



Der Blick auf die gegenwärtigen Rahmenbedingungen für Online-Videosprechstunden verstellt den Blick auf das Zukunftspotenzial

Von *IFABS*

Erstellt am 9 Mär 2017 - 07:10

Quelle und weiterführende Informationen: <http://bit.ly/2mlwZ2u> [1]

Eine aktuelle Untersuchung zeigt, dass ambulant tätige Ärzte nur eine geringen Bereitschaft zum Einsatz von Online-Videosprechstunden besitzen. Doch die Entscheidung sollte nicht allein mit dem Blick auf die gegenwärtigen Rahmenbedingungen getroffen werden, sondern unter strategischen Gesichtspunkten.

Zurückhaltende Einsatzbereitschaft

Wurde das Aufkommen des konzeptionellen Ansatzes der Online-Videosprechstunde noch mit zurückhaltendem Interesse beobachtet, haben sich in der Ärzteschaft nach Festlegung der Durchführungs-Konditionen vor allem Ärger und die Enttäuschung breit gemacht und beeinflussen gegenwärtig stark die Bereitschaft von Praxisinhabern, sich auf diesem Gebiet zu engagieren. Das zeigt auch das Ergebnis einer Kurzumfrage in der Valetudo Arzt-Community®, die mit Hilfe der Net Promoter-Methode ermittelte, wie wahrscheinlich es ist, dass niedergelassene Ärzte in diesem Jahr das Video-Sprechstundenangebot in den eigenen Leistungskatalog aufnehmen. Hierbei ergab sich ein Score von -60,4%.

In der generalisierten Sicht vorteilhaft

Die positiven Aspekte dieser Sprechstunden-Form sind – aus einer übergeordneten Perspektive betrachtet – vielfältig: sie reichen von der Möglichkeit einer Neustrukturierung der Sprechstunde-Typen und des Patientenflusses bis hin zur Nutzung des Competence-enhancement-Effektes. Er besteht darin, dass das Angebot der Online-Videosprechstunde ein neuer, stark wirkender Qualitäts- und Kompetenz-Indikator ist, der auch auf Patienten wirkt, für die eine Nutzung dieses Angebotes selbst nie in Frage kommt.

Über den Einsatz entscheiden Arzt- und praxisindividuelle Kriterien

Die konkrete Entscheidung für oder gegen einen Einsatz ist jedoch von jedem Arzt für sich persönlich zu treffen, denn er muss

- (a) genügend Patienten betreuen, für die dieses Angebot attraktiv ist,
- (b) davon überzeugt sein, dass die Video-Kommunikation sowohl medizinisch als auch unter Berücksichtigung seines Patienten-Betreuungskonzeptes in sein Praxiskonzept integriert werden kann und
- (c) eine starke Eigenmotivation besitzen, dieses Medium zu nutzen.

Mediziner, die hier nur halbherzig agieren und / oder den Ansatz undifferenziert einsetzen, werden mit diesem Instrument auch nicht erfolgreich sein.

Strategy matters

Der Einsatz der Video-Kommunikation ist vor allem eine unternehmerisch-strategische Entscheidung, die auf einer Kosten-Nutzen-Kalkulation basiert sollte und nicht allein auf der



subjektiven Bewertung der Abrechnungsziffern und ihres monetären Gegenwertes. Kein Arzt „muss“ sich online mit seinen Patienten austauschen, aber er sollte es, wenn er das für seine Arbeit langfristig als förderlich erachtet.

- [Arzt, Praxis und Qualifikationen](#)

Quellen URL (aufgerufen am 31 Dez 2020 - 01:52): <http://medkom24.eu/node/22179>

Links:

[1] <http://bit.ly/2mlwZ2u>