



# Unerlässlich für transformationswillige Ärzte: Bestimmung der Digital-Affinität des eigenen Patientenstamms

Von *IFABS*

Erstellt am 17 Mär 2017 - 07:24

Quelle und weiterführende Informationen: <http://bit.ly/2n4Qwqw> [1]

Für die konkrete Entwicklung eines digitalisierten Praxismanagements helfen niedergelassenen Ärzten generelle Angaben zur Akzeptanz elektronischer Lösungen durch die Bevölkerung wenig. Entscheidend sind vielmehr die Anforderungen der eigenen Patienten.

Trends helfen Praxisinhabern nur wenig

Verfolgt man die Berichterstattung zum Thema „Bevölkerung und Digitalmedizin“, wird aus einer Vielzahl von im Ergebnis gleichlautender Marktforschungs-Untersuchungen deutlich, dass hier in der Gesamtbetrachtung ein starkes Interesse besteht. Diese Erkenntnis ist für die Entwicklung des Themas grundlegend und wichtig, sie hilft allerdings nur wenig, wenn es um die konkrete Transformation des einzelnen Praxisbetriebes geht. Der Erfolg dieses Prozesses hängt nicht nur von den jeweils anzutreffenden Ausgangsvoraussetzungen des Praxismanagements ab, sondern auch von der Struktur des Patienten-Klientels.

Was sagen meine Patienten

Das kann im Extremfall dazu führen – wie unsere Vor-Ort-Untersuchungen zeigen –, dass ein Praxisinhaber, der größtes Interesse an einer digitalen Unterstützung bestimmter Patientengruppen hat, auf nur ein geringes Interesse bei den Zielpersonen stößt. Deshalb ist es – unabhängig davon, ob Praxisinhaber konkret planen, digitale Lösungen in ihren Praxen einzusetzen oder sich bislang mit diesem Thema noch gar nicht intensiver auseinandergesetzt haben –, für sie wichtig, den Status der Digitalaffinität und -anforderungen ihrer Patienten genauer zu kennen.

Auf die Detail-Kenntnis kommt es an

Diese Informationen besitzen sowohl akute (Gestaltung der Praxis-Homepage, Links etc.) als auch perspektivische Relevanz. Akut geht es u. a. darum zu erfahren:

- wie ausgeprägt der Wunsch nach Online-Terminvereinbarungen ist,
- wie intensiv Gesundheitsportale genutzt werden,
- ob die Bereitschaft zu Online-Videosprechstunden besteht,
- wie viele Patienten Smartphones besitzen und an Recalls über SMS oder E-Mail interessiert sind,
- wer bereits Fitness- und Gesundheits-Tracker einsetzt,
- etc.

Die Erhebung dieser und weiterer Daten kann einfach durch einen Zusatz-Teil der routinemäßig durchgeführten Patientenbefragungen erfolgen, aber auch im Rahmen einer eigenen thematischen Befragung, die zudem den Vorteil hat, auch unter dem Marketing-Gesichtspunkt (Stichwort: „Moderne Praxis“) zu wirken.



- [Arzt, Praxis und Qualifikationen](#)

**Quellen URL (aufgerufen am 31 Dez 2020 - 01:52):** <http://medkom24.eu/node/22205>

**Links:**

[1] <http://bit.ly/2n4Qwqw>