

# Zur Patientenbindung setzt Dr. Roediger auf die neuen Medien

## Von der Homepage über Facebook bis hin zur eigenen App

Medical-Tribune-Recherche

**WIESBADEN – Eine schicke Homepage – das genügte Dr. Bernd Roediger nicht. Der von den neuen Medien begeisterte Gynäkologe ist mit seiner Praxis vielmehr auf vielen Kanälen im Internet präsent: Ob Postings auf Facebook, kleine Filme auf Youtube, kurze Twitter-Nachrichten oder die eigene Praxis-App: Informationen zu Medizin und Praxis sollen Patienten überall zugänglich sein.**

Seit 2008 niedergelassen, war es für Dr. Roediger selbstverständlich, einen Mediendesigner mit der Gestaltung und dem Aufbau einer Praxishomepage ([www.gyn-geesthacht.de](http://www.gyn-geesthacht.de))



Dr. Bernd Roediger  
Gynäkologe,  
Geesthacht

Foto: privat

zu beauftragen. Seither wurde der Auftritt im Web kontinuierlich weiterentwickelt. Dann stieß der internetaffine Kollege auf einen Artikel, der die Vorzüge von Social Media für Arztpraxen darlegte.

### Praxis ist auf vielen Portalen im Internet präsent

Seit etwa einem halben Jahr ist Dr. Roediger mit seiner Praxis auf Facebook, Youtube und Twitter präsent. Patienten können außerdem über Info-Faltblätter der Praxis einen QR-Code absキャンen und sich so die App der Praxis herunterladen. „Ich glaube schon lange, dass die neuen Medien eine immer größere Rolle spielen werden“, erklärt Dr. Roediger. Schließlich nutzt der Arzt Internet, Smartphone & Co auch für private Belange, wenn es darum geht, schnell

Informationen zu einem Thema zu erhalten, miteinander per SMS zu kommunizieren oder mit entfernteren Freunden zu skypen. Warum sollten es Patienten anders halten?

### Patienten buchen Termine zunehmend online

Übergeordnetes Ziel der Internetaktivitäten ist vor allen Dingen, dass sich Patientinnen mit der Praxis verbunden fühlen, sagt der Kollege. Auch, dass die Praxis bzw. der Arzt jederzeit erreichbar ist, soll so gewährleistet werden. „Es hat mich ganz verrückt gemacht, dass Patienten immer wieder kritisierten: Ich habe ewig in der Telefon-Warteschleife gehangen und es irgendwann aufgegeben“, so Dr. Roediger.

Nachdem die Möglichkeit der Online-Terminbuchung eingeführt wurde, war bereits eine deutliche Entlastung zu verspüren. Heute werden circa 30 % der Praxistermine online – auch per App – gebucht, mit steigender Tendenz und großer Begeisterung der Patientinnen. Weitere Online-Angebote sind u.a.: Tipps für Schwangere, Ernährungsempfehlungen, Informationen zu gynäkologischen Fragestellungen, Schwangerschafts- und Zyklus kalender – alles gibt's zum kostenlosen Downloaden.

Täglich erhält Dr. Roediger 2–3 Mails mit Fragen wie: „Ich bin eben leicht auf der Treppe gestürzt. Ist das für meine Schwangerschaft gefährlich?“ Oder: „Herr Doktor, ich halte mich gerade in Kenia im Urlaub auf und habe Problem xx, Können Sie mir helfen?“

„Diese Mails beantworte ich am gleichen Tag“, sagt Dr. Roediger, „auch wenn ich in Urlaub bin.“ Der Frauenarzt möchte seinen Patientinnen damit unter anderem ein Gefühl von Sicherheit geben. Viel Zeit investiert der Kollege nach eigenen Angaben dafür nicht und gibt zu:



Das Internet wird heute von vielen Patienten genutzt, auch um Informationen zur Praxis abzurufen, online Termine zu buchen oder eine Praxis unkompliziert und schnell per Mail zu kontaktieren, sagt Gynäkologe Dr. Bernd Roediger. Foto: thinkstock, Illustrationen: thinkstock (3)

Abrechnen kann man solche Mails nicht, der Service-Gedanke steht im Vordergrund.

### Auch die ältere Generation schreibt E-Mails an den Arzt

Auch die neuen Angebote kommen offenbar gut an: Mindestens einmal im Monat wird auf Facebook gepostet (medizinische Infos, Urlaubsdaten, Feiertagsgrüße etc.). Pflege und Aktualisierungen der Homepage (neue Babyfotos, Überprüfung

Einträge Gästebuch) übernimmt der Webdesigner, die Social-Media-Aufgaben liegen in enger Abstimmung mit dem Arzt in den Händen einer Agentur.

Der Auftritt in Facebook spricht vor allen Dingen die jüngeren Frauen zwischen 16 und 25 Jahren an, sagt Dr. Roediger. Mails schreiben Patientinnen aller Altersgruppen bis hin zu 70-Jährigen. Immer wieder sprechen ihn junge Frauen auf den Facebook-

**16- bis 25-Jährige bevorzugen eher Facebook**

facebook

www

App

Auftritt bzw. die Postings an, sagt Dr. Roediger, und finden es „toll“, sind aber auch überrascht, dass sich der Arzt so viel Mühe macht.

### Homepage und App kosteten zusammen rund 15 000 Euro

Billig war und ist der „Spaß“ für Dr. Roediger nicht: Rund 5000 Euro kostete die Homepage, etwa 10 000 Euro flossen in die eigene App (wahlweise für Android- oder i-Phone) inklusive des Social-Media-Auftritts. Für die Pflege bzw. Aktualisierungen werden pro Monat insgesamt rund 200 Euro fällig.

Auch wenn z.B. durchaus Interesse für IGeL per Homepage, App oder Facebook bei Patientinnen geweckt wird – ob sich die Investitionen betriebswirtschaftlich auszahlen, kann Dr. Roediger zahlenmäßig nicht belegen. Eines ist für ihn aber sicher: Die Praxis ist seit ihrem Start außerordentlich gewachsen und steht sehr gut da. Das hat die Steuerberaterin kürzlich erst bestätigt. Den Vorgänger der schon seinerzeit gut geführten Praxis hätte Dr. Roediger bereits „weit übertroffen“.

Für die Zukunft könnte sich Dr. Roediger auch Tele-Sprechstunden per Skype oder Ähnliches vorstellen. Aber das ist erst mal Zukunftsmusik. Derzeit ist Dr. Roediger zufrieden: Im Internet bin ich sehr gut aufgestellt.

Anke Thomas