

Negativbewertung im Internet? – Was ist zu tun?

Dr. jur. Frank Stebner

Patienten suchen ihren Arzt und auch ihren Heilpraktiker immer häufiger über das Internet, und der Einfluss von Bewertungsportalen nimmt zu, ob positiv oder negativ. Dabei hat eine Querschnittbefragung eines Online-Panels von 1.505 Teilnehmern von Januar 2013 (Emmert, Universität Erlangen-Nürnberg) ergeben, dass sich zwei Drittel der Befragten aufgrund von positiven Beurteilungen für eine Praxis entschieden haben. Aber gut die Hälfte von ihnen hat sich aufgrund negativer Äußerungen von einem Arztbesuch abhalten lassen.

Die folgenden Ausführungen für Ärzte verstehen sich auch für Heilpraktiker.

Die Rechtslage ist schwierig

Gibt es eine Negativbewertung, ist es ratsam, als Erstes die **Portalbetreiber** zu kontaktieren. So empfehlen zum Beispiel die Betreiber von jameda.de, sich immer gleich direkt an das Portal zu wenden. Die Bewertung wird von der Seite genommen, zunächst offline geparkt, und dann wird der Kritiker um eine **Stellungnahme** gebeten. Bei fehlender Reaktion wird die Bewertung unwiderruflich gelöscht. Bestätigt der User die Bewertung, werden nur noch die Notenbewertungen und Meinungsäußerungen wieder online gestellt. Nicht belegbare Tatsachenbehauptungen dagegen erscheinen nicht mehr im Internet.

Werden Angriffe auf die Seiten geschrieben, die Beleidigung, Verleumdung oder üble Nachrede sind, ist es noch möglich, gegen den User vorzugehen, indem der betroffene Arzt **Anzeige** gegen Unbekannt erstattet. Bei einer Strafverfolgung sichern die jameda-Betreiber ihre Unterstützung im Rahmen der gesetzlichen Datenschutzbestimmungen zu. Allerdings gibt es kein Recht auf den Erhalt der Personalien der Kritiker. So entschied das Oberlandesgericht Hamm, dass User ein Recht auf **Anonymität** haben, und die Portalbetreiber nicht verpflichtet sind, die Daten zu ihren Usern preiszugeben (OLG Hamm, Urteil vom 3.8.2011, Az.: I-3 U 196/10). Es könnte auch schwierig werden,

die **Löschung** von negativen Meinungsäußerungen durchzusetzen, weil die Seitennutzer das Grundrecht auf Meinungsfreiheit haben. Für eine Meinung braucht die Äußerung ein wertendes Element, muss subjektiv und nicht beweisbar sein.

Die richtige Taktik – Wie sollen Ärzte reagieren und agieren?

Bewertungsportale schlicht zu ignorieren ist sicherlich die schlechteste aller Lösungen. Empfehlenswert ist deshalb, sich auf dem Laufenden zu halten, was zur eigenen Person im Internet steht.

Man sollte weiter eine Grundentscheidung treffen:

Welche Bedeutung haben positive und insbesondere negative Bewertungen im Web für die Praxis? Ist das Internet im Marketing der Praxis bedeutsam? Wer eine Kassennarztpraxis alten Stils führt, mag zu der Entscheidung kommen, für ihn seien Bewertungen unbedeutend. Wer spezialisiert ist, wird anders urteilen. Für ihn ist die Kommunikation der Spezialisierung auch über das Internet wichtig, so dass positive und negative Bewertungen eine Rolle spielen. Die Konsequenz ist dann eine aktive Strategie, gegen Negatives vorzugehen, soweit möglich.

Vielleicht ist die adäquate Antwort auch die einer Ärztin, die Negativem eine Masse von Positivem entgegensetzen ließ, indem sie und ihre Helferinnen Patienten ermunterten, die Praxis im Internet zu bewerten. An der Anmeldung wurde dazu ein Tablet-PC bereitgehalten, so dass Patienten direkt nach der Behandlung mit Hilfestellung eine Bewertung vornehmen konnten.

Wie auch immer, negative Beurteilungen – selbstverständlich auch positive – sollten ernst genommen werden, wenn sie nicht a priori absurd sind. Schließlich kann daraus manches gelernt werden: Was gut gemacht wird und was kritisch geprüft werden sollte.

So betrachtet sind Patientenbewertungen immer gut. Empfehlenswert ist deshalb, ei-

ne weitere Antwort auf die Zunahme der Arztbewertung im Web:

Starten Sie Ihre eigene Patientenbefragung!

Wie die Bedürfnisse sind

Für eine erfolgreiche Praxis spielen die Bedürfnisse der Patienten eine entscheidende Rolle. Sie sind Grundlage einer individuellen Praxis- und Marketingkonzeption. Zum Marketing gehört eine offene Informationspolitik, die eine Identifizierung der Patienten mit „ihrer“ Praxis und eine vertrauensvolle Beziehung zwischen Patienten und Arzt optimiert. Eine gute Orientierung bietet zunächst die Beachtung von immer wieder veröffentlichten Umfrageergebnissen in der medizinischen Fachpresse. Erst die eigene systematische Patientenbefragung gibt jedoch wichtige Aufschlüsse über den Ist-Zustand der Praxis und die Wünsche der Patienten. Musterfragebögen sind oft in Büchern über Praxisorganisation enthalten und können auch im Internet recherchiert werden.

Die Patientenbefragung hat auch noch einen anderen Effekt:

Patienten fühlen sich zu Recht wichtig und ernst genommen.

Dr. jur. Frank A. Stebner

ist Fachanwalt für Medizinrecht und Gründer des Anwaltsbüros Dr. Stebner in Salzgitter, das seit über 25 Jahren auf Rechtsfragen im weiteren Bereich des Medizinrechts spezialisiert ist. Schwerpunkte seiner juristischen Arbeit in ganz Deutschland sind Berufsrecht, privatärztliche Leistungen, Kassennarztrecht, Kooperationen und Heilmittelwerberecht.

Kontakt:

D-38228 Salzgitter
Tel.: 05341 / 85310
Fax: 05341 / 853150
www.DrStebner.de