



Umgang mit Onlinebewertungen – eine Empfehlung der FMH für Ärztinnen und Ärzte

Stand: 10.10.2019

Inhaltsverzeichnis

1	Zusammenfassung	3
2	Ausgangslage und Zielsetzung	4
3	Hintergrundinformationen	5
4	Rechtliche Grundlagen	7
5	Allgemeine Empfehlungen	8
	5.1 Beschwerden aufnehmen und als Chance nutzen	8
	5.2 Rechtliche Möglichkeiten kennen.....	9
	5.3 Definieren, auf welche Onlinebewertungen reagiert wird	9
	5.4 Leitfaden zur schriftlichen Beantwortung von Onlinebewertungen erstellen	10
6	Empfehlungen im Umgang mit Google-Bewertungen	13
	6.1 Alerts einrichten	13
	6.2 Google My Business – sich den Auswirkungen bewusst sein	13
	6.3 Löschen von Google-Bewertungen – wie geht das?	14
7	Beispiele aus der Praxis	15
8	Ansprechpartner	16
9	Literaturverzeichnis	17

1 Zusammenfassung

Trotz noch relativ geringer Nutzung seitens der Patientinnen und Patienten, gewinnen Onlinebewertungen für Ärztinnen und Ärzte infolge dem verstärkten Wunsch nach grösstmöglicher Transparenz an Bedeutung. Während sich aus berechtigten Beschwerden Verbesserungspotentiale ergeben, können nicht berechnete negative Onlinebewertungen emotionale bis hin zu existenzbedrohenden Auswirkungen für die betroffene Ärzteschaft haben.

Die Empfehlungen der FMH für den Umgang mit Onlinebewertungen sollen daher Ärztinnen und Ärzte über die rechtlichen Möglichkeiten aufklären und ihnen konkrete zusätzliche Hilfestellungen bieten.

Empfehlung 1: Beschwerden aufnehmen und als Chance nutzen

Beschwerden können als Chance für Verbesserungen von Prozessen und Patientenbindungen verstanden werden. Die FMH empfiehlt, Möglichkeiten zu schaffen, um Beschwerden direkt vor Ort in der Gesundheitseinrichtung abgeben zu können. Dies kann beispielsweise in Form einer «Feedback-Box» geschehen.

Empfehlung 2: Rechtliche Möglichkeiten kennen

Bei Einträgen, welche persönlichkeitsverletzend sind, hat die Ärztin oder der Arzt Anspruch auf Verichtigung oder Berichtigung der Daten. Ob ein Eintrag persönlichkeitsverletzend ist, hängt davon ab, ob der Eintrag eine falsche Tatsachenbehauptung oder ein Werturteil mit herabsetzendem oder beleidigendem Inhalt ist. Bei der Antwort auf Kommentare ist darauf zu achten, dass die Reaktion selbst nicht ehrverletzend ist und zudem das Arztgeheimnis bewahrt wird.

Empfehlung 3: Definieren, auf welche Onlinebewertungen reagiert wird

Die FMH empfiehlt Ärztinnen und Ärzte, sich mit ihren Mitarbeitenden über Erfahrungen im Umgang mit (Online-) Beschwerden regelmässig auszutauschen. Gemeinsam soll festgelegt werden, welche Art von Onlinebewertungen auf keinen Fall akzeptiert werden und auf welche Bewertungen im Normalfall reagiert werden sollte.

Empfehlung 4: Leitfaden zur schriftlichen Beantwortung von Onlinebewertungen erstellen

Die FMH empfiehlt die Definition eines Standardprozesses zur Beantwortung von Onlinebewertungen in Form eines Leitfadens für die Mitarbeitenden der jeweiligen Gesundheitseinrichtung. Dabei sollte festgelegt werden, wie sich die Mitarbeitenden grundsätzlich bei der Reaktion auf Onlinebewertungen verhalten. Zudem kann geregelt werden, von wem, wie schnell und über welches Medium eine Reaktion erfolgt. Eine Definition von auswählbaren Textbausteinen ist hilfreich, um eine effiziente und sachliche Bearbeitung der Onlinebewertungen sicherzustellen.

Empfehlung 5: Google-spezifische Möglichkeiten kennen

Die FMH empfiehlt, «Alerts» einzurichten, die über das Vorkommen eines bestimmten Suchbegriffs im Internet informieren. Dies kann der Name der Arztpraxis oder der eigene Name sein. Weiter muss man sich den Auswirkungen eines «Google My Business» Eintrages bewusst sein und wissen, dass sich solche Einträge manuell und automatisch erstellen lassen. Sobald ein Google My Business Eintrag besteht, kann die jeweilige Arztpraxis bzw. die jeweilige Ärztin oder der Arzt über Google online bewertet werden. Google My Business Einträge können nicht gelöscht, jedoch vom jeweiligen Geschäft bearbeitet werden (z. B. Anpassung der Öffnungszeiten). Unangebrachte Inhalte oder rechtswidrige Onlinebewertungen können Google über die jeweiligen Formulare gemeldet werden.

2 Ausgangslage und Zielsetzung

In den letzten Jahren hat sich das Kommunikations- und Informationsverhalten stark verändert. Die Verbreitung und die Beliebtheit von sozialen Medien nehmen rasant zu und Angebote wie Facebook, Twitter, WhatsApp oder Instagram sind sowohl im privaten als auch im beruflichen Umfeld kaum mehr wegzudenken. Sowohl Ärztinnen und Ärzte als auch Patientinnen und Patienten nutzen soziale Medien mit dem Ziel gesundheitsbezogene Informationen zu verbreiten und in einem Netzwerk auszutauschen. Um auf die mit sozialen Medien verbundenen Risiken und Gefahren aufmerksam zu machen und ihre Mitglieder im korrekten Umgang mit diesen zu unterstützen hat die FMH Empfehlungen erarbeitet («[Social Media Empfehlungen](#)»). Diese werden regelmässig dem Stand der Entwicklungen in diesem Bereich angepasst.

Eine dieser Entwicklung ist die öffentliche Bewertung von Ärztinnen und Ärzte durch ihre Patientinnen und Patienten. Auch wenn zum jetzigen Zeitpunkt nur wenige Patientinnen und Patienten hiervon Gebrauch machen, können negative Bewertungen für die betroffenen Ärztinnen und Ärzte emotional belastend sein oder im Einzelfall eine existenzielle Bedrohung für die Arztpraxis darstellen.

Das vorliegende Dokument soll daher den Mitgliedern der FMH als Leitfaden für den Umgang mit Onlinebewertungen dienen. Dabei sollen einerseits die rechtlichen Möglichkeiten und andererseits zusätzliche konkret umsetzbare Empfehlungen ausgesprochen werden.

3 Hintergrundinformationen

Das Interesse an Bewertungen von Produkten und Dienstleistungen bestand schon lange vor dem Aufkommen des Internets. In verschiedenen Branchen - wie beispielsweise der Restaurant- oder Hotelbranche – werden schon seit Jahrzehnten Testberichte verwendet. Die Verbreitung von sozialen Medien schafft eine Vielzahl von Möglichkeiten um Produkte oder Dienstleistungen online zu bewerten. Im Gegensatz zu persönlich übermittelter Mund-zu-Mund-Propaganda haben Bewertungen im Internet eine wesentlich höhere Reichweite und sind für lange Zeit öffentlich verfügbar (2).

Klassische Bewertungsportale wie beispielsweise TripAdvisor entwickeln sich dabei zunehmend zu Netzwerken mit einer eigener Benutzer-Community und Influencern (3). Im Gesundheitswesen besteht ebenfalls die Möglichkeit, dass sich wie in anderen Branchen gesundheitspezifische soziale Netzwerke bilden, wodurch Onlinebewertungen noch stärker verbreitet würden. Vorerst ist die Ärzteschaft jedoch erst auf einzelnen Bewertungsplattformen und allgemeinen sozialen Netzwerken mit Onlinebewertungen konfrontiert. Inwiefern dabei die Onlinebewertungen im Gesundheitswesen tatsächlich die Qualität der medizinischen Konsultation abbilden können, wird in der Literatur unterschiedlich diskutiert. Einerseits zeigen Studien, dass zwischen den Patientenbewertungen und objektiven medizinischen Outcome-Kriterien keine Korrelation besteht (4,5). Andererseits können Patientinnen und Patienten sehr wohl Parameter wie die Infrastruktur, Organisation oder die Freundlichkeit bewerten, wobei diese Faktoren ebenso zu einer «guten Ärztin bzw. Arzt» beitragen (6).

Onlinebewertungen können sowohl positive wie negative Auswirkungen haben. Aus berechtigten negativen Bewertungen entstehen für die Ärzteschaft Chancen, indem Verbesserungspotentiale für bestimmte Arbeits- bzw. Praxisprozesse sichtbar werden. Durch daraus abgeleitete Verbesserungsmaßnahmen profitieren Patientinnen und Patienten sowie die Ärzteschaft gleichermassen. Zudem kann die Verfügbarkeit von Onlinebewertungsportalen und die dadurch gesteigerte Transparenz in einem gesteigerten öffentlichen Vertrauen in das Gesundheitssystem bzw. in die Gesundheitsfachpersonen resultieren (7).

Da Onlinebewertungen nachweislich nicht zur Bewertung von medizinischen Outcome-Kriterien genügen, müssen unbedingt auch die damit verbundenen negativen Auswirkungen ernst genommen werden. Sowohl für die Patientinnen und Patienten wie auch für die Ärzteschaft entstehen in diesem Zusammenhang verschiedene Schadenspotentiale: Um die Qualitätskriterien der Bewertungsportale möglichst gut zu erfüllen, kann es von Seiten der Ärzteschaft zu einer veränderten Patientenselektion führen, was somit paradoxerweise die Qualität der Gesundheitsversorgung negativ beeinflussen kann. Ebenso können Faktoren wie Einkommen, Kultur, Geschlecht oder Alter der Patientinnen und Patienten den Zugang zu Onlinebewertungsportalen beeinflussen und damit zu einer Informationsasymmetrie zwischen den Patientinnen und Patienten führen. Für die Ärzteschaft müssen zudem die möglichen emotionalen und psychologischen Auswirkungen und insbesondere die finanziellen Schäden durch negative Bewertungen beachtet werden. (8,9)

Nicht sachgerechte negative Bewertungen stellen für die Ärzteschaft das grösste Problem dar: Bei solchen Onlinebewertungen entstehen grosse (rechtliche) Herausforderungen, insbesondere wegen berufsspezifischen Regulierungen wie z.B. der Unterstellung unter das Berufsgeheimnis (10–12). Ärztinnen und Ärzte können sich gegenüber der Person, welche die Bewertung abgegeben hat, häufig nicht zur Wehr setzen, weil die Bewertungen oft anonym abgegeben werden. Auch die Möglichkeit, eine Gegendarstellung abzugeben, hilft meistens nicht weiter, da die Ärztin oder der Arzt hierfür oft Angaben zur Krankengeschichte machen müsste. Ohne Einwilligung des Patienten oder Entbindung vom Arztgeheimnis durch die kantonale Aufsichtsbehörde würde dies regelmässig einen Verstoß gegen das Arztgeheimnis bedeuten.

Die häufig geäußerten Bedenken gegenüber Onlinebewertungen seitens der Ärzteschaft sind somit nachvollziehbar. Im individuellen Fall kann bereits eine negative und nicht sachgerechte Bewertung grosse Auswirkungen auf die einzelne Ärztin bzw. den einzelnen Arzt haben. Es ist jedoch zu beachten, dass negative Onlinebewertungen von Ärztinnen und Ärzten laut bisherigen Erkenntnissen selten sind: Die Ergebnisse von mehreren Studien zeigen, dass die meisten Patientinnen und Patienten die Ärzteschaft auf Onlinebewertungsportalen grundsätzlich positiv bewerten und somit keine Evidenz für ein «Doctor-Bashing» besteht (13–15).

In der Schweiz bestehen mit Google und Webseiten wie medicosearch.ch, okdoc.ch, docapp.ch oder deindoktor.ch verschiedene Möglichkeiten zur Bewertung von Ärztinnen und Ärzten (16). Jedoch nutzen Schweizer Patientinnen und Patienten diese online Bewertungsportale noch wenig: Im Rahmen des eHealth Barometers 2019 hat die FMH die Bevölkerung in einer Zusatzfrage nach der Nutzung von Ärztebewertungsportalen befragt. Dabei gaben nur 2% der Befragten an, ihre Ärztin oder ihren Arzt im letzten Jahr online bewertet zu haben.¹ Fast drei Viertel der Befragten gaben zudem an, dass sie Onlinebewertungen bei der Arztwahl als nicht wichtig empfinden. Bei der Wahl einer Ärztin bzw. eines Arztes scheinen weiterhin persönliche Empfehlungen besser geeignet zu sein als unpersönliche öffentliche Informationen (17,18). Trotz der momentan geringen Nutzung ist davon auszugehen, dass die Anzahl von Onlinebewertungen aufgrund des Wunsches nach grösstmöglicher Transparenz in Zukunft zunehmen wird.

Hintergrundinformationen

Trotz noch relativ geringer Nutzung seitens der Patientinnen und Patienten gewinnen Onlinebewertungen für Ärztinnen und Ärzte infolge dem verstärkten Wunsch nach grösstmöglicher Transparenz an Bedeutung. Laut Studien gibt es im Gesundheitswesen jedoch keine Korrelation zwischen Onlinebewertungen und medizinischen Outcome-Kriterien. Patientinnen und Patienten können aber sehr wohl Parameter wie die Infrastruktur, Organisation oder die Freundlichkeit bewerten, wobei diese Faktoren ebenso zu einer «guten Ärztin bzw. Arzt» beitragen. Die Onlinebewertungen können sich sowohl positiv wie negativ auf die Ärzteschaft auswirken. Während sich aus berechtigten Beschwerden Verbesserungspotentiale ergeben, können nicht berechnete negative Onlinebewertungen emotionale bis hin zu existenzbedrohenden Auswirkungen für die betroffene Ärzteschaft haben. Bisherige Studien zeigen jedoch, dass die meisten Onlinebewertungen positiv sind und keine Evidenz für ein «Doctor-Bashing» besteht.

¹ Unveröffentlichte Zusatzfrage des eHealth Barometer 2019 (n=1'200): «Haben Sie in den letzten 12 Monaten Ihren Arzt oder Ärztin auf einer Bewertungsplattform (z.B. Google oder medicosearch.ch) bewertet?»

4 Rechtliche Grundlagen

Bewertungsportale umfassen meist zahlreiche Angaben zur Praxis und zur Person der Ärztin oder des Arztes. Aus juristischer Sicht steht daher die datenschutzrechtliche Beurteilung der Bewertungsportale im Vordergrund. Die einschlägige gesetzliche Regelung findet sich im Datenschutzgesetz (DSG). Dieses ist anwendbar, wenn Personendaten – d.h. alle Angaben, die sich auf eine bestimmte oder bestimmbare Person beziehen, – bearbeitet werden (Art. 2 Abs. 1, Art. 3 lit. a, e und f DSG). Dazu zählt insbesondere die Veröffentlichung von Informationen und Bewertungen mit Bezug zu Ärztinnen und Ärzten im Internet.²

Somit müssen bei der Bewertung von Ärztinnen und Ärzten die allgemeinen Grundsätze für die Bearbeitung von Personendaten gemäss Art. 4 DSG und die Art. 12 ff. DSG beachtet werden. Insbesondere darf die Bearbeitung die Persönlichkeit der betroffenen Person nicht verletzen: Sie darf nicht entgegen Treu und Glauben erfolgen, unverhältnismässig sein, und es dürfen keine Daten gegen den ausdrücklichen Willen der betroffenen Person bearbeitet werden (Art. 12 Abs. 1 und Abs. 2 lit. a und b DSG i.V.m. Art. 4 DSG). Eine Persönlichkeitsverletzung kann darin bestehen, dass das Recht über die eigenen Personendaten selbst zu bestimmen (sog. Recht auf informationelle Selbstbestimmung) oder andere Persönlichkeitsgüter ernsthaft bedroht werden.³ Dies ist z.B. der Fall, wenn die Bewertung gegen den ausdrücklichen Willen des betroffenen Arztes erfolgt, nachweislich falsche Tatsachenbehauptungen enthält oder einen ehrverletzenden bzw. herabwürdigenden Inhalt hat.⁴ Gemäss der Definition des Schweizerischen Strafgesetzbuches geht es bei der Ehre um den Ruf und die Wertschätzung einer Person als ehrbarer Mensch, um die Geltung bei Dritten. Es geht um die Geltung als achtbarer Mensch, den Ruf, «sich so zu benehmen, wie nach allgemeiner Anschauung ein charakterlich anständiger Mensch sich zu verhalten pflegt».

In bestimmten Fällen kann eine persönlichkeitsverletzende Datenbearbeitung aber ausnahmsweise gerechtfertigt sein. Eine Rechtfertigung kann durch Einwilligung des Verletzten, durch ein überwiegendes privates oder öffentliches Interesse oder durch ein Gesetz gegeben sein (Art. 13 Abs. 1 DSG).⁵

Den betroffenen Rechten der Ärztin oder des Arztes stehen somit die wirtschaftlichen Interessen am Betrieb der Bewertungsplattform, das Interesse an einem freien Datenverkehr sowie die Meinungsfreiheit der Nutzer, die die Bewertungen abgeben, gegenüber. Es gibt in der Schweiz noch keine höchstrichterliche Rechtsprechung, die eine Orientierungshilfe für diese Interessenabwägung geben könnte. Seitens der Bewertungsportale besteht jedoch kein Interesse an der Verbreitung von beleidigenden oder nachweisbar falschen Bewertungen. Dementsprechend verbieten Portalbetreiber in ihren Nutzungsbedingungen regelmässig solche Aussagen und bieten die Möglichkeit an, ihnen diese zu melden, damit sie gelöscht werden können. Dies ist sinnvoll, da auf diese Weise ein langwieriger und teurer Rechtsstreit im Vorfeld vermieden werden kann. Wenn eine rechtswidrige Persönlichkeitsverletzung gegeben ist, können die betroffenen Ärztinnen und Ärzte vom Portalbetreiber die Unterlassung der Datenbearbeitung und die Vernichtung oder Berichtigung der Daten verlangen (Art. 15 Abs. 1 DSG i.V.m. Art. 28, 28a und 28l ZGB). Diese Ansprüche richten sich gegen sämtliche Personen, die an der widerrechtlichen Persönlichkeitsverletzung mitgewirkt haben.⁶

Darüber hinaus enthält das DSG einen allgemeinen und umfassenden Anspruch auf Auskunft gegenüber Inhabern von Datensammlungen⁷ (Art. 8 Abs. 1 DSG). Der Begriff des «Inhabers» ist sehr weit gefasst: Darunter fällt jeder, der den Zweck der Sammlung festlegt und die Bearbeitungsmittel und -

² Vgl. Erläuterungen des EDÖB zu Bewertungsplattformen im Internet, www.edoeb.admin.ch -> Datenschutz -> Internet und Computer -> Onlinedienste -> Bewertungsplattformen.

³ David Rosenthal / Yvonne Jöhri, Handkommentar zum Datenschutzgesetz sowie weiteren, ausgewählten Bestimmungen, Art. 12 Rz. 3.

⁴ Siehe BGE 138 III 641 E. 4.1.1 ff; Erläuterungen des EDÖB zu Bewertungsplattformen im Internet, a.a.O.

⁵ Da kein gesetzlicher Rechtfertigungsgrund vorliegt, hat dies zur Folge, dass für die Veröffentlichungen auf Bewertungswebseiten grundsätzlich die Einwilligung der betroffenen Person erforderlich ist, sofern kein überwiegendes Interesse besteht, vgl. Erläuterungen des EDÖB zu Bewertungsplattformen im Internet, a.a.O.

⁶ Rosenthal/Jöhri, a.a.O., Art. 12 Rz. 10

⁷ Eine Datensammlung ist jeder Bestand von Personendaten, der so aufgebaut ist, dass die Daten nach betroffenen Personen erschliessbar sind (Art. 3 Bst. g DSG).

methoden bestimmt, sowie über deren Inhalt, also über die Existenz und die wesentliche Ausgestaltung entscheidet (Art. 3 Bst. i DSGVO). Es ist davon auszugehen, dass die Betreiber der Bewertungsplattformen als Inhaber von Datensammlungen anzusehen sind⁸ und die betroffenen Ärztinnen und Ärzte daher einen Auskunftsanspruch gegen den Portalbetreiber haben.

Ärztinnen und Ärzte sind als Mitglied FMH verpflichtet, die Standesordnung der FMH (StaO) einzuhalten. Art. 20 Abs. 2 und Ziff. 2.3 des Anhangs 2 der StaO verbieten Ärztinnen und Ärzten, Empfehlungen von Patientinnen und Patienten zum Zwecke der Werbung zu verwenden. Ärztinnen und Ärzte dürfen also nicht mit positiven Bewertungen auf Onlineplattformen Werbung machen, z.B. indem sie auf ihrer Webseite auf diese Bewertungen verweisen.

5 Allgemeine Empfehlungen

Im Umgang mit Onlinebewertungen gilt es, die positiven Aspekte von Onlinebewertungen als Chance aufzunehmen und bei negativen Bewertungen angemessen zu reagieren.

5.1 Beschwerden aufnehmen und als Chance nutzen

Beschwerden sind in wirtschaftlich tätigen Unternehmungen in zweierlei Hinsicht von grosser Bedeutung: Ein funktionierendes Beschwerdemanagement stellt einerseits den Beschwerdeführer zufrieden und führt dadurch zu positiven Effekten hinsichtlich des Unternehmenserfolges und weist ein erhebliches Potenzial für das Kundenbeziehungsmanagement auf. Andererseits können die durch das Beschwerdemanagement gewonnen Einsichten und Informationen zu einer Verbesserung von Dienstleistungen führen, woraus sich ein hohes Potenzial für das Qualitätsmanagement einer Unternehmung ergibt. (19)

Beschwerden – ob persönlich, per Brief oder online abgegeben – sollten deshalb grundsätzlich positiv aufgenommen und nicht primär als bedrohend und mühsam eingeschätzt werden. Mit dem Akzeptieren der Kritik einer Patientin oder eines Patienten ist der erste Schritt zu einer optimalen Reaktion getan. Eine negativ wahrgenommene Situation einer Patientin bzw. eines Patienten kann bei angemessener Reaktion seitens Arztpraxis auch in ein positives Erlebnis umgewandelt werden. Bewährt hat sich die Feedbackaufnahme vor Ort, da in der Praxis direkt reagiert werden kann und Verbesserungsideen im gemeinsamen Gespräch mit den Patienten schneller generiert werden. Zudem kann vor Ort aufgenommene oder diskutierte negative Kritik dazu führen, dass die Patientinnen und Patienten auf negative Onlinebewertungen verzichten. Folgende Massnahmen können vor Ort abgegebene Kritik unterstützen (20):

- Schaffen von geeigneten Strukturen wie Feedbackbogen, Feedback-Briefkästen
- aufliegende Informationsblätter zum Beschwerdemanagement
- persönliche Informationen zum Beschwerdemanagement beim Erstgespräch (z. B. Hinweis durch MPA)

Empfehlung 1: Beschwerden aufnehmen und als Chance nutzen

Beschwerden können als Chance für Verbesserungen von Prozessen und Patientenbindungen verstanden werden. Die FMH empfiehlt, Möglichkeiten zu schaffen, um Beschwerden direkt vor Ort in der Gesundheitseinrichtung abgeben zu können. Dies kann beispielsweise in Form einer «Feedback-Box» geschehen.

⁸ Ebenso: Erläuterungen des EDÖB zu Bewertungsplattformen im Internet, a.a.O.

5.2 Rechtliche Möglichkeiten kennen

Da die Veröffentlichung von Daten von Ärztinnen und Ärzten eine Bearbeitung von Personendaten darstellt und daher das Datenschutzgesetz (DSG) anwendbar ist, hat die bewertete Person bei persönlichkeitsverletzenden Einträgen Anspruch auf die Vernichtung oder Berichtigung der Daten. Um festzustellen, ob eine Persönlichkeitsverletzung vorliegt, braucht es eine Grundrechtsabwägung zwischen der freien Meinungsäusserung und den Persönlichkeitsrechten der betroffenen Ärztin oder Arztes. Bei der freien Meinungsäusserung wird grundsätzlich zwischen Tatsachenbehauptungen und Werturteilen unterschieden, welche das EDÖB folgendermassen umschreibt:

Tatsachenbehauptungen müssen der Wahrheit entsprechen, beweisbar sein und werden grundsätzlich nicht als persönlichkeitsverletzend eingestuft. Werden jedoch Tatsachen behauptet, welche nicht allgemein bekannt und von sensiblem Gehalt sind, kann deren Veröffentlichung die Privatsphäre der betroffenen Person verletzen. Werturteile sind im Vergleich hierzu Äusserungen persönlicher Ansichten oder Schlussfolgerungen über eine bestimmte Person oder einen Sachverhalt. Gemäss ständiger Rechtsprechung durch das Bundesgericht sind Werturteile zulässig, solange diese vertretbar erscheinen und nicht unnötig herabsetzend oder beleidigend sind. (1)

Bei Evaluationsergebnissen von Onlinebewertungsportalen handelt es sich gemäss den Erläuterungen des EDÖB meist um Werturteile, da die Evaluationsmethoden (qualitativ oder quantitativ) nicht ausreichen, um die Ergebnisse als Tatsachenbehauptung zu qualifizieren.

Empfehlung 2: Rechtliche Möglichkeiten kennen

Bei Einträgen, welche persönlichkeitsverletzend sind, hat die Ärztin oder der Arzt Anspruch auf Vernichtung oder Berichtigung der Daten. Ob ein Eintrag persönlichkeitsverletzend ist, hängt davon ab, ob der Eintrag eine falsche Tatsachenbehauptung oder ein Werturteil mit herabsetzendem oder beleidigendem Inhalt ist. Bei der Antwort auf Kommentare ist darauf zu achten, dass die Reaktion selbst nicht ehrverletzend ist und zudem das Arztgeheimnis bewahrt wird. Wenn Sie den Eindruck haben, dass ein Verstoß gegen die einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen vorliegt, haben Sie als Mitglied der FMH die Möglichkeit sich an den Rechtsdienst der FMH zu wenden.

Fallbeispiele

zu tolerierender Eintrag:

«Die Wartezeiten sind unglaublich lang, das Empfangspersonal unfreundlich und der Arzt arrogant. Er hat mir nach einer Stunde Wartezeit kaum zugehört und mir nach fünf Minuten eine Unmenge an Medikamenten gegeben. Nach Einholen einer Zweitmeinung kam heraus, dass der Grossteil der Medikamente unnötig war. Ich kann diesen Arzt niemandem empfehlen!»

ehrverletzender Eintrag:

«So ein A... von Arzt. Zuerst behandelt mich die Kuh von Empfangsdame wie einen Idioten und dann muss ich über eine Stunde warten, bevor mich dieser arrogante Kerl kurz anguckt und mit einer Unmenge an teils schädlichen Medikamenten wieder nach Hause schickt. Dieser Arzt ist eine Gefahr für die Allgemeinheit!»

Beide Einträge stellen eine Persönlichkeitsverletzung dar, wenn der Verfasser nachweislich kein Patient war und damit eine falsche Tatsachenbehauptung veröffentlicht.

5.3 Definieren, auf welche Onlinebewertungen reagiert wird

Es empfiehlt sich, mit allen Mitarbeitenden darüber zu diskutieren, welche Onlinebewertungen nicht akzeptiert werden sollen. Dies hilft bei der Festlegung des weiteren Vorgehens, da auf inakzeptable Onlinebewertungen eine andere Reaktion erfolgen muss, als auf akzeptierbare Bewertungen. Es empfiehlt sich, anhand von Erfahrungen durch bisherige Beschwerden (aus persönlichen Gesprächen, Briefen, Onlinebewertungen) mögliche Onlinebewertungen als «neutral oder positiv», «negativ

aber akzeptierbar» und «negativ und nicht akzeptierbar» zu kategorisieren. Je nach Kategorie der Bewertung kann anschliessend ein standardisiertes Vorgehen ausgearbeitet werden.

Jedoch ist es – aufgrund von personellen Ressourcen oder des Inhaltes der jeweiligen Bewertung – nicht immer sinnvoll, auf jede Bewertung zu reagieren. Es ist daher empfehlenswert, im Voraus festzulegen, bei welchen Bewertungen im Normalfall eine Reaktion folgen sollte. Dabei ist beispielsweise festzulegen, ob man sowohl bei Bewertungen ohne Kommentar (z. B. nur Sternenbewertung 1-5) wie auch bei Bewertungen inklusive Kommentar reagiert. Zudem kann es durchaus sinnvoll sein, auch auf positive oder neutrale Bewertungen eine Rückmeldung zu geben, da dies den Patientinnen und Patienten signalisiert, dass man Rückmeldungen generell schätzt.

Empfehlung 3: Definieren, auf welche Onlinebewertungen reagiert wird

Die FMH empfiehlt Ärztinnen und Ärzte, sich mit ihren Mitarbeitenden über bisherige Erfahrungen im Umgang mit (Online-) Beschwerden regelmässig auszutauschen. Gemeinsam soll festgelegt werden, welche Art von Onlinebewertungen auf keinen Fall akzeptiert werden und auf welche Bewertungen im Normalfall reagiert werden sollte.

5.4 Leitfaden zur schriftlichen Beantwortung von Onlinebewertungen erstellen

Nachdem geklärt wurde, auf welche Onlinebewertungen reagiert werden soll, ist die Definition eines Standardprozesses zur Reaktion auf die jeweilige Bewertung sinnvoll. Dieser kann in einem Leitfaden für die Mitarbeitenden festgehalten werden. Die vorgängige Definition eines Standardprozesses vereinfacht die einheitliche Bearbeitung und minimiert das Risiko bei emotional geschriebenen Einträgen unangemessen zu reagieren. Es empfiehlt sich dabei innerhalb seiner Gesundheitsinstitution folgende Fragen zu klären und schriftlich festzuhalten:

- **Wie verhalten wir uns grundsätzlich bei der Reaktion auf Onlinebewertungen?**
Es empfiehlt sich, bei der Reaktion auf Onlinebewertungen möglichst freundlich zu bleiben und nicht persönlich zu werden. Kurz und verständlich verfasste Antworten mit möglichen Lösungsvorschlägen sind zudem einfacher zu verstehen als lange Erklärungstexte. Weiter kann den bewertenden Personen angeboten werden, sich per Mail oder Telefon zu melden, so dass das Problem gemeinsam gelöst werden kann. Bei offensichtlichen Fehlern sollte man diese zugeben und sich dementsprechend entschuldigen. Jedoch sollte die Verantwortung bei nicht verschuldeten Ereignissen nicht übernommen werden. Schliesslich führt eine Unterschrift mit Name oder Initialen dazu, dass sich die Patientinnen und Patienten wertgeschätzt fühlen und wahrnehmen, dass die Antwort durch einen echten Menschen geschrieben wurde.
- **Von wem erfolgt die Reaktion?**
Während bei Einzelpraxen üblicherweise die betroffene Ärztin oder der betroffene Arzt selbst auf die Bewertung reagiert, können in Ärztenetzwerken auch einzelne Verantwortliche definiert werden, welche im Rahmen des Beschwerdemanagements für die (Teil-) Bearbeitung von allen abgegebenen Onlinebewertungen zuständig sind.
- **Wie schnell erfolgt die Reaktion?**
Eine zeitnahe Antwort führt dazu, dass die Patientinnen und Patienten merken, dass sich die angesprochene Ärztin oder Arzt für ihre Meinung interessiert sowie ihre Anliegen ernst genommen werden. Eine zeitnahe Reaktion führt ebenso dazu, dass nicht gerechtfertigte Kommentare für die Leser der Bewertungen rechtzeitig berichtigt werden können und somit das Risiko für einen «lawinenartigen» Sturm der Entrüstung reduziert werden kann.
- **Über welches Medium erfolgt die Reaktion?**
Bei verschiedenen Bewertungsplattformen besteht die Möglichkeit, direkt auf eine Bewertung zu antworten. Nicht immer ist jedoch eine umgehende schriftliche Antwort zielführend. Oftmals

ist es besser, ein erstes persönliches Gespräch zu führen, sofern der Absender der Onlinebewertung bekannt ist. Im persönlichen Gespräch besteht die Chance, dass durch die Aufnahme der Kritik und gemeinsamer Diskussion des spezifischen Falles die Patientin oder der Patient zur Löschung des Online-Eintrags bewegt werden kann.

- **Welche Textbausteine werden zur Reaktion verwendet?**

Die Definition von Textbausteinen hilft der Arztpraxis, auf den Bewertungsportalen einheitlich aufzutreten. Sie helfen zudem der antwortgebenden Person dabei, emotionale Reaktionen zu verhindern und sachlich zu argumentieren. Zudem können Textbausteine zur effizienten Bearbeitung der Onlinebewertungen beitragen. Natürlich können die jeweiligen Textbausteine im individuellen Fall angepasst und erweitert werden.

Empfehlung 4: Leitfaden zur schriftlichen Beantwortung von Onlinebewertungen erstellen

Die FMH empfiehlt die Definition eines Standardprozesses zur Beantwortung von Onlinebewertungen in Form eines Leitfadens für die Mitarbeitenden der jeweiligen Gesundheitseinrichtung. Dabei sollte festgelegt werden, wie sich die Mitarbeitenden grundsätzlich bei der Reaktion auf Onlinebewertungen verhalten. Zudem kann geregelt werden, von wem, wie schnell und über welches Medium eine Reaktion erfolgt. Eine Definition von Textbausteinen ist hilfreich, um eine effiziente und sachliche Bearbeitung der Onlinebewertungen sicherzustellen.

Folgende Vorlage wurde mit Inhalten einer fiktiven Arztpraxis befüllt. Je nach Arztpraxis können die zu definierenden Inhalte (z.B. Verantwortlichkeiten) pro Zeile anders befüllt werden.

Ziel	Dieser Kommunikationsleitfaden definiert, wie die Praxismitarbeitenden der «Arztpraxis Gutmütig» auf Onlinebewertungen im Normalfall reagieren sollen. Damit wird sichergestellt, dass innerhalb unserer Arztpraxis auf Onlinebewertungen systematisch und einheitlich reagiert wird.														
Anwendungsbe- reich	Unter der Voraussetzung, dass beim jeweiligen Bewertungsportal Reaktionsmöglichkeiten bestehen oder die bewertende Person bekannt ist, gibt dieser Leitfaden standardisierte Reaktionen auf folgende Bewertungskategorien vor: <ul style="list-style-type: none"> • Neutrale oder positive Bewertungen: mit Kommentar • Negative, sachliche Bewertungen: mit oder ohne Kommentar • Negativ, verletzende Bewertungen: mit Kommentar 														
Grundsätze	Grundsätze für die Reaktion auf Onlinebewertungen: <ul style="list-style-type: none"> • Freundlich bleiben und nicht persönlich werden. • Den bewertenden Personen anbieten, sich per Mail oder Telefon zu melden, so dass das Problem gelöst werden kann. • Fehler offen zugeben. Bei nicht verschuldeten Ereignissen, soll die Verantwortung jedoch nicht übernommen werden. • Aufzeigen, wie das Problem gelöst werden könnte. • Entschuldigen, falls es angemessen erscheint. • Mit Namen oder Initialen unterschreiben. 														
Verantwortlich- keit	<ul style="list-style-type: none"> • Für das Management der Onlinebewertungen (Entdeckung, Information der zuständigen ÄrztInnen, etc.) ist die leitende MPA zuständig. Die leitende MPA sucht einmal wöchentlich nach neuen Onlinebewertungen und initiiert die Reaktion, sofern diese nach diesem Leitfaden notwendig ist. • Folgende Verantwortlichkeiten gelten je nach Bewertungskategorie und Reaktionsmöglichkeit: <table border="1" style="margin-left: 40px;"> <thead> <tr> <th></th> <th>Positiv, neutral</th> <th>Negativ, sachlich</th> <th>Negativ, verletzend</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Schriftliche Reaktion</td> <td>Leitende MPA</td> <td>Leitende MPA in Ab- sprache mit zuständiger ÄrztIn</td> <td>GeschäftsführerIn</td> </tr> <tr> <td>Persönliche Reaktion</td> <td>Keine</td> <td>Zuständige ÄrztIn</td> <td>GeschäftsführerIn</td> </tr> </tbody> </table>				Positiv, neutral	Negativ, sachlich	Negativ, verletzend	Schriftliche Reaktion	Leitende MPA	Leitende MPA in Ab- sprache mit zuständiger ÄrztIn	GeschäftsführerIn	Persönliche Reaktion	Keine	Zuständige ÄrztIn	GeschäftsführerIn
	Positiv, neutral	Negativ, sachlich	Negativ, verletzend												
Schriftliche Reaktion	Leitende MPA	Leitende MPA in Ab- sprache mit zuständiger ÄrztIn	GeschäftsführerIn												
Persönliche Reaktion	Keine	Zuständige ÄrztIn	GeschäftsführerIn												
Reaktionszeit	Die Reaktionszeit bestimmt die Zeit zwischen dem Entdecken der Onlinebewertung und der Reaktion und ist je nach Bewertungskategorie unterschiedlich definiert: <ul style="list-style-type: none"> • Positiv, neutral: innerhalb von zwei Wochen • Negativ, sachlich: innerhalb von zwei Wochen • Negativ, verletzend: möglichst kurz nach Entdecken 														
Reaktionsme- dium	<ul style="list-style-type: none"> • positiv / neutral: auf jeweiligem Bewertungsportal • negativ, sachlich: persönlich, sofern BewerterIn bekannt. Ansonsten auf jeweiligem Bewertungsportal • negativ, verletzend: persönlich oder schriftlich an Bewertungsportal 														
Textbausteine	Bei der Reaktion auf die Onlinebewertungen sollen wenn möglich Textbausteine angewendet und auf die individuelle Bewertung angepasst werden. Folgende Beispiele können verwendet werden: <ul style="list-style-type: none"> • Positiv, neutral: <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Vielen Dank für Ihre positive Rückmeldung zu Ihrem Besuch in unserer Arztpraxis.</i> ○ <i>Wir freuen uns über Ihre positiven Rückmeldung. Sie bestätigt unser Streben nach einer grösstmöglichen Patientenzufriedenheit.</i> • Negativ, sachlich: <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Vielen Dank für Ihre Rückmeldung. Wir bedauern Ihre negativen Erfahrungen in unserer Arztpraxis. Ihre Rückmeldung hilft uns jedoch dabei, unsere Dienstleistungen kontinuierlich zu verbessern. Wir hoffen daher, dass Sie Ihren nächsten Termin bei uns positiver erleben werden und verbleiben mit freundlichen Grüßen</i> • Negativ, verletzend: <ul style="list-style-type: none"> ○ Keine, individuelle Antwort je nach Bewertung 														

6 Empfehlungen im Umgang mit Google-Bewertungen

Google ist eine der bekanntesten und grössten Online-Suchmaschinen und bietet mit der Rezensions-Funktion auch eine Onlinebewertung von Unternehmungen an, wodurch auch häufig Arztpraxen betroffen sind. Da Google in der Schweiz im Alltag mittlerweile eine grosse Präsenz hat, werden im folgendem Kapitel spezifische Empfehlungen im Umgang mit Google aufgezeigt.

6.1 Alerts einrichten

Die besten Standardprozesse im Umgang mit Onlinebewertungen helfen nichts, wenn nicht bemerkt wird, dass auf einem beliebigen Onlineportal eine Bewertung zur jeweiligen Arztpraxis bzw. Ärztin oder Arzt eingegangen ist. Über die kostenlose Funktion «Google Alerts» besteht jedoch die Möglichkeit, E-Mail-Benachrichtigungen zu erhalten, wenn in der Google-Suche neue Ergebnisse zu einem bestimmten Thema oder einem bestimmten Namen erscheinen. Um die Funktion einzurichten, kann Google Alert⁹ aufgerufen werden und im Suchfeld das Thema eingegeben werden, dem man gerne folgen möchte. In den Einstellungen kann man bestimmen, wie häufig man Benachrichtigungen erhalten möchte, auf welcher Art von Websites gesucht werden soll, von welcher Region und in welcher Sprache die Suchergebnisse angezeigt werden sollen und wie viele Suchergebnisse jeweils angezeigt werden können. Zudem kann angegeben werden, auf welche Mailadresse die Suchergebnisse jeweils geschickt werden sollen. Ein bereits angelegter Alert kann jederzeit auch wieder geändert oder gelöscht werden.

Neben Google Alerts gibt es mittlerweile eine Vielzahl von alternativen Alert-Tools, die neue Online-Erwähnungen finden und ebenso per Mail darüber informieren. Die Alertsysteme unterscheiden sich dabei häufig durch die Art der durchsuchten Websites (Social Media Plattformen, Webseiten, Blogs, etc.) und durch die damit verbundenen Kosten. Je nach Bedürfnissen und Anzahl von Onlinebewertungen bzw. –nennungen kann ein spezifisches Alert-System Sinn machen. Für einen erstmaligen Gebrauch empfehlen sich jedoch kostenlose Varianten.

6.2 Google My Business – sich den Auswirkungen bewusst sein

Durch einen «Google My Business» Eintrag wird das Unternehmensprofil einem Nutzer präsentiert, wenn dieser in Google Maps oder per Google-Suche nach dem jeweiligen (oder einem ähnlichen) Geschäft sucht. Die auf Google angezeigten Unternehmensinformationen werden aus unterschiedlichen Quellen zusammengestellt. Die Angaben zum jeweiligen Unternehmen basieren auf den vom Unternehmen angegebenen Daten, auf Berichten von Nutzern sowie auf anderen Quellen.¹⁰

Ein Google My Business Eintrag kann ein Unternehmen kostenlos bei Google beantragen.¹¹ Jedoch kann ein Eintrag auch automatisch über andere Quellen aggregiert werden. In diesem Fall kann der Geschäftsinhaber die Inhaberschaft des Brancheneintrags beantragen.¹² Dadurch besteht die Möglichkeit u. a. unerwünschte Bilder, welche aus anderen Quellen übernommen wurden zu entfernen. Weiterhin können unangemessene Inhalte Google gemeldet werden. **Bedenken Sie bitte, dass der Standort in Google Maps möglicherweise weiterhin angezeigt wird, auch wenn Sie nicht als Inhaber bestätigt sind.**

Sobald Sie Inhaber des Brancheneintrages sind, haben Sie die Möglichkeit, den Eintrag zu bearbeiten und beispielsweise die Öffnungszeiten, Kontaktdaten oder Fotos zu bearbeiten, so dass potenzielle Patientinnen und Patienten die Arztpraxis leichter finden und besser über das Unternehmen informiert sind.¹³

⁹ <https://www.google.ch/alerts>

¹⁰ <https://support.google.com/business/answer/2721884?hl=de>

¹¹ https://www.google.com/intl/de_ch/business/

¹² <https://support.google.com/business/answer/4566671?>

¹³ <https://support.google.com/business/answer/3039617>

6.3 Löschen von Google-Bewertungen – wie geht das?

Eine Löschung eines Google My Business-Eintrages mit den jeweilig dazugehörenden Bewertungen und Kommentaren ist grundsätzlich nicht möglich. Aus datenschutzrechtlichen Gründen aber können Nutzer innerhalb der EU/EFTA/CH, die Ihr Geschäft am privaten Wohnort betreiben oder betrieben haben, den Geschäftseintrag löschen lassen, wenn sie das Geschäft dort nicht mehr ausführen. Dies wird jedoch auf die wenigsten Arztpraxen zutreffen.

Möglich ist jedoch die Meldung von unangebrachten Inhalten, welche gegen die Nutzungsrichtlinien von Google verstossen sowie die Meldung von rechtswidrigen Inhalten. Zu Inhalten welche gegen die Nutzungsrichtlinien verstossen, gehören unter anderem (21):

- Spam- und Fakeinhalte (z. B. gefälschte Inhalte)
- Nicht themenbezogene Inhalte (z. B. Inhalte, welche sich nicht auf den Arztbesuch sondern auf politische Themen beziehen)
- Illegale Inhalte (z.B. Bilder, die eine Urheberrechtsverletzung darstellen)
- Sexuell explizite und anstössige Inhalte (z. B. obszöne, vulgäre Sprache)
- Gefährliche oder abwertende Inhalte, (z. B. Drohungen, Diskriminierung)
- Interessenskonflikte (z. B. das eigene Unternehmen bewerten)

Verstösse gegen die Nutzungsrichtlinien von Google können gemeldet werden, indem die Bewertung geöffnet und neben der Sternebewertung das Flaggen-Symbol mit dem Hinweistext «als unangemessen melden» ausgewählt wird.

Rechtswidrige Rezensionen können über ein Formular gemeldet werden (22), wobei die URL des betreffenden Inhaltes sowie die genaue Begründung, wieso ein bestimmter Inhalt aus Sicht der Betroffenen rechtswidrig ist, angegeben werden müssen. Enthält die Begründung weitergehende Informationen, die unter das Arztgeheimnis fallen, so ist die Entbindung der ärztlichen Schweigepflicht durch die betroffene Patientin oder die zuständige Aufsichtsbehörde erforderlich.

Weiterhin muss beachtet werden, dass die Bearbeitung einer solchen Anfrage etwas dauern kann, da Google täglich eine Flut von Meldungen erreicht. Die gemeldeten Inhalte werden dabei unter Berücksichtigung der Meinungsfreiheit der Nutzer, der Freiheit des Informationszugangs und des öffentlichen Interesses beurteilt. Da sich Google oftmals mit diametral entgegengesetzten Behauptungen konfrontiert sieht, muss im Zweifelsfall die Rechtswidrigkeit eines Eintrages gerichtlich festgestellt werden, da Google zur Beurteilung oft die Kontextinformationen fehlen.

Empfehlung 5: Google-spezifische Möglichkeiten kennen

Die FMH empfiehlt, «Alerts» einzurichten, die über das Vorkommen eines bestimmten Suchbegriffs im Internet informieren. Dies kann der Name der Arztpraxis oder der eigene Name sein. Weiter muss man sich den Auswirkungen eines «Google My Business» Eintrages bewusst sein und wissen, dass sich solche Einträge manuell und automatisch erstellen lassen. Sobald ein Google My Business Eintrag besteht, kann die jeweilige Arztpraxis bzw. die jeweilige Ärztin oder der Arzt über Google online bewertet werden. Google My Business Einträge können nicht gelöscht, jedoch vom jeweiligen Geschäft bearbeitet werden (z. B. Anpassung der Öffnungszeiten). Unangebrachte Inhalte oder rechtswidrige Onlinebewertungen können Google über die jeweiligen Formulare gemeldet werden.

7 Beispiele aus der Praxis

Situation: Dr. Neu

Dr. Neu hat vor kurzem seine Arztpraxis eröffnet. Nach einigen wenigen guten Bewertungen erhält er eine Bewertung mit nur einem Stern ohne Kommentar. Dr. Neu entschliesst sich, die Bewertung zu ignorieren.

Ergebnis:

Aufgrund der wenigen guten Bewertungen sowie der schlechten Bewertung, erhält die Arztpraxis eine schlechte durchschnittliche Bewertung. Da es sich hierbei nicht um eine ehrverletzende Äusserung handelt, kann Dr. Neu mit der Situation umgehen und widmet sich seiner Tätigkeit, die ihm am Herzen liegt: Patienten zu helfen.

Vorgehen:

Handelt es sich nicht um eine anonyme Bewertung und stellt sich heraus, dass die Person, nicht als Patient in der Arztpraxis bekannt ist, empfiehlt es sich kurz und freundlich darauf aufmerksam zu machen.

Situation: Dr. Rechtlich

Dr. Rechtlich liest eine negative Onlinebewertung zu seiner Arztpraxis. Nachdem der Arzt auf dem Bewertungsportal keine Löschungsmöglichkeiten findet, ruft er einen ihm bekannten Anwalt an und fordert per eingeschriebenem Brief an die Patientin die Löschung des Eintrages. Er belegt seine fachlichen Entscheidungen in ihrem Fall und macht deutlich, dass er rechtliche Schritte prüft.

Ergebnis:

Die Onlinebewertung wurde nach der schriftlichen Aufforderung von der Patientin gelöscht. Dabei hat der Arzt jedoch eine Patientin verloren, welche womöglich auch in ihrem Bekanntenkreis von den negativen Erfahrungen berichten wird und somit auch negativen Einfluss auf andere potentielle Patientinnen des Arztes hat.

Auffallend:

Der Arzt scheint in diesem Fall aufgrund des Inhaltes oder des Zeitpunktes der Onlinebewertung sehr genau zu wissen, wer diese verfasst hat. Trotzdem sucht er nicht das persönliche Gespräch mit der Patientin, sondern droht ihr schriftlich mit weiteren juristischen Schritten und beharrt auf seinem fachlich zweifelslos korrekten Vorgehen.

Alternatives Vorgehen:

Da der Arzt die Verfasserin der Onlinebewertung identifizieren konnte, wäre statt eines schriftlichen Kontaktes auch ein persönliches Gespräch per Telefon möglich gewesen. Im persönlichen Gespräch hätte der Arzt herausgefunden, dass sich die Patientin über die lange Wartezeit enervierte und daher gereizt auf die persönlichen Fragen während der Anamnese reagiert hat. Der Arzt entschuldigt sich und erklärt, dass die Wartezeit aufgrund eines ungeplanten Notfalls entstand. Zudem erklärt er die Wichtigkeit der gestellten Fragen in der Anamnese bezüglich ihrer Diagnose. Die Patientin fühlt sich ernst genommen und kann die Argumentation des Arztes nachvollziehen. Zuhause löscht sie die Onlinebewertung und erzählt in ihrem Bekanntenkreis von ihrem kritikfähigen Arzt.

Situation: Dr. Sommerlich

Die Arztpraxis von Dr. Sommerlich erhält innerhalb von sechs Monaten drei Bewertungen mit nur einem Stern auf Google, wobei sich die Bewertungen gleichen: Die Patienten beschwerten sich über zu lange Wartezeiten in einem stark klimatisierten Wartezimmer. Die Ärztin bittet daraufhin besonders dankbare Patientinnen und Patienten, ihre Praxis online möglichst positiv zu bewerten.

Ergebnis:

Die positiven Bewertungen gleichen die negativen aus und der Gesamtdurchschnitt der Onlinebewertungen verbessert sich auf akzeptable vier Sterne.

Auffallend:

Die Kritik der Patientinnen und Patienten ist nicht an die medizinischen Fähigkeiten gerichtet. Die Verärgerung entsteht durch nicht erfüllte Erwartungshaltungen, prozessuale und kommunikative Probleme. Die Ärztin nutzt die Beschwerden nicht zur Verbesserung ihrer eigenen Praxisprozesse sondern versucht über positive Bewertungen die «Symptome» anstatt die Ursache zu bekämpfen.

Alternatives Vorgehen:

Die Ärztin nimmt das Feedback auf, bedankt sich bei den Patienten mit einem Onlinekommentar für die Hinweise und meldet zurück, dass die Raumtemperatur des Wartezimmers mittlerweile angepasst wurde. Zudem verspricht sie, ihre Prozesse und die Kommunikation während der Wartezeit zu verbessern. Damit zeigt sie Wertschätzung gegenüber den Patientinnen und Patienten und nutzt die Bewertungen zur kontinuierlichen Verbesserung ihrer praxisinternen Prozesse.

8 Ansprechpartner

Auskünfte zu rechtlichen Fragestellungen:

Rechtsdienst FMH
Tel.: 0900 364 364
E-Mail: lex@fmh.ch

Telefonische Auskünfte erhalten Sie jeweils am Montag von 14 bis 17 Uhr und am Donnerstag von 9 bis 12 Uhr (CHF 4.00/Min.: Mitglieder ab 15 Min., Nicht-Mitglieder ab 1. Min.)

Auskünfte zu sonstigen Fragestellungen zu Onlinebewertungen:

Abteilung Digitalisierung / eHealth
Tel.: 031 359 11 11
E-Mail: ehealth@fmh.ch

9 Literaturverzeichnis

1. EDÖB. Erläuterungen zu Bewertungsplattformen im Internet [Internet]. [cited 2019 May 8]. Available from: https://www.edoeb.admin.ch/edoeb/de/home/datenschutz/Internet_und_Computer/onlinedienste/bewertungsplattformen/erlaeuterungen-zu-bewertungsplattformen-im-internet.html
2. King RA, Racherla P, Bush VD. What we know and don't know about online word-of-mouth: A review and synthesis of the literature. *J Interact Mark.* 2014;
3. Cheng A. TripAdvisor Wants to Become Your New Social Media Feed - At Least for Travelling [Internet]. 2018. Available from: <https://www.forbes.com/sites/andriacheng/2018/09/17/tripadvisor-wants-to-become-your-new-activity-feed-just-for-travel/#19839f6957c8>
4. Okike K, Peter-Bibb TK, Xie KC, Okike ON. Association between physician online rating and quality of care. *J Med Internet Res.* 2016;
5. Daskivich TJ, Houman J, Fuller G, Black JT, Kim HL, Spiegel B. Online physician ratings fail to predict actual performance on measures of quality, value, and peer review. *J Am Med Informatics Assoc.* 2018;
6. Rothenfluh F, Schulz PJ. Physician rating websites: What Aspects are important to identify a good doctor, and are patients capable of assessing them? A mixed-methods approach including physicians' and health care consumers' perspectives. *J Med Internet Res.* 2017;
7. Werner RM, Asch DA. The unintended consequences of publicly reporting quality information. *Journal of the American Medical Association.* 2005.
8. Strech D. Arztbewertungsportale aus ethischer Perspektive. Eine orientierende Analyse. *Z Evid Fortbild Qual Gesundheitswes.* 2010;
9. Strech D. Ethical principles for physician rating sites. *J Med Internet Res.* 2011;
10. Meienberg O. Arzt-Entwertung im Internet. *Schweizerische Ärztezeitung.* 2018;
11. Meienberg O. Praxisärzte-Rating auf Abwegen. *Arzt-Entwertung im Internet. Schweizerische Ärztezeitung.* 2018;
12. Mahler D. FMH sollte sich der Problematik «Ärztbewertungen im Internet» dringlich annehmen! *Schweizerische Ärztezeitung.* 2018;
13. Kadry B, Chu LF, Kadry B, Gammas D, MacArio A. Analysis of 4999 online physician ratings indicates that most patients give physicians a favorable rating. *J Med Internet Res.* 2011;
14. Emmert M, Meier F. An analysis of online evaluations on a physician rating website: Evidence from a german public reporting instrument. *J Med Internet Res.* 2013;
15. Emmert M, Sander U, Pisch F. Eight questions about physician-rating websites: A systematic review. *Journal of Medical Internet Research.* 2013.
16. Büchi S. Arztbewertung - Wie viele Sterne dürfen's denn sein. *SRF [Internet].* 2016; Available from: <https://www.srf.ch/sendungen/puls/gesundheitswesen/arztbewertung-wie-viele-sterne-duerfen-s-denn-sein>
17. McLennan S, Strech D, Meyer A, Kahrass H. Public awareness and use of German physician ratings websites: Cross-sectional survey of four North German cities. *Journal of Medical Internet Research.* 2017.
18. Burkle CM, Keegan MT. Popularity of internet physician rating sites and their apparent influence on patients' choices of physicians. *BMC Health Serv Res.* 2015;
19. Stauss B, Seidel W. Beschwerdemanagement: unzufriedene Kunden als profitable Zielgruppe. *Carl Hanser Verlag München;* 2014.

20. SQMH-Arbeitsgruppe Beschwerdemanagement. Leitfaden Beschwerdemanagement [Internet]. 2010. Available from: <http://www.sqmh.ch/wordpress/wp-content/uploads/2015/08/Leitfaden-Version-August-10.pdf>
21. Google. Richtlinie für von Maps-Nutzern veröffentlichte Inhalte [Internet]. [cited 2019 May 13]. Available from: https://support.google.com/contributionpolicy/answer/7400114?hl=de&ref_topic=7422769
22. Google. Anderes Problem melden und die Entfernung aufgrund rechtlicher Verstösse beantragen [Internet]. [cited 2019 May 13]. Available from: https://support.google.com/legal/contact/lr_legalother?product=googlemybusiness&uraw&hl=de