Heft 6 • Dezember 2021 Band XXXII • ISSN 0938-2216

HAUT

DERMATOLOGIE • ALLERGOLOGIE • KOSMETOLOGIE

- DGÄPC-Statistik: Auswirkungen der COVID-19-Pandemie • Rolle der Social Media
- Optionen bei therapierefraktärem chronischem Fußekzem
- Vorhersagekraft von In-vitro- und Ex-vivo-Testmethoden bei der Entwicklung von Topika

Forum: Nach der medizinischen Komplikation kommt die PR-Komplikation • Serie Steuer, Finanzen, digitaler Datenaustausch – Teil 3: Ungeheuer Umsatzsteuer

Seitenblick: Ausstellungen: Surreale Tierwesen • Höhepunkte von „Brücke“ und „Blauer Reiter“

EBM-Tipp: Aktinische Präkanzerosen

IGeL-Tipp: Liquidation von IGeL nicht nach eigenem Ermessen

Therapieoption für Erwachsene mit mittelschwerer bis schwerer Atopischer Dermatitis (AD), die für eine systemische Therapie in Frage kommen[1]

Adtralza® – Das erste Biologikum mit gezielter Neutralisation von IL-13, einem Schlüsselzytokin der Atopischen Dermatitis[2]

Neutralität und Qualität 3 cme-anerkannt Punkte in der ärztlichen Fortbildung

CME: Mikrosklerotherapie – Behandlung von Besenreisern und retikulären Varizen

www.der-niedergelassene-arzt.de
das Portal für die HAUT und mehr

Shitstorm und Rufschädigung verhindern

Nach der medizinischen Komplikation kommt die PR-Komplikation

Marc Däumler, PR-Senior-Berater, Agentur excognito, Berlin

Meist entladen sich die Enttäuschung und der Ärger von behandelten Personen nach einer Komplikation in negativen Bewertungen. Negative Bewertungen können gelöscht werden, wenn sie unwahre oder rufschädigende Behauptungen enthalten – hier reicht meist eine Mail an den Portalbetreiber. Schlechte Bewertungen oder negative Kommentare, die nicht gelöscht werden können, sollten Sie immer beantworten, und zwar gesprächsanbietend, empathisch und freundlich.

Trotz erfolgreicher Therapie oder gelungener Operation können Patientinnen und Patienten unzufrieden sein und diese Meinung auch öffentlich kommunizieren. Richtig übel kann es sich für Sie entwickeln, wenn tatsächlich eine Komplikation oder sogar ein Behandlungsfehler für die Unzufriedenheit verantwortlich ist. Was also tun bei einer Komplikation, damit es keinen Shitstorm oder sogar eine Rufschädigung gibt? Hier gibt es verschiedene Szenarien, die auch unterschiedliche Aktionen von Ihnen verlangen.

Die Komplikation kann behoben werden

… und die Patienten sind ergebnisorientiert und somit am Ende zufrieden. Diese Zufriedenheit teilen sie im Idealfall dann auch auf einem Bewertungsportal mit.

Tipp: Sind Patientinnen und Patienten mit dem Ergebnis hochzufrieden, fragen Sie aktiv nach einer Bewertung.

Die Komplikation konnte behoben werden, das Ergebnis ist gut, aber die Patienten sind unzufrieden

Tipp: Wenn Sie die Unzufriedenheit bemerken, recherchieren Sie, wie aktiv diese Person in Social Media und auf Bewertungsportalen ist. Dazu geben Sie einfach den Patientennamen bei Google ein und werfen einen Blick auf Facebook sowie auf die gängigen Bewertungsportale. Das hilft Ihnen, die Gefahr einer Krisen-PR-Situation schneller zu erkennen.

Die Komplikation ist eingetreten und

… es ist Ihnen trotz Korrektureingriff nicht gelungen, das ursprünglich gewünschte Ergebnis zu erreichen. Dennoch scheint die behandelte Person dies zu akzeptieren.

Tipp: Nach einer Bewertung zu fragen ist tabu.

Die Komplikation ist eingetreten und

… es ist Ihnen trotz Korrektureingriff nicht gelungen, das ursprünglich gewünschte Ergebnis zu erreichen, und die behandelte Person akzeptiert diesen Status nicht. Spätestens jetzt befinden Sie sich in einer ernsten PR-Situation. Die Wahrscheinlichkeit,

Foto: towatowa / Shutterstock

Auch wenn dies Ihr erster Impuls ist: Antworten Sie nicht aggressiv auf eine negative Bewertung, sondern empathisch und lösungsorientiert. Denn Ihre Antwort wird vor allem von potenziellen Neupatienten gelesen.

dass diese Person die Enttäuschung nicht auf sich beruhen lässt, ist hoch. Das bedeutet, dass Sie von Folgendem ausgehen müssen: Negative Bewertung auf Arztbewertungsportalen wie Jameda oder Sanego, negative Bewertung bei Google MyBusiness, schlechte Rezension bei Facebook und wohlmöglich negative Kommentare bei Instagram.

Tipp: Beobachten Sie Ihre Präsenzen auf Ihren eigenen Social-Media-Kanälen und den gängigen Arztbewertungsportalen. Wenn Sie mit eigenem Profil angemeldet sind, erhalten Sie automatisch eine E-Mail, dass Sie bewertet wurden – das erspart das tägliche Recherchieren über Monate.

Die behandelte Person wechselt sofort die Arztpraxis für eine Nachbehandlung oder Korrektur

In diesem Fall ist das Arzt-Patienten-Verhältnis zerstört. Nun besteht nicht nur die Gefahr negativer Bewertungen durch die behandelte Person. Es kann auch in der neuen Arztpraxis aus einer medizinisch induzierten Komplikation schnell eine verbalisierte „Pfusch-OP" werden, und Pfusch-OPs sind perfekt für die Publikumsmedien.

Tipp: Wenn Sie erfahren können, wo die Person weiter behandelt wird: Nehmen Sie kollegial Kontakt auf, von Kollege zu Kollege. Es geht dabei nicht um eine medizinische Erklärung oder gar um ein Anbiedern. Es geht darum, aus der Anonymität heraus eine kollegiale Verbindlichkeit aufzubauen, um die emotionale Hemmschwelle für eine Pfusch-Story in den Medien zu erhöhen. Auch wenn Ihr Persönlichkeitsrecht als Arzt oder Ärztin gesetzlich geschützt ist, gilt: Wird es publik, dass Sie „der Pfuscher in dem TV-Beitrag" sind, wird es schwierig, dieses Image wieder abzulegen.

Sie erhalten negative Bewertungen

… zum Beispiel bei Google MyBusiness, Facebook, Jameda, Yelp oder auf anderen Portalen.

Tipp: Eine Überreaktion kann fatale Folgen haben, deswegen: prüfen Sie erstmal, ob die Bewertung gegen die Richtlinien des Portalbetreibers verstößt. Unwahre Behauptungen oder rufschädigende und beleidigende Formulierungen können gelöscht werden. Dazu benötigen Sie keinen Anwalt, eine Mail an den Portalbetreiber reicht aus.

Eine negative Bewertung ist nicht löschbar

Zuerst einmal: Eine negative Bewertung ist kein Drama. Wer 50 Bewertungen mit Note 1 vorweisen kann, sorgt eher für Skepsis. Eine negative ab und zu erhöht nicht nur die Glaubwürdigkeit, sondern ist auch eine große Chance für Sie, denn: Wer 49 hervorragende Bewertungen hat und eine negative, welche wird wohl gelesen? Genau! Diese eine. Und nun kommt es darauf an, wie Sie darauf reagieren. Aggressiv und verteidigend? Auch wenn Ihnen danach ist: Nein! Sondern empathisch und patientenorientiert, denn diesen Kommentar schreiben Sie nicht für die unzufriedene Person, sondern für all die anderen potenziellen Patientinnen und Patienten, die dann Ihre sympathische, lösungsorientierte, nette Antwort lesen. Und jeder weiß: Wenn es ein Problem geben sollte – mit Ihnen kann man reden.

Tipp: Bei Facebook können Sie Kommentare bei den Posts verbergen, das heißt: Nur die Person, die das geschrieben oder geliked hat, kann das noch sehen – für alle anderen Facebook-Besucher ist der Post und damit der Kommentar unsichtbar.

Worst Case: Sie haben eine Komplikation verursacht

…, konnten sie nicht mehr korrigieren und die behandelte Person erscheint mit oder ohne anderen Arzt damit in den Medien. Nun will die verantwortliche Redaktion von Ihnen einen Kommentar dazu.

Tipp: Auch wenn es in jedem PR-Handbuch anders steht: Bei Ärztinnen und Ärzten gelten eigene und andere PR-Gesetze: Gehen Sie nicht vor die Kamera und geben Sie kein Telefoninterview. Sie können noch so gut argumentieren, am Ende sind Sie mit diesem Fall stets negativ verbunden. Berufen Sie sich auf die ärztliche Schweigepflicht, melden Sie rufschädigende Social-Media-Einträge und konsultieren Sie notfalls einen Medienanwalt.

Fazit

Negative Bewertungen können Sie bei Regelverstößen löschen lassen. Grundsätzlich sollten Sie jede negative Bewertung kommentieren, denn: „Wer schweigt, stimmt zu." Grundsätzlich gilt: Vergewissern Sie sich, dass Ihr sichtbares Profil bei Google MyBusiness oder Facebook auch wirklich verifiziert angemeldet ist und es sich nicht um einen automatisch erstellten Account handelt – denn dann haben Sie keinerlei Zugriff oder Handhabe.

Korrespondenzadresse
Marc Däumler, PR-Senior-Berater
Agentur excognito
Bergmannstraße 102, 10961 Berlin
E-Mail: marc.daeumler@excognito.de