

www.bester-pathologe.de? Ihr Institut im Internet Pflicht und Kür einer Homepage

„Internet-Auftritt“ – ein Begriff, der an (männliche und weibliche) Diven erinnert. Tatsächlich gibt es weit prosaischer und vor allem weit weniger individuell zu. Mittlerweile gibt es allein mit der Endung .de 8.944.616 Auftritte. Von den ca. 500 Instituten für Pathologie haben sich 75 auf der Seite www.pathologie.de mit ihrem Internet-Auftritt eintragen lassen. Die Homepage ist dabei, Telefon und Fax auf ihre Weise zu ergänzen.

„Institutsmarketing“ ist für Ärzte und auch für Pathologen längst kein Fremdwort mehr. Sie erkennen die Notwendigkeit und das Angenehme, selbst aktiv die Kommunikation der Institutsstärken und des Leistungsangebotes zu übernehmen. Dazu bietet sich auch die eigene Homepage im Internet an.

Die Suche nach Gesundheitsinformationen im Internet rangiert bei den ca. 40 Millionen Bundesbürgern mit Internetzugang ganz weit oben. Die allgemeinen Suchmaschinen und Arztauskünfte im Internet ersetzen zunehmend das Telefon- bzw. Branchenbuch. Wer nicht drinsteht, den gibt es nicht? Im Folgenden finden Sie Ideen, Pflichten und Kollegen-Tipps für Ihren Internetauftritt. Autor: Dr. Franco Fracella

Die Rahmenbedingungen für Ihre Homepage

Nur die Angaben eines Praxis-schildes auf die eigene Website zu stellen, genügt nicht. Internetnutzer sind eine anspruchsvolle Zielgruppe und daher auch schnell enttäuscht. Grundsätzlich sind folgende drei Eckpunkte zu beachten:

- Die Homepage sollte zum gesamten Praxis- oder Institutsauftritt passen.
- Die Bedürfnisse und Erwartungen der potentiellen Homepage-Nutzer müssen erfüllt werden.
- Die (werbe-) rechtlichen Vorgaben müssen beachtet werden.

Integrieren Sie Ihre Homepage in die bestehenden Strukturen

Ein wichtiges Erfolgskriterium für Ihre Homepage ist die Integration in die bestehenden Aktivitäten und

Strukturen. Dieses neue Medium ist mehr als ein Kommunikations- oder Marketinginstrument, es spiegelt Ihr Institut oder Klinikabteilung wider und ergänzt sie. Deshalb ist es wichtig, die Homepage der Philosophie und dem bestehenden Design anzupassen und so eine Wiedererkennung über alle Medien, wie Briefpapier, Frankierstempel, Praxisschild und Visitenkarte zu gewährleisten. Diese sollten im Gegenzug alle auch Hinweise auf Ihre Webadresse erhalten.

Beantworten Sie sich zunächst die folgenden Fragen realistisch:

Welche Ziele habe ich mit meiner Homepage? Was möchte ich kommunizieren? Wen möchte ich ansprechen? Möchte ich einen Praxisrundgang mit Video oder Fotos ermöglichen? Sollen

sich die Informationen auf die Praxis beschränken? Welche Themen können meine Gespräche mit Einsendern erleichtern oder verkürzen? Welche Leistungen möchte ich darstellen? Wie will ich mich präsentieren, ausschließlich als Ärztin / Arzt, oder auch privat mit Familie oder Hobbys? Möchte ich mein Team vorstellen? Möchte ich zur Interaktion per E-Mail anregen (müssen beantwortet werden!)? Möchte ich Teile der Praxisabläufe ins Internet verlagern (z. B. Bestellungen)? Am besten beantworten Sie diese Fragen detailliert und schriftlich ausformuliert. Ein vorhandenes Praxisleitbild oder eine Soll-Konzeption, zum Beispiel im Rahmen eines Corporate Identity Projekts, erleichtern die Beantwortung erheblich.

Neben Inhalt und Design sollten Sie auch die Wahl der Internetadresse gut bedenken. Der Internetname sollte kurz und einprägsam sein. So kann Ihnen beispielsweise die Nennung Ihres Institutsitzes oder Ihrer Spezialisierung wichtig sein (www.maxmusterhamburg.de, www.dr-maxmusterpathologie.de). Nicht zulässig ist die Verwendung von Gattungsbegriffen ohne Individualisierung (www.pathologen.de) oder werbende Aussagen (www.besterpathologie.de). Die deutschen Adressen werden von der DENIC verwaltet. Die Adressdatenbank ist unter www.denic.de abfragbar. Sollte Ihr Wunschname mit der En-

dung .de nicht mehr frei sein, können Sie auf alternative Endungen wie .net, .com, .biz oder .info ausweichen (www.whoix.com).

(Werbe-) Rechtliche Vorschriften

Es gibt Vorschriften für Werbung von Ärzten im weitesten Sinn. Eine Auseinandersetzung mit diesen rechtlichen Vorgaben ist vor der Erstellung der eigenen Instituts-Webseite unerlässlich. Beachten Sie im Wesentlichen folgende Gesetze und Regelungen:

- Musterberufsordnung für Ärzte (MBO-Ä) in der jeweils gültigen Fassung der zuständigen Landesärztekammer, der Beschluss

des 105. Ärztetages in Rostock zur „Beruflichen Kommunikation“ lockerte die bisher sehr restriktiven Werbevorschriften für Ärzte erheblich. Ausgelöst durch entsprechende Urteile der höchsten Gerichte blieb letztlich keine andere Chance. Diese entschieden in der Regel „für die Informationsfreiheit der Patienten und Klienten“. Auf dem Institutsschild und damit auch auf der Webseite darf demnächst auch auf Schwerpunkte wie molekulare Pathologie oder andere Qualifikationen hingewiesen werden, die nicht Gegenstand des Weiterbildungsrechts sind.

- Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG),
- Teledienstgesetz (TDG, §6, Absatz 5),
- ggfs. Regelungen in den Versorgungsverträgen mit den gesetzlichen Kassen.

Nicht erlaubt sind:

- anpreisende, irreführende und vergleichende Werbung
- Dankeschreiben
- Angebot gewerblicher Dienste in Verbindung mit der Praxis,
- Patienten-Diskussionsforen

Unbedenkliche Inhalte für Ihre Website

Ohne jedes Risiko können Sie auf ihrer Instituts-Website alle Angaben präsentieren, die auch für das Institutsschild erlaubt sind, also:

- Name, Institutsanschrift, Telefon, Fax, E-Mail, Internet-Adresse,
- Bezeichnung als Ärztin / Arzt oder führende Arztbezeichnung (Facharzt-, Schwerpunkt- und Zusatzbezeichnung),
- weitere medizinische akademische Grade, ärztliche Titel, andere akademische Grade in Verbindung mit Fakultätsbezeichnungen,
- Öffnungszeiten
- z. B. Gemeinschaftspraxis, Partnerschaft

Weitere zulässige Angabe

- Privatwohnung und private Telefon/Faxnummer

Die Pflicht

Das Teledienstgesetz macht folgende Angaben seit 21.12.2001

Diagnostik – Das Team – Links

Gemeinschaftspraxis Dr. med. M. Tiemann /
Dr. med. Chr. Schulte, Hamburg

Sie haben eine junge Praxis, warum haben Sie sich gleich einer Homepage gewidmet?

Gerade weil wir eine kürzlich gegründete Praxis sind, wollten wir auch auf die heutigen Medien zurückgreifen. Das Internet ist für alle zugänglich. Es bietet eine schnelle Information. Ein Grund mag auch darin liegen, dass wir selbst das Internet und Email viel nutzen, um eine Adresse herauszufinden, um zu wissen, wer Ansprechpartner in einer Klinik ist, und um aktuelle Literatur zu recherchieren z. B.

Welchem Zweck dient Ihre Linkliste?

Es ist eine Sammlung, die mir selbst interessant erschien. In der WHO werden aktuelle Entwicklungen der Medizin thematisiert. Wir als alte Kieler benutzen zwar auch die Kieler Nomenklatur, für unsere hämatopathologischen Diagnosen aber ist die WHO-Nomenklatur nun einmal Standard.

Hängen Homepage und Praxisorganisation zusammen?

Eher noch nicht. Wir organisieren keine Praxisabläufe über das Web, bis auf die Möglichkeit, den Einsendeschein herunterzuladen.

Welche Erfahrungen haben Sie mit Ihrer Homepage gemacht?

Direkte Rückmeldungen haben wir noch wenige. Niedergelassene Ärzte sind auch eher noch zögerlich im Umgang mit dem Internet. In der Universität bestehen oft noch schnellere Internetzugänge, die auch öfter genutzt werden.

Was empfehlen Sie Ihren Kollegen?

Besser eine kleine Webseite als keine.



**Dr. med.
Christoph Schulte**

www.haematopathologie-hamburg.de

auf einer Arzt-Homepage zur Pflicht:

- die gesetzliche Berufsbezeichnung und der Staat, in dem sie verliehen wurde,
- die Ärztekammer, der Sie angehören (Name, Adresse und Link, siehe www.bundesaerztekammer.de),
- eine aktuelle Version Ihrer jeweiligen Berufsordnung (PDF oder Link zur BO auf dem Server Ihrer Ärztekammer),
- E-Mail-Adresse,
- für niedergelassene Ärzte die zuständige Kassenärztliche Vereinigung (zuständige Aufsichtsbehörde),

- bei Partnerschaftsgesellschaften die Registernummer und
- die Umsatzsteueridentifikationsnummer, falls eine zugeteilt wurde.

Sie müssen diese Informationen nicht auf der Startseite platzieren. Die Erwähnung auf einer Folgeseite (z.B. mit dem Titel Pflichtangaben oder aber im Impressum) reicht aus, wenn die Angaben leicht erkenn- und erreichbar sind. Bei Nichtbeachtung der ergänzend geforderten Website-Angaben des Ende 2001 veränderten Teledienstgesetzes (TDG) drohen bis zu 50.000 Euro Geldbuße.

Die Kür

**Rechtlich unbedenklich
können Sie schon jetzt auf
Ihrer Website zusätzliche
folgende Inhalte präsentieren:**

- Logo des Instituts
- Bilder vom Praxisteam und den Räumlichkeiten,
- persönliche Angaben wie Geburtsjahr des Institutsleiters, Konfession, Sprachkenntnisse (Arzt und Team), weitere durch die Landesärztekammer zuerkannte Qualifikationen,
- Hinweise, sachliche Informationen und Erläuterungen besonderer Untersuchungs- und Behandlungsverfahren
- Zeitpunkt der Approbationserteilung, der Niederlassung, der Anerkennung der Facharzt-, Schwerpunkt-, Zusatzbezeichnung, die geführt wird,
- Öffnungszeiten und Erreichbarkeit außerhalb der Öffnungszeiten, Praxislage in Bezug auf öffentliche Verkehrsmittel, Angabe von Parkplätzen, besondere Einrichtungen für Behinderte,
- Anzeigen (z.B. über die Niederlassung, Urlaub, Vertretung etc.),
- Zugehörigkeit zu einem Praxisverbund und
- Zusammenarbeit mit Selbsthilfegruppen.

Für Ihre Einsender und Kollegen:

Sie können für Ihre Kollegen und andere Ärzte auch besondere Informationen bereit stellen.

Z. B.

- Kompletter Lebenslauf, Publikationsliste,

Menschen - Wissen - Service

Gemeinschaftspraxis für Pathologie, Prof. Dr. med. Götz Brandt, Prof. Dr. med. Fritz Städtler, Dr. med. Carsten Städtler

Warum haben Sie sich für eine Homepage entschieden?

Ich halte das Internet und eine Homepage für ein notwendiges und wichtiges zukunftsorientierendes Kommunikations- und Informationsmittel.

Wann und von wem ist sie erstellt worden?

Unsere Webseite gibt es seit 2001. Gestaltung und Strukturierung erfolgte durch die Ärzte der Praxis selbst. Auch die Betreuung und Aktualisierung bleibt in der Familie. Lediglich die Installation hat eine Firma in Berlin vorgenommen.

Sie stellen die Pathologie mit Historie und gegenwärtiger Funktion relativ ausführlich vor, warum?

Wir möchten mit unserer Homepage Patienten, medizinisches Personal und Kollegen informieren. Das Berufsbild des Pathologen ist in der Bevölkerung wenig bekannt und beschränkt sich meistens auf die Autopsie, so dass wir es für wichtig halten, hier Aufklärungsarbeit zu leisten.

Welche Erfahrungen haben Sie mit Ihrer Homepage gemacht?

Von den einSENDenden Kollegen wird die Möglichkeit des Service (Bestellung von Versandmaterial) kaum genutzt. Allerdings verzeichnen wir zunehmend Anfragen von Patienten, die Erklärungen und Fragen zu ihrer Erkrankung haben! Auch einzelne Bewerbungen für Praktika erreichen uns über das Internet. Eine Kosten- oder Zeit-Ersparnis hat sich noch nicht ergeben.

Was empfehlen Sie Ihren Kollegen?

Eine Homepage ist einfach empfehlenswert als Zukunftsinvestition.

Dr. med.
Carsten Städtler

<http://www.pathologie-bremen.de>



- uneingeschränkte Information zum Leistungsangebot der Praxis und
- weitere zuweisungsrelevante Informationen.

Der Zugang zu diesen Inhalten muss den Patienten verwehrt und in einem geschlossenen Bereich angeboten werden.

Links und Recht

Das TDG regelt auch die Verantwortlichkeit für die Bereitstellung von Inhalten. Dort wird zwischen dem Bereithalten von eigenen Inhalten, dem Bereithalten fremder Inhalte und der Zugangsvermittlung zu fremden Inhalten (Links) unterschieden. Für die eigenen

Inhalte auf Ihrer Website sind Sie uneingeschränkt verantwortlich (Copyright beachten, z. B. Anfahrtskizze). Doch Achtung, auch für die auf Ihrer Website angebotene Fremdinhalte (z. B. Einträge in Ihr Gästebuch oder Diskussionsforum) können Sie verantwortlich gemacht werden. Links auf Webangebote Dritter sind erlaubt. Sie müssen den Betreiber der Website, auf die Sie verlinken, nicht um Erlaubnis fragen. Fordert er Sie allerdings zur Unterlassung der Verlinkung auf, müssen Sie den Link entfernen oder dürfen ihn gar nicht erst setzen, wenn Sie doch vorher angefragt hatten.

Bezüglich der Haftung für Inhalte von Seiten, auf die Sie nur verlinken, ist die Rechtsprechung nicht eindeutig. Je nach Interpretation können Sie, bei eindeutig rechtswidrigen Inhalten der verlinkten Seite, auch in die Haftung genommen werden. Disclaimer – rechtliche Hinweise auf der Webseite zum Zwecke eines Haftungsausschlusses – sind zwar hilfreich, reichen in der Regel aber nicht aus, um einer strafrechtlichen Verfolgung zu entgehen.

Bitte lassen Sie sich von den letzten Absätzen nicht abschrecken, Links auf vertrauenswürdige, wertvolle medizinische Informationen zu setzen. Lediglich das Bereitstellen oder Einkopieren ganzer Linksammlungen, deren Inhalte Sie selber nicht im Detail kennen, sollten Sie unterlassen. Und setzen Sie die Links auf Fremdinhalte in jedem Fall so, dass ein komplett neues Fenster, am besten mit der Startseite der Zielwebsite, aufgeht. Das Bereitstellen von Fremdinhalten über einen Inline-Link (Darstellung in Ihrem Design) wird juristisch dem Bereithalten eigenen Inhalts gleichgestellt.

So kommen Sie zu einer Homepage

Prinzipiell können Sie Ihre Homepage selbst anfertigen und über Ihren Provider ins Netz stellen. Die neueren Versionen der Web-Editoren FrontPage (Microsoft) oder Dreamweaver (Macromedia) und so genannte WebWizards (Homepage-Baukästen von speziellen

Hosting-Providern, z. B. www.strato.de etc.) machen das Zusammenstellen einer Homepage relativ einfach. Aber können Sie den technischen Anforderungen gerecht werden, sodass zum Beispiel die Informationen für Ihre Einsender und Kollegen nur mit einem Passwort zugänglich sind? Sind Sie kompetent genug, die rechtlichen Vorschriften einwandfrei umzusetzen? Und haben Sie wirklich die Zeit, sich auch noch darum zu kümmern? In der Universität oder im Krankenhaus besteht oft Gelegenheit, auf hausinterne professionelle Hilfe zurückzugreifen.

Eine professionelle und individuelle Gestaltung Ihrer Instituts-Website ist aber auch mit spezialisierten Agenturen oder Redaktionsbüros bereits zu erschwinglichen Preisen möglich. Eine „ordentliche“ HTML-Seite inklusive Beratung, Redaktion und Screendesign kostet zwischen 50 und 100 Euro, was in etwa auch dem Stundensatz für Screendesign und HTML-Programmierung entspricht. Bei der Auswahl Ihrer Agentur sollten Sie auf gute Referenzen im Gesundheitsbereich und fachliche Kompetenz achten. Lassen Sie sich für Ihre Instituts-Website ein individuelles Angebot einschließlich Hosting (Speicherung der Website auf einem an das Internet angeschlossenen Rechner) und Pflege machen.

Die Homepage macht Ihren persönlichen „Denkeinsatz“ notwendig

Egal, ob Sie Ihre Homepage selbst erstellen oder von Profis machen

lassen, die Inhalte müssen Sie zusammenstellen. Nur Sie kennen Ihr Institut, das Leistungsspektrum und Ihre Ziele genau. Eine Liste mit Stichpunkten reicht nicht. Sie sollen die Texte selbst schreiben, auch wenn sie dann redaktionell überarbeitet werden. Auch Fotos oder Bilder sollten von Ihnen bereitgestellt werden. Und wenn die Webseite steht, ist die Arbeit noch nicht getan, denn:

Findet, wer sucht?

Wie zur Institutseröffnung sollten Sie auch nach Fertigstellung Ihrer Homepage einige Maßnahmen ergreifen (lassen), damit sie von

Ihren potenziellen Adressaten im Internet gefunden und besucht wird. Für die Anmeldung bzw. Eintragung bei den Suchmaschinen und Webverzeichnissen stehen im Internet einige kostenfreie Services zur Verfügung (**www.webmasterplan.de**, **www.metacrawler.de/eintragsdienst/eintragsservice.html**, **www.dmoz.org**).

Diese nehmen eine gleichzeitige Eintragung in alle wichtigen Suchmaschinen vor. Ärztekammern und KVen bieten ebenfalls Ärztelisten für ihre Bereiche an. Ihr Berufsverband führt eine Webseite (**www.pathologie.de**), in der die Institute mit Webseiten kostenlos

aufgeführt sind, einschließlich der Angaben zu Akkreditierung bzw. Zertifizierung.



Autor

Dr. Franco Fracella