ISSN 1864-4279 Entgelt bezahlt: 74677 Preis: € 10,00 zzgl. MwSt.

10. Jahrgang • Juni • 2/2015

face

interdisziplinäres magazin für ästhetik

2 2015

Fachbeitrag

Moderne Faltenbehandlung:
Hautbild vorbeugend optimieren

Spezial

Die neue Art der Tattooentfernung

Veranstaltung

Kontroversen und Zukunft der
Ästhetisch-Plastischen Chirurgie

aamus

Ist Imagearbeit speziell für die Plastische Chirurgie nötig?

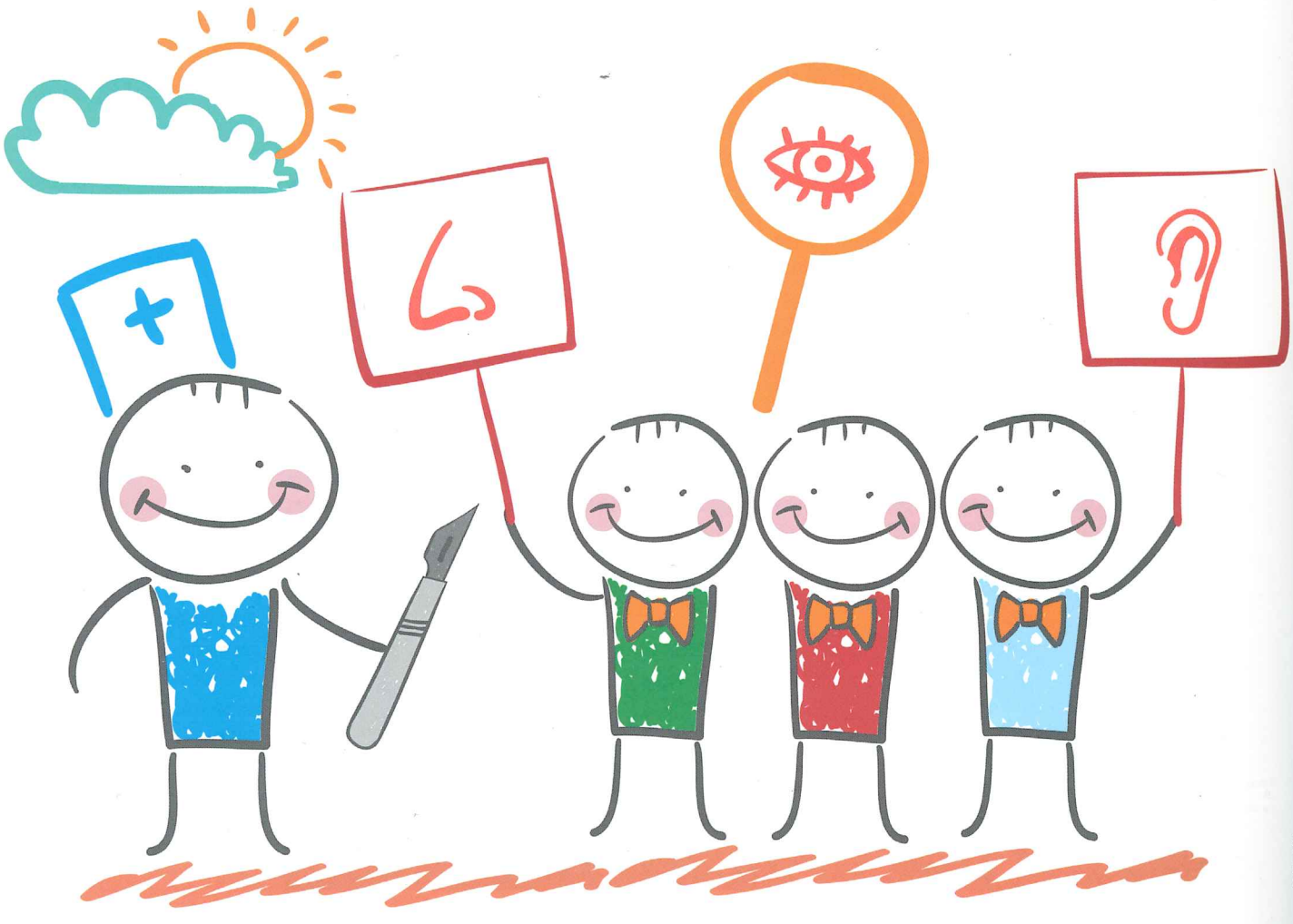
Autor: Marc Däumler

Plastische Chirurgie? Ästhetische Chirurgie? Oder Schönheitschirurgie? In der Nomenklatur des Fachbereichs driften die Vorstellungen von Ärzten und Patienten teilweise weit auseinander. Für ein effektives Marketing ist es jedoch unerlässlich, den Patienten bei seiner Perspektive abzuholen und etablierte Begriffe auf der eigenen Webseite zu integrieren.

Kennen Sie Ihr persönliches Image als Arzt? Image bedeutet, dass Personen, die sich nicht kennen, dennoch die gleiche Meinung, zum Beispiel über Sie als Arzt, teilen. Kompetent? Erfahren? Freundlich? Nimmt sich Zeit? Gut? Diese positiven, Ihnen zugeschriebenen Eigenschaften müssen übrigens real gar nicht zutreffen, was dann gute PR-Arbeit wäre. Das Interessante ist, dass das Image variieren kann: Möglicherweise schreiben ärztliche Kollegen Ihnen ein ganz anderes Image zu als Patienten es tun – und umgekehrt natürlich auch.

Eigenes Image als Arzt herausfinden

Es ist stets gut, zu wissen, wie die Patienten über den Arzt denken. Dank Social Media gibt es heute mehrere Möglichkeiten, dies herauszufinden, denn dort steht es (meistens) in klaren Worten. Schauen Sie



© file404

Eigenes Image als Arzt herausfinden

Es ist stets gut, zu wissen, wie die Patienten über die Arztin oder den Arzt denken. Dank Social Media gibt es mehrere Möglichkeiten, dies herauszufinden, denn dort steht es (meistens):

1. Schauen Sie auf den Arztbewertungsportalen nach, und dort nicht nur bei der Gesamtnote, sondern auch bei den Kommentaren, zum Beispiel bei Jameda, DocInsider, …
2. Schauen Sie bei den sonstigen Bewertungsportalen nach, denn Ärzte können auch woanders bewertet werden, zum Beispiel bei Yelp. Sind Sie bei Facebook oder Google+? Dann schauen Sie bitte auch dort nach, denn auch dort können Sie bewertet/rezensiert werden.
3. Und geben Sie zudem Ihren Namen einfach bei einer Suchmaschine ein, zum Beispiel Google, dazu auch den Begriff „Bewertung", dann erhalten Sie wahrscheinlich weitere Portale, auf denen Sie gelistet sind und wo Sie jeder Patient bewerten kann oder es schon tat

auf den Arztbewertungsportalen nach, und dort nicht nur bei der Gesamtnote, sondern auch bei den Kommentaren. Beachten Sie auch die sonstigen Bewertungsportale, denn Ärzte können auch woanders bewertet werden. Sind Sie bei Facebook oder Google+? Dann schauen Sie bitte auch dort nach, denn auch dort können Sie bewertet/rezensiert werden.

Geben Sie außerdem Ihren Namen in Kombination mit dem Begriff „Bewertung" bei einer Suchmaschine ein, dann erhalten Sie wahrscheinlich weitere Portale, auf denen Sie gelistet sind und wo Sie jeder Patient bewerten kann oder es schon tat.

Und wie ist das Image der Plastischen Chirurgie? Kleiner Test: Fragen Sie doch mal einen Nichtmediziner, was ein Plastischer Chirurg so können muss und täglich macht. Und dann fragen Sie ihn doch mal, was ein „Schönheitschirurg" so alles drauf haben muss!

„Der ist sogar Schönheitschirurg!"

Die Ausbildung zum Plastischen Chirurgen dauert sechs Jahre, ist handwerklich und theoretisch anspruchsvoll, wird unter Kollegen anderer Fachrichtung geschätzt und genießt in der breiten Öffentlichkeit (sofern sich jemand tatsächlich darüber informiert) ein ehrfürchtiges, gutes Image. Der Titel (die Facharztbezeichnung) steht somit für Qualität, Seriosität, Patientensicherheit und Know-how, also positive Dinge, die extrem einfach von jedem Patienten überprüft werden können: Hat dieser Arzt oder diese Ärztin diese Facharztbezeichnung oder nicht?

Dennoch gibt es bei Google mehr Treffer zum Begriff „Schönheitschirurgie" als zum Begriff „Plastische Chirurgie". Warum? Drei Gründe:

1. Weil der Begriff „Schönheitschirurgie" medial perfekt ist: einfach zu merken und absolut positiv. Eine „Chirurgie der Schönheit" klingt sicherlich angenehmer und werbefähiger, als „Plastische Chirurgie" oder womöglich noch „Ästhetisch-Plastische Chirurgie", da viele Nichtmediziner mit dem Begriff „Plastische" schon Verständnisschwierigkeiten haben.
2. Weil es vor 40 Jahren versäumt wurde, den Begriff „Schönheitschirurg" als Begriff zu schützen, oder, wenn das nicht möglich gewesen wäre, durch gezielte PR-Arbeit einen neuen, weiteren, adäquaten Begriff rechtlich zu etablieren, der medial deutlich besser geeignet gewesen wäre als „Plastischer Chirurg".
3. Weil es einen „Normalbürger" nicht wirklich interessiert, wie schwere Verbrennungen operativ behandelt oder Lappenplastiken in der Realität übertragen werden.

In einer Studie fand die auf Medizin spezialisierte PR-Agentur des Autors 2013 heraus, dass in den Publikumsmedien der Begriff „Plastische Chirurgie" in einem deutlich positiveren Kontext vorkam als der Begriff „Schönheitschirurgie". Das Image des Begriffs „Plastische Chirurgie" ist also gut – besitzt aber bei der Zielgruppe der Patienten nicht mal im Ansatz die Relevanz, die er haben müsste, weder inhaltlich noch in der Reichweite der Bekanntheit. Da hilft nur eins: PR-Arbeit!

Kein schwarz und weiß

Wer als Arzt, ganz gleich welcher Fachrichtung, auf der eigenen Internetseite den Begriff „Schönheitschirurgie" meidet, um sich, durchaus nachvollziehbar, von diesem negativen Image des Begriffs „Schönheitschirurg" zu distanzieren, handelt standesrechtlich sicherlich vorbildlich. Aber: Wer als Patient einen ästhetischen Eingriff möchte, sucht neben dessen Bezeichnung an sich und der Stadt

Begriffe und deren PR-Relevanz

	Bedeutung in der Öffentlichkeit	Image in der Öffentlichkeit	PR-Eignung
Plastische Chirurgie	−	+	−
Schönheitschirurgie	+	−	+
Neues Synonym	+	+	+