warum erst knapp die Hälfte aller Mediziner eine eigene Homepage hat.

Claudia Walther
Assistentin Geschäftsbereich Kommunikation der BLZK
Online Redakteurin