



Transformation der Arbeit in Haus- und Facharztpraxen: Die Patientenzielgruppen bestimmen die praxisindividuelle Digitalisierung

Von *IFABS*

Erstellt am 15 Dez 2018 - 08:28

Worum es geht

Für die konkrete Entwicklung eines digitalisierten Praxismanagements helfen niedergelassenen Ärzten generelle Angaben zur Akzeptanz elektronischer Lösungen durch die Bevölkerung wenig. Entscheidend sind vielmehr die Anforderungen des eigenen Patientenstamms.

Marktforschungs-Ergebnisse helfen Praxisinhabern nur wenig

Fast jeden Tag werden neue Untersuchungen und Statistiken mit teils gleichlautenden, teils konträren Aussagen zum Digital-Interesse der Bevölkerung veröffentlicht. Für niedergelassene Ärzte, die einen Plan für die Transformation ihrer Praxisarbeit entwickeln möchten, sind diese Erkenntnisse nicht hilfreich, denn für ihre Planung ist die Zusammensetzung ihres Patienten-Stamms.

Was sagen meine Patienten

Das kann im Extremfall dazu führen – wie unsere Vor-Ort-Untersuchungen zeigen –, dass ein Praxisinhaber, der größtes Interesse an einer digitalen Unterstützung bestimmter Patientengruppen hat, auf nur ein geringes Interesse bei den Zielpersonen stößt. Deshalb ist es – unabhängig davon, ob Praxisinhaber konkret planen, digitale Lösungen in ihren Praxen einzusetzen oder sich bislang mit diesem Thema noch gar nicht intensiver auseinandergesetzt haben –, für sie wichtig, den Status der Digitalaffinität und -anforderungen ihrer Patienten detailliert zu kennen.

Auf die Detail-Kenntnis kommt es an

Diese Informationen lassen systematisch sich im Rahmen von Patientenbefragungen und / oder im Kontext des ohnehin häufig eingesetzten Anamnese-Bogens erheben. Im einzelnen geht es – je nach bereits existierendem Digital-Angebot – u. a. darum zu erfahren:

- welche Patienten per E-Mail kommunizieren möchten,
 - wie ausgeprägt der Wunsch nach Online-Terminvereinbarungen ist,
 - wie intensiv Gesundheitsportale genutzt werden,
 - ob die Bereitschaft zu Online-Videosprechstunden besteht,
 - wie viele Patienten Smartphones besitzen,
 - wer an Recalls über SMS oder E-Mail interessiert ist (und sich im positiven Fall gleich eine schriftliche Zustimmung geben zu lassen),
 - welche Praxisbesucher bereits Fitness- und Gesundheits-Tracker einsetzen,
- etc.

Mit Hilfe dieser Angaben lässt sich genau bestimmen, in welche Richtung und in welcher Intensität Digital-Angebote verfolgt werden sollten, denn viele der Maßnahmen unterstützen nicht nur die Versorgungs- und Betreuungsqualität, sondern haben auch Imagebildungs- und Marketingfunktionen.

Tipps für die Kommunikation mit digitalmedizinisch orientierten Patienten



Dieses E-Book gibt niedergelassenen Ärzten Hinweise für die Kommunikation mit Patienten, die sich im Internet intensiv informieren oder selbst Gesundheitsdaten erheben.?? Zum E-Book: <https://bit.ly/2QzBpp0> [1]

- [Arzt, Praxis und Qualifikationen](#)

Quellen URL (aufgerufen am 31 Dez 2020 - 05:34): <http://www.medkom24.eu/node/23665>

Links:

[1] <https://bit.ly/2QzBpp0>