

}essentials{

Anabel Ternès · Christopher Runge

# Reputations- management

Medical Care



Springer Gabler

---

essentials

Essentials liefern aktuelles Wissen in konzentrierter Form. Die Essenz dessen, worauf es als „State-of-the-Art“ in der gegenwärtigen Fachdiskussion oder in der Praxis ankommt. Essentials informieren schnell, unkompliziert und verständlich

- als Einführung in ein aktuelles Thema aus Ihrem Fachgebiet
- als Einstieg in ein für Sie noch unbekanntes Themenfeld
- als Einblick, um zum Thema mitreden zu können.

Die Bücher in elektronischer und gedruckter Form bringen das Expertenwissen von Springer-Fachautoren kompakt zur Darstellung. Sie sind besonders für die Nutzung als eBook auf Tablet-PCs, eBook-Readern und Smartphones geeignet.

Essentials: Wissensbausteine aus Wirtschaft und Gesellschaft, Medizin, Psychologie und Gesundheitsberufen, Technik und Naturwissenschaften. Von renommierten Autoren der Verlagsmarken Springer Gabler, Springer VS, Springer Medizin, Springer Spektrum, Springer Vieweg und Springer Psychologie.

---

Anabel Ternès • Christopher Runge

# Reputationsmanagement

Medical Care



Springer Gabler

Prof. Dr. Anabel Ternès  
Institut für Nachhaltiges Management  
Berlin  
Deutschland

Dipl.-Betriebswirt Christopher Runge  
R&R Unternehmensgruppe  
Berlin  
Deutschland

ISSN 2197-6708  
essentials  
ISBN 978-3-658-08948-1  
DOI 10.1007/978-3-658-08949-8

ISSN 2197-6716 (electronic)  
ISBN 978-3-658-08949-8 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2015

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Fachmedien Wiesbaden ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media ([www.springer.com](http://www.springer.com))

---

## Was Sie in diesem Essential finden können

- Reputationsmanagement – warum ist es so wichtig?
- Darstellung methodischer Herangehensweisen und Modelle für Medical Care
- Besonderheiten des Reputationsmanagements im Bereich Medical Care
- Rechtliche Aspekte im Bereich Medical Care
- Beispiele aus der Praxis

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	1
1.1	Reputationsmanagement – warum ist es so wichtig? .....	1
1.2	Definition .....	4
1.3	Prozess des Reputationsmanagement .....	5
<b>2</b>	<b>Medical Care</b> .....	13
2.1	State of the art .....	13
2.2	Beispiele aus der Praxis .....	25
	<b>Was Sie aus diesem Essential mitnehmen können</b> .....	41
	<b>Literatur</b> .....	43

## 1.1 Reputationsmanagement – warum ist es so wichtig?

Die folgende Einleitung beschäftigt sich mit Wesen und Methodik professionellen Reputationsmanagements.

„Die Bereitschaft, Produkte zu kaufen und zu empfehlen, für eine Firma zu arbeiten oder in sie zu investieren wird zu 60% bestimmt von dem Bild, das Menschen von einem Unternehmen haben, und nur zu 40% von der Einschätzung der hergestellten Produkte“ (Kasper Ulf Nielsen, Executive Partner am Reputation Institute). Wird die Ware ökologisch korrekt produziert? Sind die Produkte biologisch abbaubar? Ohne chemische Zusätze? Zahlt das Unternehmen faire Löhne, produziert ohne Kinderarbeit und ist auch sonst als mitarbeiterfreundlich ausgezeichnet? All dies sind Fragen, die heutzutage Kaufentscheidungen beeinflussen und den guten Ruf eines Unternehmens formen.

Ein guter Ruf kommt einem Unternehmen in vielfältiger Weise zu Gute, weil er dazu beiträgt, dass das Unternehmen erste Wahl von Kunden, Investoren, Lieferanten und Mitarbeitern wird und bleibt. Eine hohe Reputation kann zudem die Konjunkturanfälligkeit von Unternehmen erheblich reduzieren, was sich nicht zuletzt auch während der Finanzkrise 2008 gezeigt hat. Zudem wirkt sie profilschärfend und erleichtert es Unternehmen so, sich in der Kundenwahrnehmung von Wettbewerbern abzugrenzen und Alleinstellungsmerkmale zu schaffen.

Grundlage für eine positive Reputation bilden Werte wie Vertrauenswürdigkeit, Glaubwürdigkeit, Zuverlässigkeit, und Verantwortung (Burkhardt 2008). Kunden neigen dazu, einem namhaften Unternehmen mit gutem Ruf eher die Treue zu halten als weniger gut beleumundeten Konkurrenten. Dies kann sich insbesondere in

unsicheren und dynamischen Umfeld Bedingungen als Schlüssel zur Kundenbindung erweisen, welche durch eine zunehmende Produkthomogenisierung immer schwieriger allein durch Qualität und Leistung zu erreichen ist.

Der Aufbau eines authentischen Erscheinungsbildes und direkte Kommunikation mit den Zielgruppen in Kombination mit dem Eingehen auf deren Bedürfnisse ist ein nicht zu unterschätzender Faktor der Kundenbindung. Fühlen User sich durch das Unternehmen ernst genommen, wird dessen Ruf positiv beeinflusst. Kunden, die sich zuverlässig betreut und beachtet fühlen, sind zufriedene Kunden. Betrachten diese ein Unternehmen als positiv und vertrauen in seine Leistungsfähigkeit und Integrität, wirkt sich dies auch positiv auf die Umsätze aus.

Das Problem mit Vertrauen ist jedoch, dass es nur sehr schwer aufzubauen, aber erschreckend einfach wieder zu zerstören ist. Schnell kann so die Entwicklung ins Gegenteil umschlagen. Dann besteht nicht nur die Gefahr, dass sich bestehende Kunden abwenden, sondern ebenso, dass die Generierung von Neukunden schlimmstenfalls unmöglich wird. Zahlreiche Shitstorms in sozialen Netzwerken haben in den letzten Jahren gezeigt, wie schnell sich die Verärgerung einzelner Kunden zu einem handfesten Rufschaden ausbreiten kann. Genannt seien hier nur die „Wir sind Einzelfall“-Kampagne eines frustrierten O2-Kunden sowie der Facebook-Eintrag einer enttäuschten Vodafone-Kundin, der sich innerhalb weniger Stunden zu einem ausgewachsenen Shitstorm ausweitete (dazu näher Zollondz 2012 sowie Bauer 2011).

Durch ein gut durchdachtes, systematisches Reputationsmanagement lassen sich diese Gefahren auf ein Minimum reduzieren.

Das Konstrukt Reputation ist sehr sensibel und bedarf eines aktiven, strategischen Managements. Nur so können Unternehmen die Marktchancen, die sich durch eine hohe Reputation ergeben, konsequent nutzen. Dabei sollte im Sinne eines ganzheitlichen Ansatzes sowohl online und offline agiert werden. Das Internet ist mittlerweile DAS Medium der Wahl für Kunden und potenzielle Mitarbeiter, um sich ein Bild über ein Unternehmen zu verschaffen. Schlechte Bewertungen oder negative PR erweisen sich hier als besonders schädlich. Mittels Blogs, interaktiven Unternehmensseiten oder Fanpages auf Facebook und Co. ist es möglich, Meinungen aktiv zu beeinflussen und Vertrauen zu schaffen.

Eine Studie von McKinsey aus dem Jahr 2009 zeigt, dass der Einsatz von Web 2.0-Instrumenten Umsatz, Marktanteile und Margen steigern kann. Je besser ein Unternehmen über soziale Medien extern verlinkt ist, umso größer sind tendenziell die Marktanteile. Und je stärker Social Media intern eingesetzt wird, umso größere operative Margen werden erzielt (Bughin et al. 2009).

Doch der eigene Webauftritt eines Unternehmens allein genügt nicht, um einen guten Ruf aufzubauen und langfristig zu erhalten. Der Kunde von heute hat sich

längst vom einfachen Konsumenten hin zum „Prosumenten“, zum sogenannten Prosumer entwickelt. Anders als lediglich Produkte zu konsumieren, werden Kunden immer mehr zur Stimme dieser Produkte. Und entscheiden so – insbesondere über Internetplattformen und Social Media – über Erfolg oder Misserfolg eines Produktes und einer Marke. 70 % der Internetnutzer vertrauen nach aktuellen Umfragen dem Urteil unbekannter User, während 75 % den Werbebotschaften von Unternehmen selbst keinen Glauben mehr schenken (Petersen 2012).

Online-Bewertungsportalen wie Yelp, Ciao oder auch Amazon sollte daher besondere Aufmerksamkeit geschenkt werden. Laut einer Studie von IBM aus dem Jahre 2011 ziehen 50 % der Befragten zwischen 16 und 64 Jahren, die über einen Internetzugang verfügen, für ihre Kaufentscheidungen soziale Netzwerke heran. Von den Befragten gaben 35 % an, dass sie Social-Media-Plattformen nutzen, um Produktbewertungen, Rankings und Services nachzulesen (IBM Studie: Soziale Netzwerke beeinflussen mehr als die Hälfte der Käufer bei Ihrer Entscheidung – sogar im Ladengeschäft 2011).

Die auf Bewertungsportalen abgegebenen Urteile können den Ruf eines Unternehmens sowohl fördern als auch immens beschädigen. Negative Informationen entwickeln in Zeiten von Social Media schnell ein unkontrollierbares Eigenleben – mit unabsehbaren Folgen für ein Unternehmen. So entsteht ein Schaden, der nur über einen sehr langen Zeitraum und oftmals, wenn überhaupt, nur teilweise behoben werden kann.

Besondere Bedeutung gewinnt die Reputation eines Unternehmens nicht nur bei der Gewinnung von Kunden, sondern auch bei der Akquise neuer Mitarbeiter. Längst herrscht in vielen Branchen ein Kampf um qualifiziertes Personal und Fachkräfte. Überall dort, wo Fachkräfte knapp sind, müssen Unternehmen sich bemühen, die besten Bewerberinnen und Bewerber für sich zu interessieren und einzustellen.

Im Kampf um Talente – dem War of Talents – spielt neben der rein materiellen Ausstattung einer Position auch die Reputation des Unternehmens eine entscheidende Rolle. Der Stolz auf das Unternehmen und die ausgeführte Arbeit ist für viele Mitarbeiter ein wesentliches Element des Lebenssinns.

Dieser „War of Talents“ kann wirkungsvoll mit geschicktem Employer Branding gewonnen werden. Hierunter versteht man die identitätsbasierte, intern wie extern wirksame Entwicklung und Positionierung eines Unternehmens als glaubwürdiger und attraktiver Arbeitgeber. Mittelbar steigert Employer Branding durch Gewinnung von High Potentials Geschäftsergebnis und Markenwert (Deutsche Employer Branding Akademie (DEBA) 2006). Als ein positives Beispiel aus dem Medienbereich ist hier die „Media Entrepreneurs“ Recruitingkampagne des Springer Konzerns zu nennen (Media Entrepreneurs Day 2012), die es schafft, kreative Köpfe gezielt anzusprechen.

So angreifbar der gute Ruf eines Unternehmens ist, so wenig sind die meisten Unternehmen für diesen Fall vorbereitet. Eine Umfrage des IT-Branchenverbandes Bitkom ergab beispielsweise, dass von den 172 befragten Unternehmen aus der Branche lediglich 42% einen Krisenplan für die Kommunikation auf Facebook haben. Bei der Mehrheit von 45% ist das nicht der Fall. Ein Viertel aller Unternehmen beschäftigt nicht einmal einen festen Mitarbeiter zur Betreuung der Facebook Präsenz. Bei 29% ist ein einzelner Mitarbeiter für die Betreuung zuständig, bei 41 sind es zwei oder mehr. Aber: Nur bei 37% der Unternehmen bestehen feste Vorgaben, in welcher Zeit auf Kundeneinträge zu reagieren ist. Bei 50% hiervon liegt dieser Reaktionszeitraum bei 24 Stunden – zu lange im Falle einer Krise (Bitkom 2012). Aktives Reputationsmanagement ist in vielen Unternehmen noch nicht fest verankert, obwohl dessen Relevanz der Unternehmensreputation dem Management durchaus bewusst ist (vgl. Schürmann 2006, S. 51 ff). Zu diesem Ergebnis kommt auch eine Studie der Unternehmensberatung KPMG aus dem Jahre 2011: „Risk management is not fully integrated into day-to-day management decision-making“ (Risk Management. A Driver of Enterprise Value in the Emerging Environment 2011).

Reagiert wird oftmals lediglich mit vereinzelt Hauruck-Aktionen zur Schadensbegrenzung. Um eine gute Reputation aufzubauen und langfristig zu erhalten, führt an aktivem, systematischem Reputationsmanagement jedoch kein Weg vorbei.

---

## 1.2 Definition

Der Begriff „Reputation“ stammt aus dem Lateinischen und meint hier „Erwägung“, „Berechnung“. Unter Reputation versteht man den Ruf eines Menschen, einer Gruppe oder einer Organisation. Eine gute Reputation wird mit einem hohen Ansehen gleichgesetzt. Bei Reputation spielen Glaubwürdigkeit, Ehrlichkeit und Vertrauen eine große Rolle.

Reputation zählt bei Unternehmen zum immateriellen Vermögen und ist damit Bestandteil des Firmenwertes. Einer Studie nach gilt es als das wichtigste immaterielle Gut in Hinblick auf zukünftige entscheidende Wettbewerbsvorteile (Hall 1992).

Burkhardt (2008) definiert Reputation aus betriebswirtschaftlicher Perspektive als Gesamtheit der Eindrücke, die bei allen Interessengruppen eines Unternehmens auf der Grundlage vergangener, gegenwärtiger und zukünftiger Aspekte entstanden sind. Diese wird beeinflusst durch Erfahrungen, kognitive Einstellungen und Anforderungen der Beteiligten, auf deren Grundlage das zukünftige Verhalten eines Unternehmens und dessen Auswirkung auf die eigenen Bedarfe gewertet wird. Schwalbach (2000) definiert Reputation als das von Außenstehenden wahrgenom-

mene Ansehen eines Unternehmens. Immer mehr Wichtigkeit kommt hierbei über die funktionale Funktion hinaus der sozialen Komponente zu. Unternehmen sollten daher immer auch versuchen, ihren sozialen Status aktiv zu verbessern, denn immer mehr Kunden erwarten ein verantwortungsvolles Handeln in Zeiten knapper werdender Ressourcen (zu diesem Aspekt Fombrun und Shanley 1990).

Hier zeigt sich, wie sehr Reputation vom sozio-kulturellen Umfeld abhängt. Nach Burkhardt (2008) wird die positive Reputation von vier Dimensionen bestimmt: Vertrauenswürdigkeit, Glaubwürdigkeit, Zuverlässigkeit und Verantwortung. Reputationsmanagement meint demnach die Gesamtheit aller systematischen Unternehmensaktivitäten zum Aufbau, zur Erhaltung und zur Verbesserung einer positiven Unternehmensreputation (Burkhardt 2008). Nachhaltig erfolgreiches Reputationsmanagement bedeutet verantwortungsvolle Kommunikation mit allen Stakeholdern und reflektiert die Unternehmenskultur nach innen und außen.

Unternehmen müssen für Kunden in der öffentlichen Wahrnehmung sichtbar und durch ihr Profil unterscheidbar sein, kommunikative Maßnahmen sollten transparent, authentisch und vor allem im Einklang mit den angestrebten Zielen sein (Fombrun 2001). Wichtig ist hier die theoretische Differenzierung zwischen Image und Reputation: Images, gemäß der Bedeutung Bilder, sind Vorstellungen, die sich Betrachter machen. Reputation dagegen meint die Aggregation dieser Bilder zu einem absoluten Wert, der letztlich über die wahrgenommene Qualität und Absatz-erfolge entscheidet. Eine schlechte Reputation führt demnach zu einer schlechten Service- bzw. Qualitätseinschätzung. Eine hohe Reputation hingegen führt zu stark ausgeprägtem Vertrauen, das für die langfristige Kundenbindung wichtig ist.

Deutlich wird: Es zahlt sich aus, in eine hohe Reputation zu investieren. Unternehmen mit einem guten Ansehen können höhere Preise verlangen, Kunden gewinnen und binden, die besten Mitarbeiter für sich gewinnen und insbesondere in Krisenzeiten von ihrer Reputation als immateriellem Wert als Wettbewerbsvorteil zehren.

Voraussetzung hierfür ist ein systematisches, professionell begleitetes Reputationsmanagement, das gewährleistet, in Zukunft zu agieren statt nur zu reagieren. Denn wer nur noch reagieren kann, hat alles Folgende womöglich nicht mehr unter Kontrolle.

---

### 1.3 Prozess des Reputationsmanagement

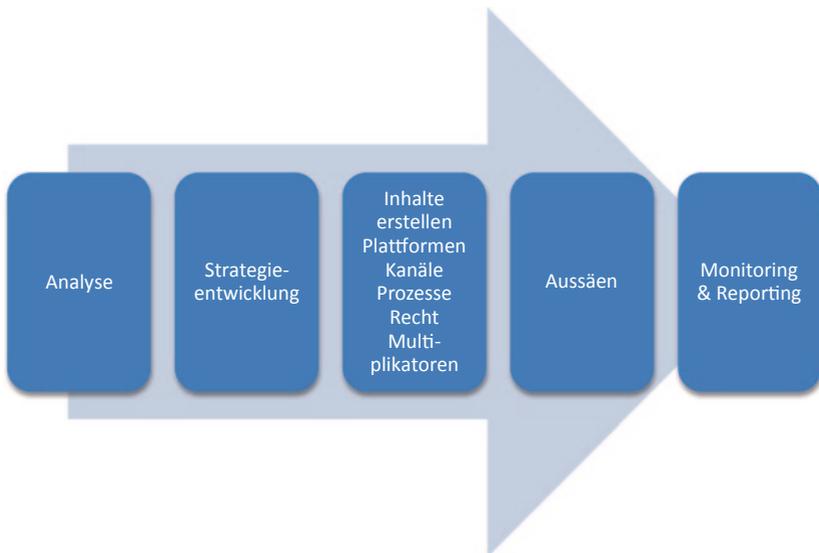
Der Aufbau einer hohen Reputation benötigt Zeit, Ausdauer und Konsequenz. Einmalige Aktionen reichen nicht aus, um langfristigen Erfolg zu generieren. Langzeitorientierung ist kurzfristige Maßnahmen unbedingt vorzuziehen (Risk Management. A Driver of Enterprise Value in the Emerging Environment 2011).

Der Ablauf des Reputationsmanagement ist dabei idealerweise ein Kreislauf, ein andauernder Prozess, der immer wieder neu an den relevanten Punkten ansetzt und ergebnisorientiert die Reputation des Unternehmens immer wieder aufs Neue optimiert. Nur so kann nachhaltiger Erfolg in der Reputation garantiert werden.

Als Krisenmanagement kann Reputationsmanagement im Notfall auch singulär angewendet werden, um ein akutes Reputationsproblem zu lösen, beispielsweise um einen Shitstorm in sozialen Netzwerken einzudämmen. Hierbei handelt es sich jedoch lediglich um kurzfristiges Troubleshooting, das ein nachhaltiges Reputationsmanagement keinesfalls ersetzen kann.

Sinnvoll und nachhaltig wird Reputationsmanagement erst, wenn man es durchgehend in die klassische und online Marketing- und Kommunikationsstrategie des Unternehmens einbindet. Gutes Reputationsmanagement ist immer an die oberste Entscheidungsebene angelehnt und wird von dort aus in seiner Strategie entschieden.

Wie bereits eingangs erwähnt, ist in vielen Unternehmen noch keinerlei strategische Umsetzung von Reputationsmanagement anzutreffen. Umso wichtiger ist es für diese Unternehmen, die richtigen Schritte in die Unternehmensführung zu implementieren, um sich für einen nachhaltigen Wachstumskurs aufzustellen und sich entscheidende Wettbewerbsvorteile zu sichern. Die Abb. 1.1 sowie 1.2 zeigen detailliert, welche Schritte hierzu nötig sind.



**Abb. 1.1** Flussdiagramm des Reputationsmanagements. (Quelle: Runge und Ternès 2014)



**Abb. 1.2** Prozess des Reputationsmanagements. (Quelle: Runge und Ternès 2014)

## Analyse

Strukturiertes Vorgehen garantiert Nachvollziehbarkeit. Nur so kann Qualitätsmanagement gelingen, das auf langfristigen Erfolg und ständige Optimierung ausgelegt ist.

Grundlegender erster Schritt für gelungenes Reputationsmanagement ist daher regelmäßig eine genaue Analyse, um den Status quo festzustellen. Wo steht das Unternehmen, und wo will es hin?

Hierzu müssen sowohl interne wie auch externe Aspekte betrachtet und beachtet werden. In externer Hinsicht sind alle relevanten Stakeholder mit ihren

Erwartungen zu identifizieren. Was erwartet der Kunde, was ist gesellschaftlich erwünscht? Geeignete Kommunikationskanäle und Instrumente sind dementsprechend zu wählen. Die Identifikation und der geschickte Einsatz von Multiplikatoren können dabei helfen, die Durchschlagskraft getroffener Maßnahmen zu erhöhen. Auch die interne Ausgangssituation ist gezielt zu berücksichtigen, um den Weg vom IST- zum SOLL-Zustand konkret beschreiben zu können. Stimmen inneres und äußeres Bild des Unternehmens überein? Gibt es reputationsrelevante Unstimmigkeiten? Welches Bild hat das Unternehmen von seinen Kunden? Inwiefern beeinflusst die Corporate Identity die wahrgenommene Reputation? Wichtig ist auch, wie das Unternehmen im Internet repräsentiert ist. Hier geht es insbesondere um Betrachtungen zur sozialen und funktionalen Reputation eines Unternehmens, die direkt auf die wahrgenommene Qualität von Produkten oder Dienstleistungen wirken und somit von zentraler Wichtigkeit für die Wahrnehmung des Unternehmens durch Dritte sind.

Die Analyse bildet die Basis für eine systematische Vorgehensweise. Wird dieser Schritt ausgelassen, kann ein Prozess zwar kurzfristig erfolgreich sein, möglicherweise aber nicht mehr nachvollziehbar und damit nicht nachhaltig. Denn ist der Status quo nicht festgehalten worden, können auch die besten getroffenen Maßnahmen kaum als Grundlage für weitere Optimierungen dienen. Sie schwebten losgelöst im Raum, für sich genommen zwar durchaus effektiv, aber ohne Einbindung in das Gesamtgefüge.

Die Analyse sollte immer einer möglichst einheitlichen Vorgehensweise folgen, um Vergleichbarkeit zu schaffen und Optimierungen leicht vornehmen zu können. Dabei ist es hilfreich, auf vorgegebene Instrumente und Bereiche zurückzugreifen, die man nur aktivieren resp. mit Input füllen muss. Auf diese Weise ist der Blick auf die Inhalte fokussiert und es fällt leichter, den Überblick zu behalten.

Wichtig ist, den Inhalten in zuvor festgelegten Kategorien zu folgen. Kategorien sind die verschiedenen Bereiche, in denen Reputationsmanagement aktuell stattfinden kann. Welche Kategorien konkret in Frage kommen, ist u. a. von den Aktivitäten eines Unternehmens, dessen Größe, seinem finanziellem Spielraum und seiner Organisation abhängig.

## **Mittel der Analyse**

Bei der Analyse kann man mit bewährten Instrumenten wie der SWOT-Analyse, der Balanced Scorecard oder der speziell auf Krisen ausgerichteten Crisis Management Balanced Scorecard, sowie mit den vier oder fünf Ps, den drei generischen Wettbewerbsstrategien oder dem Fünf-Kräfte-Modell nach Michael E. Porter

arbeiten. Auf diese Weise erarbeitet man Kategorien, die die Grundlage für die weitere Vorgehensweise bilden und in der Folge als Prüfgröße für Evaluation und Controlling dienen.

Zu nennen sind hier beispielsweise Printwerbung in Fachmagazinen, messebegleitende Veranstaltungen und Informationsbroschüren für Fachbesucher, Pressekonferenzen oder auch den Facebook-Auftritt eines Unternehmens.

## **Strategie**

Auf Basis der Ergebnisse der Analyse werden sodann Strategien entwickelt, die sowohl die Ausgangssituation als inhaltlichen Startpunkt als auch den prozessualen Beginn der Aktivitäten betrachten. Eine Strategie sollte immer allgemein verständlich sein, da sie von vielen schnell und ohne Erklärung verstanden werden muss. Sie sollte einfach und konkret sein, um bestmögliche Anwendbarkeit zu garantieren. Auch die Ressourcen eines Unternehmens müssen zur Strategieentwicklung mit in den Fokus genommen werden. Die Strategien sollten ebenso wie die Analyse einen ganzheitlichen Ansatz verfolgen und die interne wie auch externe Reputation betrachten. Intern spielt nicht zuletzt auch die nachhaltige Überzeugung der für das Unternehmen wichtigen Mitarbeiter eine Rolle. Gelingt es, diese zu überzeugen, dass sie bei dem für sie richtigen Unternehmen arbeiten, so werden im Idealfall aus Mitarbeitern engagierte Botschafter für das eigene Unternehmen, die ihre Begeisterung in Social-Media-Kanälen und Internetplattformen nach außen tragen.

## **Operative Vorgehensweise**

Sobald die Gesamtstrategie festgelegt ist, gilt es, diese in operative Vorgehensweisen umzusetzen. Dazu müssen Inhalte erstellt, offline und online passende Plattformen gefunden, passende Kanäle ausfindig gemacht, Prozesse definiert, die Rechtslage geprüft sowie Multiplikatoren definiert und angesprochen werden. Auch finanzielle, personelle, organisatorische und zeitliche Ressourcen eines Unternehmens dürfen dabei nicht außer Acht gelassen werden. Diese sind teilweise unabhängig voneinander, teilweise bedingen sie sich. Eine rechtliche und objektive Prüfung ist unerlässlich, um Verfahrensfehler zu vermeiden, nicht angreifbar zu werden und eine qualifizierte Meinung von außen zu haben, die Zusammenhänge oft klarer beurteilen kann.

Bei Umsetzung der Strategie ist unbedingt auf umfassende Stimmigkeit zu achten. Alle Stakeholder sollten emotional eingebunden sein. Reputation basiert auf

Glaubwürdigkeit und Vertrauen. Reine Sachlichkeit erschwert zudem eine starke Bindung. Die kommunikativen Maßnahmen müssen sowohl die Erwartungen der Stakeholder erfüllen als auch die Corporate Identity widerspiegeln, damit sich ein schlüssiges Bild ergibt, das Transparenz und somit letztlich Vertrauen ermöglicht. Unstimmigkeiten in diesem Bereich werden sensibel wahrgenommen und können den Erfolg der Maßnahmen nachhaltig beeinträchtigen. Stakeholder sollten möglichst Multiplikatoren sein, die als solche die Reputation eines Unternehmens deutlich stärken können. Ähnlich wie beim Empfehlungsmarketing hören Kunden in Zeiten eines nachfrageorientierten Marketings und austauschbarer Produkte vermehrt auf andere Kunden. Die Passgenauigkeit der Zielgruppe ist für ein effektives Reputationsmarketing so entscheidend wie für jede Marketingaktivität. Im Gegensatz dazu liegt hier der Fokus allerdings immer auf der Wirkung für das Unternehmen insgesamt.

Die Umsetzung der vorab definierten Punkte lässt sich im Sinne des Flussdiagramms auch als Aussäen bezeichnen. Dieses erfolgt im Rahmen einer konzentrierten Planung. Sofern mehrere Personen oder verschiedene Abteilungen eines Unternehmens an der Umsetzung beteiligt sind, ist es überaus wichtig, das Zusammenspiel der einzelnen Bereiche und Personen im Vorfeld klar zu definieren und abzustimmen und Verantwortungsbereiche klar abzustecken, um Überschneidungen zu vermeiden, Informationen zeitnah austauschen zu können und Schnittmengen produktiv zu verwalten.

## **Monitoring & Reporting**

Um passende Kanäle und Methoden zu finden, sind Monitoring- und Reportingprozesse unabdingbar. Diese dienen als ein Controlling und Qualitätscheck, der dazu dient, das Reputationsmanagement in seiner Effektivität messbar zu machen und zukünftige Planungen auf der Basis der gemachten Erfahrung zielgerichtet optimieren zu können. Im Idealfall sollte es auch bereits die vorangegangenen Planungsschritte begleitet haben, um aus jedem Schritt ein Optimum an Erkenntnisgewinn ziehen zu können. Wer diese Prozesse initiiert und steuert, hängt von der Struktur des Unternehmens, aber auch von den Plattformen, Kanälen, Prozessen und Multiplikatoren ab. Qualitätssicherung kann auf der Grundlage verschiedener Methoden erfolgen. Darunter fallen qualitative und quantitative Umfragen, Interviews und Auswertungen, z. B. von Balanced Scorecards.

Monitoring & Reporting im Anschluss an Kampagnen ist deshalb so enorm wichtig, um die Qualität der verbreiteten Inhalte zu prüfen und deren Wirkung qualitativ zu analysieren. Insbesondere Darstellungen und Äußerungen im Internet

sind konstant und durchgängig im Auge zu behalten. Eine professionelle Respon-  
seanalyse und Feedback sind unabdingbare Prozessbestandteile, um die Wirksam-  
keit und Reichweite der gewählten Instrumente zu messen und Veränderungen der  
Fremdwahrnehmung nachvollziehen zu können.

Wie bereits eingangs dargestellt, handelt es sich bei Reputation um ein abstrak-  
tes Konstrukt, das nur schwer mess- und erfassbar ist. Umso wichtiger ist es, das  
Konstrukt im Controlling mit Blick auf unternehmensspezifische Merkmale und  
Charakteristika zu operationalisieren, um Maßnahmen zu optimieren und Reputa-  
tionseffekte wertorientiert nachvollziehen zu können. Klare Botschaften sind dabei  
unerlässlich. Akzeptanz und organisationales Commitment können nur gefördert  
werden, wenn aufgezeigt wird, welchen konkreten wertschöpfenden Nutzen Reputa-  
tion bildet. Mit diesen Ergebnissen wiederum können sich Führungskräfte  
und Mitarbeiter identifizieren, die ihre positive Einstellung zum Unternehmen auf  
Kunden und potentielle neue Mitarbeiter übertragen können.

Die beste Reputationsmanagementstrategie ist wertlos, wenn sie nicht von allen  
Beteiligten gelebt und effektiv in der Organisationsstruktur verankert wird. Umso  
entscheidender ist es, bereits zu Beginn der Maßnahmen Entscheidungsträger und  
Mitarbeiter für dieses erfolgskritische Thema zu sensibilisieren.

Entscheidend ist zudem, während des gesamten Prozesses die 10 goldenen Re-  
geln für erfolgreiches Reputationsmanagement zu befolgen (Abb. 1.3):

Gutes Reputationsmanagement erfordert einzelne, perfekt aufeinander abge-  
stimmte Schritte, die sich gegenseitig perfekt ergänzen- zum Aufbau, zur Erhal-  
tung und zur Verbesserung einer positiven Unternehmensreputation.

**Abb. 1.3** Die 10 goldenen  
Regeln für erfolgreiches  
Reputationsmanagement.  
(Quelle: Runge und Ternès  
2014)

1. Strukturiertes Vorgehen
2. Klare, einfache und konkrete Strategie
3. Emotionale Einbindung aller Stakeholder
4. Rechtliche und objektive Prüfung
5. Organisation von Multiplikatoren
6. Klare Botschaften
7. Nutzung von passenden Kanälen und Methoden
8. Andauernder Prozess
9. Qualitätssicherung
10. Passgenauigkeit der Zielgruppe

Eine externe Strategieberatung kann dabei helfen, diese Schritte korrekt und effizient umzusetzen, indem sie das nötige Know-how sowie objektiven Input, neue Lösungsansätze und frische Ideen in das Unternehmen bringt. Dann steht dem guten Ruf nichts mehr im Wege.

Im Folgenden finden Sie Einzelheiten zu Reputationsmanagement im Bereich Medical Care – was ist zu tun, was zu beachten, um gerade im Bereich Medical Care immer gut dazustehen?

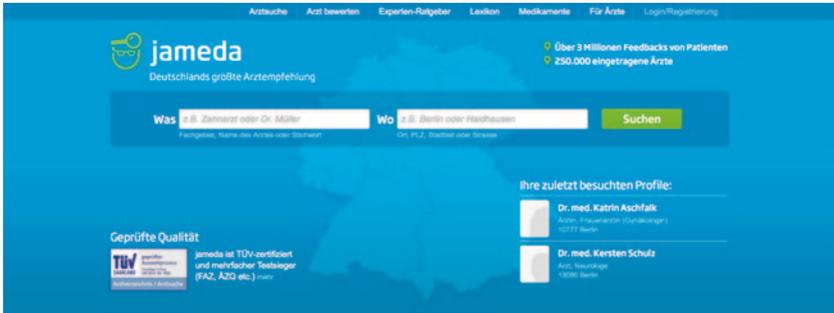
---

## 2.1 State of the art

Das Urteil ist vernichtend: „Die Inkompetenz in Person“, heißt es in der Bewertung eines Berliner Neurologen und Facharzt für psychosomatische Medizin und Psychotherapie beim Gesundheitsportal Jameda (Abb. 2.1). „Für psychisch beeinträchtigte Menschen nicht zu empfehlen. Empathie ist bei diesem Arzt Fehlanzeige“ (Empathie dieses Arztes nicht vorhanden 2012). Einige Zeilen weiter steht jedoch noch etwas anderes: „Über die Maßen kompetent, freundlich und Hilfspendend“, schreibt ein anderer Nutzer über denselben Arzt beim selben Portal (Über die Maßen kompetent, freundliche und Hilfspendend 2012). „Kompetent, einfühlsam und aufklärend“, findet ein anderer Patient (Kompetent, einfühlsam und aufklärend 2013). Bewertungen, wie sie unterschiedlicher nicht ausfallen können. Zwischen diese beiden Extreme passt die komplette Spannweite ärztlicher Fachkunde und Kompetenz. In kaum einem anderen Bereich liegen Erfolg und Katastrophe so nahe beieinander wie auf Arztbewertungsseiten im Internet.

Was bislang zumeist nicht über die Grenzen der Praxisräume hinaus gelangte, steht heute mehr und mehr im Visier der Öffentlichkeit.

Bewertungsplattformen für Ärzte und Kliniken, Behandlungsfehler, die an die Öffentlichkeit gelangen, Arzt- und Klinikrankings in Zeitschriften wie dem „Spie-



**Abb. 2.1** Screenshot Bewertungsplattform Jameda.de. (Quelle: Screenshot Bewertungsplattform Jameda. Online unter: <http://www.jameda.de/>, zuletzt besucht am 15.10.2014)

gel“ oder „Focus“, Missbrauchs- und Hygieneskandale in Reha- und Unikliniken, minderwertiges Industriesilikon in Brustimplantaten, künstliche Hüft- und Kniegelenke, die eine Gefahr für Leib und Leben darstellen: Die Gefahren für die gute Reputation im Gesundheitswesen sind zahlreich und vielfältig. Umso wichtiger ist es für betroffene Ärzte, Kliniken und Arzneimittelersteller, den Überblick zu behalten und Reputationsschäden vorzubeugen (Abb. 2.2).

Eine aktuelle Umfrage der Kassenärztlichen Bundesvereinigung KBV (FGW Forschungsgruppe Wahlen Telefonfeld GmbH 2014) ergab, dass es immerhin 39% der Internetnutzer wichtig ist, bei der Arztsuche das Internet zu Rate ziehen können.



**Abb. 2.2** Mediziner bei der Arbeit. Dosis. (Quelle: Jules. Mediziner bei der Arbeit. In: piqs.de. Online unter: <http://piqs.de/fotos/2649.html>, zuletzt besucht am 16.10.2014)

Laut Stiftung Warentest (Ärztetest: Patienten bewerten 2001) verzeichnen medizinische Informationsangebote im Internet die zweithöchsten Klickraten – gleich nach Sexseiten.

Die Pew Internet Research Group fand in einer Umfrage für den US-amerikanischen Markt aus dem Jahr 2011, dass beinahe 80% der Internetnutzer, 60% aller Volljährigen, schon einmal online nach Informationen aus dem Gesundheitsbereich und Anbietern und Dienstleistern aus diesem Bereich gesucht haben (Madden und Zickuhr 2011).

Dabei ist die Neutralität solcher Informationen oftmals fraglich. Denn ganz abgesehen davon, dass die dargestellte Meinung eines Patienten nicht unbedingt den tatsächlichen Geschehnissen entsprechen muss, bieten einige Plattformen Ärzten die Möglichkeit, sogenannte Premiueinträge zu kaufen, um direkt über der Trefferliste oder farblich besonders unterlegt auf der Seite zu erscheinen. Diese bezahlten Einträge sind besonders attraktiv gestaltet und werden in den Trefferlisten meist ganz oben angezeigt. Dies führt zu einer Verzerrung, denn Nutzer werden so eher auf bezahlte Einträge als auf gut bewertete Ärzte aufmerksam gemacht. Zudem wird keine Mindestanzahl an Bewertungen verlangt, was zu einer ungünstigen Verzerrung zugunsten negativer Beiträge führen kann.

Auf diese Weise kann gerade das Investment in eine besonders hervorgehobene Position auf der betreffenden Seite sich rächen und zu einem Reputationsverlust führen – und in der Folge zu leeren Wartezimmern (Abb. 2.3).



**Abb. 2.3** Junge im Wartezimmer. (Quelle: Paulo Claro. Oh Mann, das dauert heute wieder. In: piqs.de. Online unter: <http://piqs.de/fotos/55454.html>, zuletzt besucht am 16.10.2014)

Laut der Studie „Ärzte im Zukunftsmarkt Gesundheit 2013“ der Stiftung Gesundheit (Obermann et al. 2013) investieren 86,6% der Ärzte in eine eigene Homepage oder die Teilnahme an Internet-Verzeichnissen. Im Vergleich zur Vorjahresstudie „Ärzte im Zukunftsmarkt Gesundheit 2012“ (Obermann et al. 2012) ist die Einschätzung der Bedeutung des Internets, das trotz seit 2008 durchgehend als wichtigster Faktor für das Marketing gewertet wird, noch einmal deutlich gestiegen: Nach einer Steigerung um rund 6% im Vorjahr konnte der Wert nun erneut um 13% zulegen.

Ärzte möchten der aktuellen Studie zufolge mit ihren Marketing-Maßnahmen ihre Patienten konkret über das eigene Leistungsspektrum informieren (51,3% der Befragten), neue Patienten gewinnen (45,3%) sowie Patienten allgemein informieren (36,8%). Das Motiv „Geld verdienen“ ist mit knapp 30% vertreten, ebenso wie der Wunsch, sich von anderen Leistungserbringern abzugrenzen (Obermann et al. 2013). Den stärksten Anstieg verzeichnet die Aussage „Ich möchte neue Patienten hinzugewinnen“ mit einem Zuwachs von 3,8% im Vergleich zur Umfrage des Vorjahres.

Aber: Ein Großteil der Ärzte hat keine Ahnung, was über sie im Internet geschrieben steht: In der Studie „Ärzte im Zukunftsmarkt Gesundheit 2009“ der Stiftung Gesundheit (Obermann und Müller 2009) gaben zwei Drittel der befragten Mediziner an, sie wüssten nicht, ob sie überhaupt schon einmal online bewertet worden seien.

Das beste Investment in die Webpräsenz ist jedoch hinfällig, wenn diese nicht konsequent und lückenlos im Auge behalten wird.

Mehr als 20 Arztbewertungsseiten gibt es inzwischen in Deutschland – von allgemeinen Bewertungsmöglichkeiten wie bei Google ([www.google.de](http://www.google.de)) oder Yelp ([www.yelp.de](http://www.yelp.de)) einmal ganz abgesehen, die bei Arztbewertungen ebenfalls eine Rolle spielen.

Zwar müssen nach Ansicht der Aufsichtsbehörde für Datenschutz und Wirtschaft die betreffenden Plattformen Ärzte schriftlich über sie betreffende Bewertungen informieren. Dies geschieht jedoch zumeist nicht.

Das Ärztliche Zentrum für Qualität (ÄZQ) ([www.aezq.de](http://www.aezq.de)) fordert darüber hinaus, Ärzte bereits zu informieren, bevor die Bewertungen online gestellt werden. Unmöglich bei Portalen, die Bewertungen direkt nach dem Absenden der User ungeprüft online stellen. Zwar existieren Bewertungsplattformen wie die von der Stiftung Gesundheit zur Verfügung gestellten Patientenbewertungen unter [www.arztauskunft.de](http://www.arztauskunft.de) (Abb. 2.4) die erst nach redaktioneller Prüfung online gehen.

Parallel erhalten die Praxen ein Schreiben, in dem sie hierüber informiert werden. Ärzte haben so die Möglichkeit, die Bewertungen zu kommentieren. Die

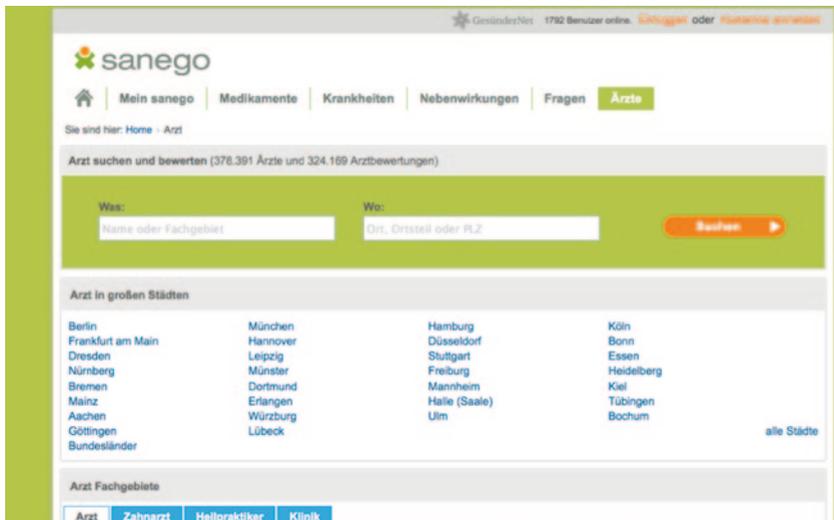


**Abb. 2.4** Screenshot Webseite Arzt-Auskunft.de. (Quelle: Screenshot Webseite Arzt-Auskunft. Online unter: <http://www.arzt-auskunft.de/>, 15.10.2014)

Kommentare erscheinen ebenfalls online. Diese vorbildliche Praxis ist jedoch eher eine Ausnahme. Verlassen sollte man sich auf eine solche Handhabung nicht: Bewertungsportale wie Jameda ([www.jameda.de](http://www.jameda.de)) oder Sanego ([www.sanego.de/](http://www.sanego.de/)) dürfen auch ohne Wissen des Betroffenen ein öffentliches Profil einer Praxis erstellen, und jedermann darf, auch anonym, Bewertungen abgeben. Hierbei ist es irrelevant, ob es sich um tatsächliche Patienten handelt, um feindselig gestimmte Kollegen oder gar um Agenturen, die in deren Auftrag handeln.

Dem Recht auf Meinungsfreiheit kommt bei einem Bewertungsportal für Ärzte ein großes Gewicht zu, besteht doch ein großes öffentliches Interesse an Informationen über die ärztliche Versorgung. Dem steht nach gängiger Rechtsprechung (AG München, 12.10.2012 Az. 158 C 13912/12) auch nicht entgegen, dass die Nutzer anonyme Bewertungen abgeben können. Dies begründet das Gericht damit, dass die Nutzer sich zunächst unter Angabe ihrer E-Mail-Adresse registrieren müssen, ehe sie Bewertungen abgeben dürfen. Infolgedessen könne man gegen Nutzer rechtlich vorgehen, die beleidigende beziehungsweise diffamierende Bewertungen abgeben.

Diese rechtliche Einschätzung wird in einem mittlerweile rechtskräftigen Urteil des Bundesgerichtshof bestätigt, das den Schutz der Anonymität im Internet darüber hinaus sogar noch zusätzlich stärkt (BGH, 01. 07. 2014, AZ VI ZR 345/13). Ein Mediziner aus Baden Württemberg störte sich an Bewertungen eines Nutzers im Online-Bewertungsportal Sanego (Abb. 2.5).



**Abb. 2.5** Screenshot Bewertungsplattform Sanego.de. (Quelle: Screenshot Bewertungsplattform. Online unter: <http://www.sanego.de/>, zuletzt besucht am 15.10.2014)

Der Nutzer behauptete in dem Portal unter anderem, er habe trotz Termin drei Stunden lang warten müssen und der Arzt lagere Patientenakten in Wäschekörben. Allein im Juni 2012 wiederholte der Nutzer diese nach Feststellung der Gerichte unwahren Behauptungen drei Mal. Zwar löschte der Portalbetreiber die Beiträge auf Beschwerde des Arztes jeweils, ab Juli 2012 jedoch war auf dem Portal erneut eine Bewertung mit identischen Aussagen zu lesen, in diesem Falle für mindestens vier Monate. Neben der Löschung der Beiträge forderte der betroffene Arzt die Herausgabe der Daten des Nutzers.

Der BGH entschied in seinem Urteil, dass Internetdienste die Namen anonymer Nutzer nicht an Privatpersonen herausgeben müssen. Ausgenommen seien lediglich Auskünfte zum Zweck der Strafverfolgung.

Gleichzeitig bekräftigte der BGH einen Unterlassungsanspruch gegen den Dienstanbieter. Schon das OLG Stuttgart (OLG Stuttgart, 26.06.2013, 4 U 28/13) hatte Sanego rechtskräftig dazu verurteilt, die Falschbehauptungen immer wieder zeitnah zu löschen, notfalls mit technischen Vorkehrungen wie Wortfiltern, damit die entsprechenden Kommentare erst gar nicht wieder auf der Plattform auftauchen.

Nur: Wie sicher ist es, in treuem Glauben darauf zu vertrauen, dass eine Bewertungsplattform dieser Verpflichtung immer und unter allen Umständen nach-

kommt? Zumal der Wert einer Bewertungsplattform als gewinnorientiertem Unternehmen mit jeder Bewertung ansteigt. Vor allem: Was „zeitnah“ ist, entscheidet in Zeiten von Social Media nicht die langläufige Einschätzung, sondern die Schnelligkeit des Netzes. Wird nicht umgehend angemessen reagiert, entwickelt eine negative Bewertung schnell ein unkontrollierbares Eigenleben- mit unabsehbaren Folgen für eine Klinik oder Praxis. Eine nachträgliche Berichtigung mag zukünftigen Schaden verhindern. Den bereits entstandenen vermag sie nicht zu beheben.

Der im Urteil betroffene Arzt hatte sich darauf verlassen, dass nach Entfernung der falschen Bewertungen die Sache geklärt sei und die Angelegenheit guten Gewissens auf sich beruhen lassen. So bemerkte er vier lange Monate hindurch nicht, welch reputationsschädigendes Material im Netz unkontrolliert im Umlauf war. Ein professionelles, engmaschiges Monitoring einschlägiger Plattformen hätte hier sofort Abhilfe geschaffen und einen Schaden gar nicht erst entstehen lassen.

Dieses Beispiel zeigt deutlich, wie auch die größte Umsicht im Berufsalltag nicht davor schützt, sich unversehens einer negative Reputation ausgesetzt zu sehen. Ähnlich schuldlos geriet erst im Juli diesen Jahres eine Berliner Reha-Klinik in Verruf: Es gingen Meldungen durch die Presse, eine Wachkoma-Patientin sei sexuell missbraucht worden (Lukaschewitsch 2014). Der Verdacht auf sexuellen Missbrauch der Komapatientin bestätigte sich nicht (Keine Hinweise auf sexuellen Missbrauch an Koma-Patientin 2014). Der Ruf der Klinik jedoch hat einen erheblichen Schaden erlitten. Hier ist professionelle Hilfe vonnöten, um gezielt und nachhaltig den guten Ruf und das Vertrauen der Patienten wieder aufzubauen.

Ein guter Arzt zeichnet sich nicht zuletzt auch dadurch aus, dass er sich viel Zeit für seine Patienten nimmt. Wer seine ärztliche Verantwortung auf diese Weise ernst nimmt, dem bleibt kaum Raum, sich um Patientenbewertungen in verschiedensten Bewertungsportalen und Suchergebnisse in Suchmaschinen zu kümmern, Bewertungen bei Bedarf zeitnah zu kommentieren und zu relativieren. Er benötigt ein intelligentes Social-Media-Monitoring als Frühwarnsystem, das alle relevanten Seiten laufend im Blick hat.

Entscheidend ist, eine fundierte Einschätzung der eigenen Reputation vorzunehmen und konkrete Handlungsoptionen für die operative Umsetzung der perfekt auf die jeweilige Praxis abgestimmten Maßnahmen zum Aufbau und zum Erhalt einer guten Reputation zu ermitteln.

Der gute Ruf definiert sich in zweifacher Hinsicht: online und in persona. Was online zu finden ist, kann schaden – oder aber enorm nutzen. Besonders wichtig ist die richtige Reaktion auf positive sowie auf negative Kommentare. Dabei kann es unter Umständen durchaus auch angemessen sein, eine Weile mit der Stellungnahme zu warten, um den Eindruck zu vermeiden, es handele sich bei der prompten

Antwort um ein „abgekartertes Spiel“. Hier ist je nach Sachlage zu entscheiden, welche Vorgehensweise die geschickteste ist. Und: Auch positive Bewertungen verdienen einen Kommentar! Ein einfaches „Es freut mich, dass Sie mit unserer Leistung zufrieden waren“ kann schon ausreichen.

Denn auch ein lobender Klient möchte ernst genommen werden. Proaktive Betreuung der Online-Präsenz mindestens im wöchentlichen Zyklus ist unerlässlich: Suchmaschinenergebnisse, Listungen in Verzeichnissen, Social Media, Arztbewertungen und Reviews – all dies muss in konsequenter Regelmäßigkeit erfolgen. Schon kleinste Nachlässigkeiten rächen sich schnell: Das Internet vergisst nicht. Ist ein Schaden erst einmal entstanden, stehen die Kosten und Mühen, diesen zu beheben, in keinem Verhältnis zum Aufwand einer professionellen Betreuung von Beginn an. Gerade die richtige Reaktion auf negative Einträge ist enorm wichtig, aber auch besonders anspruchsvoll. Hier ist es wichtig, sich professionell beraten zu lassen, um den entstandenen Schaden nicht noch zu verfestigen. Fällt die Reaktion auf eine negative Bewertung etwa emotional oder aggressiv aus, kann sie noch größeren Schaden anrichten als die Bewertung selbst. Hier ist Sachlichkeit Trumpf. Meinungen sind subjektiv. Ihnen mit ihrerseits subjektiven Gegenmeinungen zu begegnen, ist kontraproduktiv und keinesfalls zielführend. Beschimpfungen und Beleidigungen haben hier keinen Raum.

Besonders wichtig bei einer Reaktion auf Bewertungen ist, dass sich der bewertende Patient ernst genommen fühlt. Dies kann in erster Linie dadurch geschehen, dass individuell auf den unzufriedenen Bewertenden eingegangen wird. Immer gleiche unglücklich formulierte Textbausteine, die den Bewertenden nicht persönlich ansprechen und jede negative Bewertung mit exakt demselben Satz beantworten, bewirken leicht das genaue Gegenteil zu der bezweckten Wirkung. Wer so reagiert, der täte besser daran, überhaupt nicht auf die Patientenbewertung einzugehen.

Ein eindrückliches Beispiel dafür, wie man es NICHT machen sollte, liefert die Uniklinik Freiburg, die auf jede negative Bewertung im Bewertungsportal [klinikbewertungen.de](http://klinikbewertungen.de) ([www.klinikbewertungen.de](http://www.klinikbewertungen.de)) pauschal mit einem immer wortgleich identischen oberflächlichen Textbaustein reagiert: „Guten Tag, gerne möchten wir Ihre Erfahrungen im Universitätsklinikum Freiburg, die Sie hier geschildert haben, aufgreifen. Sollten Sie noch keinen direkten Kontakt mit uns haben, freuen wir uns sehr, wenn Sie mit uns in Verbindung treten. Schreiben Sie uns einfach eine E-Mail an: [patientenecho@uniklinik-freiburg.de](mailto:patientenecho@uniklinik-freiburg.de). Wir hoffen, dass wir Ihr Anliegen im persönlichen Kontakt aufarbeiten können“ (UniklinikFreiburg 2014). Abgesehen davon, dass nicht individuell reagiert wird, wird hier sehr ungeschickt versucht, die Sache aus der Öffentlichkeit herauszuhalten, was zudem die Frage aufwirft, was man hier zu verbergen hat. Oder, wie ein User es formuliert: „Vielen

Durchwachsen Klinischer Fachbereich: Urologie

21.03.2014 | Olly66 berichtet als Patient | Jahr der Behandlung: 2012 | Benutzerempfehlung

<b>Gesamtzufriedenheit:</b>	weniger zufrieden	
Qualität der Beratung:	zufrieden	
Medizinische Behandlung:	weniger zufrieden	
Verwaltung und Abläufe:	weniger zufrieden	

**Pro:** Pflegepersonal  
**Kontra:** Medizinische Qualität  
**Krankheitsbild:** ED

**Erfahrungsbericht:** 2 OP, erste mit dramatischem handwerkli. Fehler. Korrektur OP 1/2 Jahr später. Seltsame Anordnungen des Stationsarztes, über die das Pflegepersonal die Stirn runzelt. Pflegepersonal insgesamt hervorragend. Organisation umständlich und ineffizient.

Verstoß melden Weiterempfehlen Kommentieren

5 Kommentare

am 24.03.2014  
 Guten Tag, gerne möchten wir Ihre Erfahrungen im Universitätsklinikum Freiburg, die Sie hier geschildert haben, aufgreifen. Sollten Sie noch keinen direkten Kontakt mit uns haben, freuen wir uns sehr, wenn Sie mit uns in Verbindung treten. Schreiben Sie uns einfach eine E-Mail an: patientenecho@uniklinik-freiburg.de. Wir hoffen, dass wir Ihr Anliegen im persönlichen Kontakt aufarbeiten können.

am 24.03.2014  
 Vielen Dank für Ihr Feedback! Ich freue mich über Ihr Engagement, möchte aber betonen, daß eine öffentliche Bewertung der Allgemeinheit dienlicher ist.

**Abb. 2.6** Screenshot Bewertung Olly66 vom 21.03.2014. Durchwachsen. (Quelle: Screenshot Olly66 (2014). Durchwachsen. In: klinikbewertungen.de, Erfahrungen mit Uniklinikum Freiburg, Eintrag vom 21. und 24.03.2014. Online unter: [http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?bew\\_order=2&fac\\_id=uro](http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?bew_order=2&fac_id=uro), zuletzt aufgerufen am 08.10.2014)

Dank für Ihr Feedback! Ich freue mich über Ihr Engagement, möchte aber betonen, dass eine öffentliche Bewertung der Allgemeinheit dienlicher ist“ (Olly66 2014) (Abb. 2.6).

Schlimmer noch: Das Handling erfolgt derart planlos, dass der für negative Bewertungen vorgesehene Textbaustein mehrfach versehentlich für die wenigen positiven Bewertungen benutzt, die sich im Forum finden. Nach Bemerkung dieses Missgeschicks wird dann hastig ein weiterer Post hinterhergeschoben: „Entschuldigung, der Kommentar war nicht für Sie bestimmt, ich habe ihn falsch eingefügt“, steht da zu lesen. Oder: „Kleine Fehler passieren... der zweite Kommentar ist an die falsche Stelle gerückt und gehört nicht zu Ihrer Meldung. Entschuldigung!“ (UniklinikFreiburg 2014) (Abb. 2.7).

03.04.2014 | Franzi67 berichtet als Patient | Jahr der Behandlung: 2014 | Benutzerempfehlung

**Erfahrungsbereiche (177)**    Anfragen (0)    Die Klinik stellt sich vor    Statistiken

**Gesamtzufriedenheit:** sehr zufrieden ★★★★★  
**Qualität der Beratung:** sehr zufrieden ★★★★★  
**Medizinische Behandlung:** sehr zufrieden ★★★★★  
**Verwaltung und Abläufe:** sehr zufrieden ★★★★★

Pro: Alles  
 Kontra:  
**Krankheitsbild:** Spondylolisthesis  
**Privatpatient:** nein

**Erfahrungsbericht:** Ich wurde von meinem heimischen Krankenhaus überwiesen weil eine Pertikelschraube falsch gesetzt wurde. Wurde am 21.3. mit dem Liegendtransport eingeliefert und am 24.3. Operiert. Ich danke den Ärzten, Schwestern und Pflegern für die gute Versorgung und Pflege. Ich habe mich dort sehr wohl gefühlt obwohl sie alle sehr viel zu tun haben. Auch am Essen gibt es nichts zu meckern. Ich denke es kommt eben auch immer auf die Ansprüche an. Die haben es alle nicht leicht mit dem heutigen Gesundheitssystem. Nochmals Danke an Station Fedor Krause.

[Verstoß melden](#)   [Weiterempfehlen](#)   [Kommentieren](#)

2 Kommentare

am 22.04.2014  
 Guten Tag,  
 gerne möchten wir Ihre Erfahrungen im Universitätsklinikum Freiburg, die Sie hier geschildert haben, aufgreifen. Sollten Sie noch keinen direkten Kontakt mit uns haben, freuen wir uns sehr, wenn Sie mit uns in Verbindung treten. Schreiben Sie uns einfach eine E-Mail an: [patientenecho@uniklinik-freiburg.de](mailto:patientenecho@uniklinik-freiburg.de). Wir hoffen, dass wir Ihr Anliegen in persönlichen Kontakt aufarbeiten können.

am 22.04.2014  
 Entschuldigung, der Kommentar war nicht für Sie bestimmt, ich habe ihn falsch eingefügt.

**Abb. 2.7** Screenshot Reaktion UniklinikFreiburg auf positive Bewertung von Franzi67. (Quelle: Screenshot Reaktion UniklinikFreiburg auf positive Bewertung von Franzi67 vom 03.04.2014. In: [klinikbewertungen.de](http://www.klinikbewertungen.de), Erfahrungen mit Uniklinikum Freiburg, 22.04.2014. Online unter: <http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg>, 16.10.2014)

Gelungenes Beschwerdemanagement sieht anders aus.

Verständlich, dass die betroffenen User auf solche Behandlung entsprechend reagieren. So bemerkt User Greg38 am 23. 03. 2013: „Ich sage nur – ganz großes Kino“ – da erhalte ich auf meine Kritik von einer angeblichen „Qualitätsmanagement Abteilung der Uniklinik“ eine Standard Antwort – und was passiert auf meine Antwort..... natürlich NICHTS!! Keine Antwort... seit Tagen.

Liebe Uniklinik – hier geht es nicht um irgendein Chatroom sondern um „echtes“ Leben. Wenn Sie wirklich ein Interesse an Verbesserungen haben, dann sollten Sie auch etwas tun und nicht das Problem per Standard Mail „provisorisch“ versuchen zu regeln. Ich könnte wetten, dass bei den anderen Kritikern ebenfalls keine Antwort kam. Hauptsache antworten – „per Mausclick und nicht persönlich auf

**Abb. 2.8** Justitia.

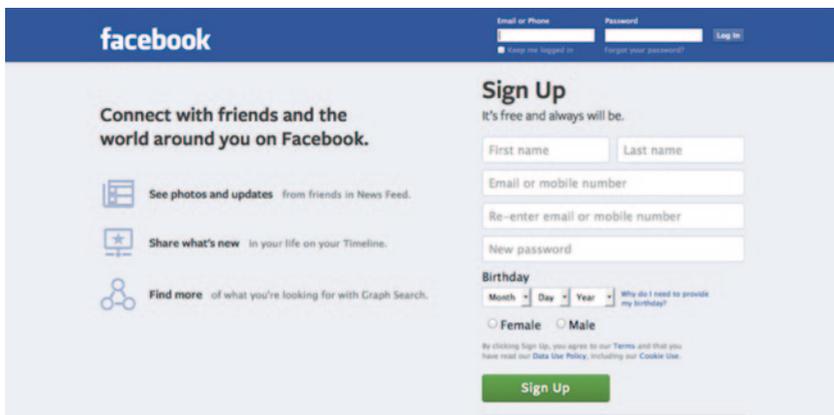
(Quelle: Nikon. Justitia.  
In: piqs.de. Online unter:  
<http://piqs.de/fotos/69529.html>, zuletzt besucht am  
16.10.2014)



das Problem eingehen. ... Super Arbeit – wirklich!!“ (Greg38 23.03.2013). Dem ist nichts mehr hinzuzufügen.

Unerlässlich ist auch, die rechtlichen Aspekte im Blick zu haben (Abb. 2.8). So ist zum Beispiel stets darauf zu achten, Vertraulichkeit und Privatsphäre von Patienten zu wahren. Das Brechen der Schweigepflicht kann sowohl strafrechtliche (§ 203 StGB) als auch berufsrechtliche und zivilrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen. Um der Schweigepflicht zu entsprechen, muss der Arzt sicherstellen, dass der Patient auch durch die Summe der online zur Verfügung stehenden Informationen nicht identifizierbar ist. Hier kann bei der Fülle der im Netz verfügbaren Quellen schnell einmal der Überblick verloren gehen.

Vorsicht geboten ist auch bei fachlichen Ratschlägen in Social Media Foren wie Facebook (facebook.com, Abb. 2.9) oder Friendscout24 (friendscout24.de). Hier



**Abb. 2.9** Screenshot Homepage facebook.com. (Quelle: Screenshot Homepage facebook.com. Online unter: <https://de-de.facebook.com/>, 16.10.2014)

gilt es, haftungsrelevante Aussagen zu unterlassen und die Grenzen des Fernbehandlungsverbotes zu beachten sowie berufswidrige Werbung zu vermeiden.

Beantwortet beispielsweise eine angestellte Krankenhausärztin in ihrem privaten Facebook-Account eine allgemeine medizinische Frage eines „Freundes“, den sie nur über das Netzwerk kennt, so liegt es durchaus im Rahmen des Möglichen, dass sie ein Jahr später das Schreiben eines Anwalts erhält, der einen ursächlichen Zusammenhang zwischen dem Online-Rat der Ärztin und einem negativen Krankheitsverlauf bei der „beratenen“ Person herstellen möchte. Besteht hier überhaupt eine Haftung? Springt die Haftpflichtversicherung ein? Die Rechtsschutzversicherung? Wie sieht es bei beruflicher Nutzung sozialer Medien aus?

Was ist beispielsweise, wenn sich Dritte, wie etwa Pharmaunternehmen, in sozialen Netzwerken Kontaktdaten von Patienten beschaffen, die auf der beruflichen Facebook-Seite einer Arztpraxis Kommentare hinterlassen, und mit Hilfe dieser Daten mit den Betroffenen gezielt in – unerbetenen – Kontakt treten? Ist dies der Arztpraxis zuzurechnen?

Durch die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten sozialer Medien im medizinischen Bereich können somit haftungsrechtliche Risiken für Ärzte entstehen, auf die von Anfang an ein besonderes Augenmerk gelegt werden sollte. Auch auf diesem sensiblen Gebiet ist konsequente professionelle Betreuung von Nöten, um unabsehbare Folgen für die Reputation zu verhindern.

## 2.2 Beispiele aus der Praxis

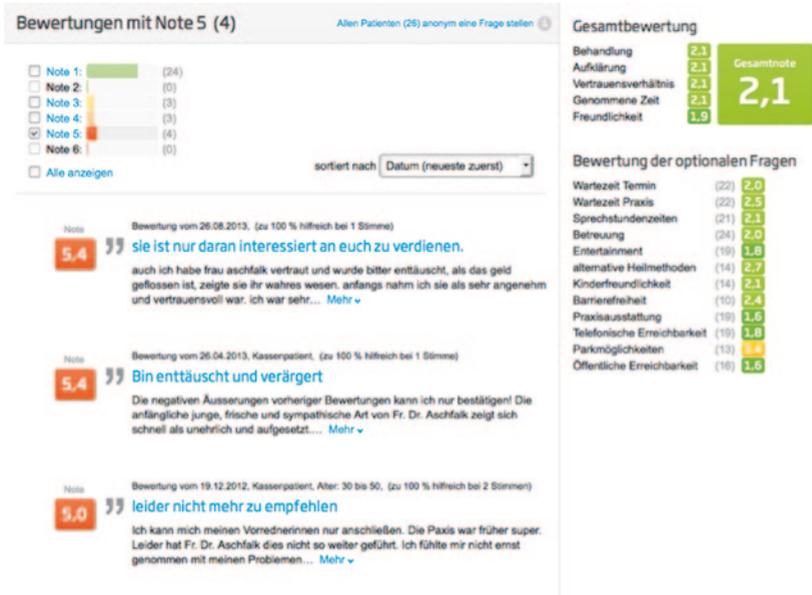
Wer die Berichterstattung in den Medien im medizinischen Bereich verfolgt, kann feststellen, dass dort ein sehr besorgniserregendes Bild gezeichnet wird: „Organ-spendskandal“, „Ärztepfusch“ und „Hygieneskandale“ lassen Mediziner nicht gut aussehen. Die negativen Konsequenzen, die eine solche Berichterstattung für das Arzt-Patienten-Verhältnis hat, sind enorm. Zu wichtig ist das Vertrauensverhältnis zwischen Arzt und Patient. Patienten müssen ihrem Arzt vertrauen können – eine Krankengeschichte birgt zu viel an Persönlichem und Intimem, als dass man sie irgendeinem Kurpfuscher anvertrauen möchte. Vor allem aber hat der Mensch nur einen Körper – und den möchte er in guten Händen wissen, wenn es um medizini-sche Eingriffe geht. Wer sich für eine Operation in die Hände eines Mediziners begibt, will sicher sein, dass seine Gesundheit nicht in Gefahr ist. Schwarze Schafe gibt es überall – umso wichtiger ist es, sich deutlich von ihnen abzugrenzen. Selbstverständlich sollte man sich als medizinischer Dienstleister darauf verlassen können, dass Panikmache ausschließlich zum Zwecke einer Schlagzeile nicht das übliche Vorgehen in der Medienlandschaft ist – leider ist dies jedoch nicht immer der Fall – im Gegenteil. Allzu oft geraten Mediziner durch voreilige, zum Skandal aufgebauschte, oft sogar nachweislich inkorrekte Medienberichte in Verruf – und sind dem scheinbar hilflos ausgeliefert. Wie wichtig es ist, rechtzeitig erfolgreich gegenzusteuern, zeigt sich insbesondere, wenn man Fälle betrachtet, wo dies nicht gelungen ist.

### Beispiel Bewertungsplattform

Wie bereits ausführlich dargelegt, können insbesondere Bewertungsplattformen zur Gefahr für den guten Ruf werden. Dies zeigt sehr eindringlich das Beispiel einer Berliner Frauenärztin. Durchweg erhielt die Medizinerin auf der Bewertungsplattform [jameda.de](http://jameda.de) hervorragende Bewertungen (Bewertungsprofil Dr. med. K. Aschfalk 2014). 24 von 33 Bewertern geben ihr eine glatte eins. Ende 2012 gab es plötzlich einige wenige extrem schlechte Bewertungen, die der Ärztin insbesondere Profitgier vorwarfen- mit entsprechender negativer Auswirkung auf die Gesamtnote (Abb. 2.10).

Eine zufriedene Patientin springt der Ärztin hilfreich zu Seite (Abb. 2.11).

Eine glückliche Fügung, sicher. Aber wer will sich im Ernstfall auf einen Pa-tienten in glänzender Rüstung verlassen, der den guten Ruf im Netz rettet? Wäre



**Abb. 2.10** Screenshot negative Bewertungen für K. Aschfalk auf Jameda. (Quelle: Screenshot negative Bewertungen für K. Aschfalk auf Jameda, 2012–2013. In: jameda.de, Erfahrungen 10.02.2014. Online unter [http://www.jameda.de/berlin/aerzte/frauenaerzte-gynaekologen/dr-katrin-aschfalk/bewertungen/81186902\\_1/?shownoten\[\]=5](http://www.jameda.de/berlin/aerzte/frauenaerzte-gynaekologen/dr-katrin-aschfalk/bewertungen/81186902_1/?shownoten[]=5), zuletzt besucht am 15.10.2014)

es nicht vielmehr angebracht, selbst entsprechend auf unangebrachte und unsachliche Kritik zu reagieren und aktiv gegen schlechte, rufschädigende Einträge und Bewertungen vorzugehen?

Ein besonders heikles Terrain ist der sog. „Ärztepfusch“. Laut Jahresstatistik des Medizinischen Dienstes der Krankenversicherung (MDK 2013) wurden im Jahr 2013 3.687 Behandlungsfehler bestätigt. Nicht viel, sollte man meinen, angesichts von 681 Mio. Behandlungen im Jahr (Behandlungsfehler von Ärzten. Risiko bei Gelenkoperationen am größten. 2014). Auch wenn die Dunkelziffer gewiss wesentlich höher liegt, rechtfertigt das also noch nicht die Pauschalisierung von Schlechtleistung, mit der in den Medien gearbeitet wird. Ohne Zweifel ist jeder Fehler ein Fehler zu viel. Der Fehler liegt hier in der Regel eher im System als beim Einzelnen – dieser jedoch sieht sich, wenn er nicht umgehend richtig reagiert, nur allzu schnell einer möglicherweise existenzbedrohenden Situation ausgesetzt.

**Dr. med. Katrin Aschfalk**  
 Ärztin, Frauenärztin (Gynäkologin)  
 Luitpoldstr. 26, 10777 Berlin

zurück zum Profil [Diesen Arzt bewerten](#)

**Bewertung für Dr. Aschfalk**

Note: **1,0** **Ungerechtfertigter Shitstorm**  
 Bewertung vom 10.02.2014, Kassenzustell. Alter: 30 bis 50. (zu 100 % hilfreich bei 1 Stimme)

Es ist ja so unglaublich mutig, einfach und "modern", hier einen Shitstorm anzuzetteln und sich dann hinter einem Pseudonym zu verstecken. Mich widern solche Menschen an, weil sie einfach zu feige und zu unaufrichtig sind, ihre Meinung auch direkt bei der Ärztin zu äussern.

Frau Dr. Aschfalk ist die beste Frauenärztin, welche ich je kennengelernt habe und ihr zu unterstellen, dass sie nur geldorientiert sei und das mit einem Botox-Angebot zu begründen, zeigt nicht nur, welch' Geistes Kind manche Leute hier sind, sondern auch das Niveau dieser ganzen "Sozialen Netzwerk-Geschädigten".

Klar, jeder empfindet ein Arzt-Patienten-Verhältnis anders und nicht jeder kann mit jedem, aber diese plötzliche Welle an negativen Bewertungen (komischerweise innerhalb eines ganz engen Zeitraums), sind nicht nur berufschädigend, sondern auch einfach nur krass falsch und vor allem feige!

Fr. Dr. Aschfalk ist eine aussergewöhnlich kompetente Ärztin, welche eben keinen Unterschied zwischen Kassen- und Privatpatienten macht, sie ist aber vor allem eine Seele von Mensch und der Vorwurf der Überheblichkeit und Arroganz ist ungefähr so richtig, wie dass die Welt eine Scheibe ist.

Ich wünsche den Shitstorm-Bewertern, dass sie niemals auf so feige Menschen wie sich selber treffen mögen und ansonsten:

Gute Besserung!"

**Gesamtbewertung**

Behandlung	2,1	Gesamtnote <b>2,1</b>
Aufklärung	2,1	
Vertrauensverhältnis	2,1	
Genommene Zeit	2,1	
Freundlichkeit	1,9	

Alle Bewertungen (34) ▶

- 34 Bewertungen
- 84 Patienten-Empfehlungen
- 1 Kollegen im Netzwerk
- 23.070 Aufrufe des Profils

[Diesen Arzt bewerten](#)

**Artikel von Dr. Aschfalk**

Sind Sie Dr. Aschfalk?  
[Jetzt Artikel verfassen](#)

**Abb. 2.11** Screenshot Ungerechtfertigter Shitstorm. Positive Bewertung für K. Aschfalk. (Quelle: Screenshot Ungerechtfertigter Shitstorm. Positive Bewertung für K. Aschfalk. In: jameda.de, Erfahrungen 10.02.2014. In: Online unter: [http://www.jameda.de/berlin/aerzte/frauenaezte-gynaekologen/dr-katrin-aschfalk/bewertung/81186902\\_1\\_1261008/](http://www.jameda.de/berlin/aerzte/frauenaezte-gynaekologen/dr-katrin-aschfalk/bewertung/81186902_1_1261008/), zuletzt besucht am 15.10.2014)

Oft reicht bereits eine einzige negative Meldung, um auf Jahre hinweg eine rufschädigenden Wirkung zu verursachen.

## Professor Mang

Wie schnell es gehen kann, in der medialen Welt in Verruf zu geraten, zeigt auch das Beispiel des bekannten Schönheitschirurgen Professor Werner Mang. Nicht nur, dass der Professor und seine Bodenseeklinik in aktuellen Patientenbewertungen auf klinikbewertungen.de (Klinikbewertungen Bodenseeklinik Lindau 2006–2014) alles andere als gut abschneidet (Abb. 2.12).

The screenshot shows a patient review interface. At the top, there are navigation tabs: 'Erfahrungsberichte (30)' (highlighted in red), 'Anfragen (0)', 'Die Klinik stellt sich vor', and 'Statistiken'. Below the tabs, the text reads 'zu 100% unzufrieden!' and 'Klinischer Fachbereich: Plastische Chirurgie'. The review is dated '11.09.2014' and is by user 'Van1990'. The patient's overall satisfaction is 'unzufrieden', and this is reflected by five red stars. The patient is also dissatisfied with the quality of care, medical treatment, and administration. The review text is as follows:

**Gesamtzufriedenheit:** unzufrieden  
**Qualität der Beratung:** unzufrieden  
**Medizinische Behandlung:** unzufrieden  
**Verwaltung und Abläufe:** unzufrieden

**Pro:** Wie bitte?!  
**Kontra:** zu viel um alles aufzuschreiben!  
**Krankheitsbild:**  
**Privatpatient:** ja

**Erfahrungsbericht:** Ich war nicht in Lindau sondern in der mang-kinik swiss. Ich kann allgemein nur von einer Operation abraten. Man braucht einfach nur die unteren negativen Kommentare durchlesen. Genauso ist es mir auch ergangen. Das schlimmste ist, dass man nicht mal weiß wer einen operiert hat. Eigentlich wollte ich vom Herrn Mang persönlich operiert werden aber der ist mir vor der op, im op - Saal und auch nach der op nicht über den weg gelaufen. Lediglich am Vorabend für gerade mal 2 min. Des weiteren wird dort nicht danach operiert was dem Patienten vorschwebt, sondern gerade so wie es dem Arzt passt. Mir wurde einfach was von der Nasenspitze weggenommen, was den Effekt hat, dass sie nach unten abfällt. Der "begabte" Herr Mang wollte sie mir aber stupziger machen, also die Nasenspitze erhöhen. Ich denke mal es sollte jedem Chirurg klar sein, dass das so nicht funktioniert. Wieso also nicht Herrn Prof.Dr.Mang?! Oder wer auch immer das Messer bei mir abgesetzt hat. Auf all meine fragen reagierte der Herr bei meiner Nachuntersuchung ( die mir nie angeboten wurde; selbst darum gekümmert; 3 Monate Wartezeit) überheblich, arrogant und desinteressiert und wollte das regelrecht hässliche Ergebnis einfach nicht sehen. Pluscher&Ausbeuter!!!

**Abb. 2.12** Zu 100% unzufrieden. (Quelle: Van1990 (2014). Zu 100% unzufrieden. In: klinikbewertungen.de, Erfahrungen mit Bodenseeklinik Lindau Bodensee. Eintrag vom 11.09.2014. Online unter: <http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-bodenseeklinik-lindau-bodensee>, zuletzt besucht am 09.10.2014)

Schwerer noch wiegt eine Reihe von Rechtsstreitigkeiten und Skandalen, die sich wie ein roter Faden durch die vergangenen Jahre zieht.

So warf das Nachrichtenmagazin „Der Spiegel“ Mang vor, im Fall von Rechtsstreitigkeiten mit Patienten in mehreren Fällen veränderte Krankenakten vorgelegt zu haben (Grill und Weiss 2011) die nicht mit den Originalakten übereinstimmen. Kopien von Originalakten und veränderte Akten liegen dem Spiegel nach eigenen Angaben vor. Weiter hatte im Jahr 2009 nachweislich der angestellte Arzt Joachim Hecker ohne Approbation eigenständig Operationen in der Bodenseeklinik durchgeführt (Grill und Weiss 2011). Gegen Hecker wurde vom Amtsgericht Kempten ein internationaler Haftbefehl erlassen, der jedoch nach kurzer Zeit wieder aufgehoben wurde (Haftbefehl gegen Schönheitschirurgen aufgehoben 2012).

Nach umfangreichen staatsanwaltschaftlichen Durchsuchungen der Bodenseeklinik im Dezember 2011 leitete die Kemptener Staatsanwaltschaft im Februar 2012 ein Ermittlungsverfahren gegen Mang ein. Ihm wurde Beihilfe zu gefährlicher Körperverletzung in 274 Fällen vorgeworfen, da er offenbar über längere Zeit wusste, dass der betreffende Arzt keine Approbation besaß und ihn dennoch Operationen durchführen ließ (Grill und Marquardt 2012).

Aufgrund der Berichterstattung im Magazin „Der Spiegel“ forderten auch die Präsidenten von drei medizinischen Fachgesellschaften – W. Gubisch, Präsident der Vereinigung der Deutschen Ästhetisch-Plastischen Chirurgen (VDÄPC), P. Vogt für die Deutsche Gesellschaft der Plastischen, Rekonstruktiven und Ästhetischen Chirurgie (DGPRÄC) und G. Sattler für die Gesellschaft für Ästhetische Chirurgie Deutschland (GÄCD) – die zuständige Staatsanwaltschaft auf, die Praktiken Mangs zu untersuchen (Werner Mang, wikipedia.org.). Mang selbst bestritt die erhobenen Vorwürfe.

Im Zuge eines Verfahrens vor dem Amtsgericht Lindau kam es am 25. Januar 2013 zu einer rechtskräftigen Verurteilung Mangs zu 200 Tagessätzen wegen vorsätzlicher Körperverletzung in acht Fällen (Sabinsky-Wolf 2013). Das Gericht sah es als erwiesen an, dass Mang von Januar bis April 2009 in seiner Klinik den Arzt Joachim Hecker hatte operieren lassen, obwohl ihm bekannt war, dass dieser über keine gültige Approbation verfügte (Grill 2013).

Anhaltspunkte für ärztliche Kunstfehler oder Urkundenfälschung haben sich laut Staatsanwaltschaft jedoch nicht ergeben.

Auch der Internetauftritt <http://www.bodenseeklinik.de> der Bodenseeklinik sieht sich Kritik ausgesetzt. Dort werde der Eindruck erweckt, Werner Mang sei Facharzt für Plastische und Ästhetische Chirurgie, während er tatsächlich lediglich Facharzt für HNO-Heilkunde mit der Zusatzqualifikation Plastische Operationen ist. Kritisiert wird auch die auf der Internetpräsenz behauptete wissenschaftliche Bedeutung Mangs für das Gebiet der ästhetischen Chirurgie (Grill und Weiss 2011).

Schlagzeilen machte auch der Fall einer Patientin, deren Brüste in Form von Vorher/Nachher-Fotos einer Brust-OP ohne ihre Einwilligung auf der Webpräsenz der Bodenseeklinik veröffentlicht wurden. Die Patientin erhielt von der Klinik 3000 € Schadensersatz (Stegmüller 2011).

## Hygieneskandale

Immer wieder finden sich in den Medien Berichte über Multiresistente Erreger (MRE) und Methicillin-resistente Staphylococcus-epidermidis-Stämme (MRSE).

Methicillin-resistente *Staphylococcus aureus* (MRSA) sind Keime, die beim Menschen unter anderem Wundinfektionen und Entzündungen der Atemwege hervorrufen können und gegen bestimmte Antibiotika resistent sind (Fragen und Antworten zu Methicillin-resistenten *Staphylococcus aureus* (MRSA) 2014). In der Vergangenheit trat der Keim vor allem in Krankenhäusern auf, wo er von Mensch zu Mensch übertragen wird (Fragen und Antworten zu Methicillin-resistenten *Staphylococcus aureus* (MRSA) 2014).

Multiresistente Erreger stellen eine stetig steigende Bedrohung für die Gesundheit der Bevölkerung dar. Patienten, die mit eigentlich harmlosen Befunden in die Klinik kommen, landen mit schwersten Wundinfektionen, Lungenentzündungen oder Blutvergiftungen auf der Intensivstation, weil sie sich in der Klinik Keime einfangen, gegen die herkömmliche Antibiotika nichts mehr ausrichten können (Müller-Jung 2006).

Wird in den Medien über Fälle von MRSA-Erkrankungen von Patienten berichtet, kann dies schnell den guten Ruf eines Hauses bedrohen.

In München musste 2010 die private Residenzlinik am Odeonsplatz wegen Hygienemängeln schließen (Schönheits-Klinik schließt nach Hygiene-Skandal 2010). Kontrolleure des Referats für Gesundheit und Umwelt (RGU) hatten schwere Hygienemängel in der Schönheitsklinik festgestellt. Insbesondere die Reinigung und Sterilisation des medizinischen Geräts wurde als mangelhaft eingestuft. Ende Juli erstattete die Stadt München Anzeige und erließ strenge Auflagen: Die Schönheitschirurgen der Residenzlinik durften weder Eingriffe unter Vollnarkose durchführen noch Medizinprodukte aufbereiten oder gar die Klinikwäsche im eigenen Haus waschen. Zwar wurden die Mängel zeitnah abgestellt, so dass die Klinik wieder grünes Licht durch das Gesundheitsamt erhielt. Dennoch blieb die Klinik geschlossen. Als Grund wurden „Umstrukturierungsmaßnahmen“ genannt. Eine Tonbandansage teilte Anrufern mit: „Wie der Presse zu entnehmen war, ist die Residenzlinik in eine Krise geraten. Das gesamte Team arbeitet an einer Lösung“ (Schönheits-Klinik schließt nach Hygiene-Skandal 2010).

Im März 2011 berichtete die Süddeutsche Zeitung unter der Überschrift „der Albtraum von der Schönheit“ (Lode 2011a), über die Klinik berichtet neben den Hygienemängeln von angeblichen zahlreichen weiteren Mängeln, Anzeigen beim Gesundheitsamt und mindestens 13 Patienten, die einen Anwalt eingeschaltet hätten. Am 11. März 2011 berichtete die „Süddeutsche Zeitung“, die Residenzlinik habe Insolvenz angemeldet und werde abgewickelt. Ein Versuch, die Klinik unter neuem Namen weiterzuführen, scheitert (Lode 2011b).

Besonderes Medienecho erfahren Hygienemängel in Kliniken dann, wenn es zu tragischen Todesfällen unter den verwundbarsten Patienten kommt – frühgeborenen Säuglingen.

Hier kam es in den letzten Jahren immer wieder zu alarmierenden Zwischenfällen.

Nach einer Infektion starb Mitte Dezember 2013 im Frankfurter Bürgerhospital ein frühgeborener Junge an einer Blutvergiftung, die durch das Stäbchenbakterium „Enterobacter“ ausgelöst worden war (Schmidt 2013). Der Säugling sei am 19. Dezember 2013 akut erkrankt und innerhalb weniger Stunden gestorben, teilte eine Klinik-Sprecherin mit. Der Junge sei am 6. Dezember in der 25. Schwangerschaftswoche zur Welt gekommen und wog nur 770 Gramm. Die körperliche Entwicklung zum Zeitpunkt der Geburt sei „im Grenzbereich“ gewesen, sagte der Ärztliche Direktor des Klinikums, Oliver Schwenn (Teutsch 2013). Bis zum 19. Dezember sei die Entwicklung des Kindes jedoch zufriedenstellend gewesen. Bei einer Routineuntersuchung zwei Tage vor dem Tod sei der Keim noch nicht nachgewiesen worden. „Der Gesundheitszustand des Jungen hat sich am Abend des 19. Dezember rapide verschlechtert. Er konnte nicht mehr allein atmen“, sagte die zuständige Oberärztin der Klinik für Neonatologie, Silke Ehlers (Klinikum Bremen-Mitte. „Schwerer hygienischer Zwischenfall“ – Frühchen tot 2011). Die behandelnde Ärztin habe daraufhin alle notwendigen Maßnahmen eingeleitet. „Aber auch nach der Behandlung mit Antibiotika hat sich sein Zustand verschlimmert“, berichtete Ehlers. Der kleine Junge sei in den frühen Morgenstunden an einer Blutinfektion gestorben (Frankfurter Bürgerhospital. Frühchen stirbt infolge von Infektion 2013). Der Darmkeim wurde bei drei weiteren Kindern festgestellt, die jedoch nicht erkrankten.

In einem Krankenhaus der Berliner Charité starb im Oktober 2012 ein Neugeborenes an einer Blutvergiftung, die auf eine Infektion mit Keimen zurückzuführen war. Bei weiteren 20 Kindern wurden die Keime gefunden, sieben erkrankten daran. Wegen des starken Befalls mit sogenannten Serratien-Keimen nahm die Charité an zwei ihrer fünf Stationen zeitweilig keine Frühchen mehr auf. Bereits aufgenommene Frühgeborene wurden aber weiter behandelt. Nach Angaben der Krankenhausleitung hatte der verstorbene Säugling unter weiteren schweren Erkrankungen gelitten. Todesursache war aber letztlich die Keiminfektion (Säugling in Berliner Charité an Keimen gestorben 2012).

Wegen eines „schweren hygienischen Zwischenfalls“ starben bereits Ende 2011 im Klinikum Bremen-Mitte drei Frühchen. Sie sollen durch verunreinigte Nahrung ums Leben gekommen sein. Zehn weitere Kinder erkrankten. Offenbar waren Keime die Ursache. Zwei der Babys starben bereits im August 2011, das dritte,

kurz bevor die Meldung an die Öffentlichkeit gelangte (Klinikum Bremen-Mitte. „Schwerer hygienischer Zwischenfall“ – Frühchen tot 2011).

In einer Passauer Kinderklinik starb im Oktober 2011 ein Säugling, der sich mit einem multiresistenten Keim angesteckt hatte. Allerdings war der wenige Wochen alte Junge bereits seit seiner Frühgeburt schwer krank. Drei weitere infizierte Babys überlebten (Drei Säuglinge in Klinik gestorben, zehn weitere erkrankt 2011).

Im September 2011 erregte der Tod dreier Frühgeborener in einer Siegener Kinderklinik die Gemüter. Zwei der Babys starben an einer Blutvergiftung, deren Ursache laut Staatsanwaltschaft Bakterien war. Der dritte Säugling wurde nicht obduziert. Die Kinder waren mit Grunderkrankungen in die Klinik gekommen (Tod dreier Frühchen in Siegen gibt weiter Rätsel auf 2011).

Im August 2010 starben auf der Intensivstation des Mainzer Uniklinikums zwei Babys an einer verseuchten Nährlösung. Die Bakterien waren über eine vermutlich defekte Infusionsflasche in die Lösung geraten. Die genaue Quelle der Verunreinigung blieb letztlich unklar, das Verfahren wurde eingestellt. Ein drittes Baby starb an einer Vorerkrankung (Immer wieder Probleme mit Keimen 2011).

Nur allzu oft bleibt die Herkunft der Keime im Dunkeln. Im Fall des Klinikums Bremen dauerte es Wochen, die Quelle der Keimbeseidlung zu finden. Am Ende war es ausgerechnet der Desinfektionsmittelspender der Station, von dem die gefährlichen Keime ausgingen (Brüning 2012).

Wichtig ist auch in diesem Bereich ein professionelles Krisenmanagement, um im Falle eines solch traurigen Szenarios die mediale Berichterstattung nicht gänzlich außer Kontrolle zu verlieren.

## **Uniklinik Freiburg**

Ein Beispiel für extreme Rufschädigung im Internet ist die oben bereits erwähnte Uniklinik Freiburg (Erfahrungen mit Uniklinikum Freiburg 2006–2014).

„Patienten die hier überleben können sich glücklich schätzen.“ Ein Satz, der es in sich hat. Zu finden auf der Internetseite [www.klinikbewertungen.de](http://www.klinikbewertungen.de) zur Uniklinik Freiburg (mone61 2013). Der Bewerter ist mit seinem vernichtenden Urteil keineswegs allein. Negative Bewertungen dieser Art für diese Klinik häufen sich. Um das Ausmaß dieses Falles zu verdeutlichen, seien einige Patientenbewertungen in Gänze wiedergegeben:

Erfahrungsberichte (127)	Anfragen (0)	Die Klinik stellt sich vor	Statistiken
<b>Gesamtzufriedenheit:</b>	unzufrieden		☆☆☆☆☆☆
Qualität der Beratung:	unzufrieden		☆☆☆☆☆☆
Medizinische Behandlung:	zufrieden (Kann ich noch nicht beurteilen, hoffe zufrieden...)		☆☆☆☆☆☆
Verwaltung und Abläufe:	unzufrieden		☆☆☆☆☆☆
Pro:	Ich überlege noch...		
Kontra:	Umgang mit Patient		
Krankheitsbild:	Meniskus OP		
Privatpatient:	nein		
Erfahrungsbericht:	<p>Wirtschaftlichkeit steht an oberster Stelle.  Menschlichkeit hängt vom jeweiligen Mitarbeiter ab, ist aber nicht das Credo der Klinik.  Unterirdisch organisierte Abläufe.  Aufnahme um 06:30, OP um 11:30  Warten soll man auf einem unbequemen Holzstuhl.  Zimmer bekommt man erst nach der OP, Bett erst kurz vorher - und das ein bereits benutztes.  Der Wunsch nach ambulanter Behandlung wird einfach ignoriert.  Habe leider vor der OP - trotz Nachfrage!!! - keinen Arzt sprechen können.  Nach der OP immerhin 1 Minute. Es wurden wohl große Teile des Meniskus entfernt.  War meine zweite OP am Meniskus (die erste war nicht in der Uni)  Habe den Termin nur aufgrund meiner Hartnäckigkeit bekommen. Der Prof. meinte ich brauche die OP aus "psychologischer Sicht", da auf den MRTs nichts zu erkennen sei.  Wäre gern noch etwas ins Detail mit dem Arzt gegangen, sagte er ja, dass ich mir das nur einbilde.  Behandlungsbericht ist von irgendwem unterschrieben und 3 Sätze lang.  OP Bericht kann bis zu 2 Wochen dauern.  Doof, dass die Nachsorge nicht in der Uni stattfindet und ich daher nicht weiß was ich meinem Orthopäden nun sage.  Bin sehr enttäuscht, dass ich als Kassenpatient so abgefertigt wurde.  Bleibt nur die Hoffnung, dass die OP gut war...</p>		

**Abb. 2.13** Unterirdische Organisation, keine ärztliche Betreuung. (Quelle: Screenshot Zurkassette (2014). Unterirdische Organisation, keine ärztliche Betreuung. In: klinikbewertungen.de, Erfahrungen mit Uniklinikum Freiburg 11.02.2014. Online unter: <http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg>, zuletzt besucht am 15.10.2014)

Am 11.02.2014 schreibt „Zurkassette“ (Abb. 2.13):

Am 13.06.2014 schreibt Userin Elfe 8092 (Abb. 2.14):

Eine ältere Bewertung von Noahssterm vom 28.08.2012 liest sich wie folgt (Abb. 2.15):

Ein Bewertungseintrag von Elevator0816 vom 27.05.2013 ist ähnlich negativ (Abb. 2.16):

Und auch am 12.02.2014 kommt die Uniklinik bei User 4waldoo nicht gut davon (Abb. 2.17):

Erfahrungsberichte (127)	Anfragen (0)	Die Klinik stellt sich vor	Statistiken
<b>Unangebrachtes Ausfragen</b> 13.06.2014   Elfe8092 berichtet als Angehöriger eines Patienten   Jahr der Behandlung: 2014   Benutzerempfehlung		<b>Klinischer Fachbereich: Kindermedizin</b>	
<b>Gesamtzufriedenheit:</b> unzufrieden <b>Qualität der Beratung:</b> weniger zufrieden <b>Medizinische Behandlung:</b> weniger zufrieden <b>Verwaltung und Abläufe:</b> unzufrieden			
<b>Pro:</b> <b>Kontra:</b> Missachtung der Schweigepflicht <b>Krankheitsbild:</b> Augenrollen mit offenen Augen <b>Privatpatient:</b> nein			
<b>Erfahrungsbericht:</b>	<p>Wir als Eltern hatten Sorgen wegen unseres Babys, weil es mit den Augen mehrmals täglich komisch gerollt hatte. Es wurden teilweise grenzwertige Fragen gestellt. Wir vertrauten uns aber trotzdem der Ärztin an, weil wir dachten wir wären in guten Händen.</p> <p>Die Ärztin war sehr darauf konzentriert ihren Bericht zu schreiben. Zum Schluß sagte Sie, daß der Kinderarzt diesen Bericht bekommen würde. Als wir im Nachhinein diesen Bericht gelesen hatten, stand dort alles drin was wir ihr anvertraut hatten und sogar gewisse Unterstellungen über uns.</p> <p>Wir waren entsetzt - gibt es keine Patienten Schweigepflicht mehr?</p> <p>Am nächsten Tag war ich mit meiner Prinzessin nochmal dort zum EEG - leider nur kurze Untersuchung, weil sie unruhig war. Daraufhin wurde ich schon wieder wie eine Zitrone aus meinem Privatleben ausgequetscht, es kam mir sehr, sehr lang vor. Es waren Fragen dabei wie: Was haben Sie für eine Ausbildung? Was haben Sie in der Vergangenheit gemacht? Reicht das Geld zum Leben? Was möchten Sie nach der Elternzeit machen? Wie haben Sie Ihren Freund kennengelernt etc..... über eine Stunde!</p> <p>Ich dachte immer wieder: Weshalb bin ich eigentlich hier? Ich und mein Mann verstehen die Welt nicht mehr! Da wendet man sich ans Krankenhaus, um zu klären, ob alles ok mit dem Baby ist( weil man sich als Eltern nunmal Sorgen macht )... und wird dann so behandelt?</p> <p>Hätten wir gewußt was für einen Lauf das Ganze nehmen würde, hätten wir uns niemals an die Uniklinik gewendet. Aber na ja....man ist immer erst im Nachhinein schlauer, nicht wahr?</p> <p>LG</p>		

**Abb. 2.14** Screenshot Unangebrachtes Ausfragen. (Quelle: Screenshot Elfe8092 (2013). Unangebrachtes Ausfragen. In: klinikbewertungen.de, Erfahrungen mit Uniklinikum Freiburg, Eintrag vom 13.06.2013. Online unter: [http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?fac\\_id=kinder](http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?fac_id=kinder), zuletzt besucht am 14.10.2014)

Auch eine Bewertung wie die folgende von Toni1967 vom 18.02.2013 schadet dem Ruf der Klinik (Abb. 2.18):

Eine weitere katastrophale Bewertung erteilt Im123 am 02.07.2012 (Abb. 2.19):

Olly66 fügt seinem Kommentar vom 21.03.2014 am 27.09.2014 noch einen negativen Kommentar hinzu (Abb. 2.20):

Erschwerend hinzu kommt in diesem Fall die eingangs (Vergleich weiter oben) aufgezeigte extrem unprofessionelle Art der Kommunikation mit enttäuschten Pa-

**Erfahrungsberichte (127)**    Anfragen (0)    Die Klinik stellt sich vor    Statistiken

**6 Tage in der Hölle**    Klinischer Fachbereich: **Entbindung**

28.08.2012 | noahstern berichtet als Patient | Jahr der Behandlung: 2012 | Benutzerempfehlung

**Gesamtzufriedenheit:** unzufrieden   

**Qualität der Beratung:** unzufrieden   

**Medizinische Behandlung:** unzufrieden   

**Verwaltung und Abläufe:** unzufrieden   

**Pro:** Die eine Schwester und die eine Hebamme

**Kontra:** Alles andere

**Krankheitsbild:** Vorzeitiger Blasensprung

**Privatpatient:** nein

**Mutter mit Baby in einem Zimmer:** ja

**Vater darf bei Geburt anwesend sein:** das weiss ich nicht

**Entbindung auch ambulant möglich:**

**Erfahrungsbericht:** Ich musste die furchtbarsten Tage in dieser schrecklichen Klinik verbringen. Zuerst widersprüchliche Aussagen der Ärzte; dann haben diese sich wohl doch irgendwann zusammengesetzt u. sich auf eine Aussage geeinigt. Dass diese jedoch ein Märchen war konnten wir leider nicht ahnen. Man hat mit unserer Hoffnung gespielt. Als unwissende Laien u. junge werdende Eltern klammert man sich natürlich an jeden Grashalm u. glaubt dieses Märchen. Das gesamte Team hat nichts für mein armes Baby gemacht. Sie haben es jämmerlich und qualvoll sterben lassen, ohne auch nur wenigstens etwas versucht zu haben. Obwohl in anderen Kliniken Frühchen in meiner SSW behandelt wurden und heute als glückliche, gesunde Kinder am Leben teilnehmen dürfen. Mein Sohn hätte überleben können, hätte dieser unsensibele Haufen von Ärzten nur einmal genauer nach ihm geschaut! Er war nämlich für die errechnete SSW sehr groß und schwer. Aber das hat ja keinen interessiert.

Was wir in den 6 Tagen erleben mussten, ist unglaublich traurig! Wie sich dabei dann auch noch das Klinikpersonal verhalten hat - unfassbar!! Ich hoffe sehr, dass die Damen und Herren diese Bewertung zu Gesicht bekommen.

**Abb. 2.15** Screenshot 6 Tage in der Hölle. (Quelle: Screenshot Noahstern (2012). 6 Tage in der Hölle. In: klinikbewertungen.de, Erfahrungen mit Uniklinikum Freiburg, Eintrag vom 28.08.2012. Online unter: [http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?bew\\_order=1&fac\\_id=entbin](http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?bew_order=1&fac_id=entbin), zuletzt besucht am 16.10.2014)

tienten. Reaktionszeiten von einer Woche und mehr, immer gleiche Textbausteine, versehentliche Entschuldigungs-Posts an einen der wenigen guten Bewerter – all dies trägt nicht zur Deeskalation bei, sondern verschlimmert die Lage.

Fest steht: Solche Bewertungen möchte niemand über sich lesen. Und mit dem richtigen Reputationsmanagement muss er das auch nicht.

**Erfahrungsberichte (177)** | Anfragen (0) | Die Klinik stellt sich vor | Statistiken

**Große Geldfabrik** | Klinischer Fachbereich: Innere

27.05.2013 | Elevator0816 berichtet als Patient | Jahr der Behandlung: 2012/2013 | Benutzerempfehlung

**Gesamtzufriedenheit:** unzufrieden ☆☆☆☆

**Qualität der Beratung:** unzufrieden ☆☆☆☆

**Medizinische Behandlung:** unzufrieden ☆☆☆☆

**Verwaltung und Abläufe:** unzufrieden ☆☆☆☆

**Pro:** Nichts

**Kontra:** Alles

**Krankheitsbild:**

**Privatpatient:** ja

**Erfahrungsbericht:** Achtung vor dieser Klinik ,sehr ungehobelte Art und Weise mit Umgang mit Patienten ,war insgesamt auf 5 Stationen und 3 Ambulanzen ,Mann wird nicht ernstgenommen und keine Berichte gelesen ,von den Hygienischen Begebenheiten absolute Katastrophe ,Prof Dr Dr ist nur daran interessiert Geld zu machen ,und nicht nach dem Eid !! Pflege Note 6 !Essen Note 6 ,Ärzte können nicht Lesen und sind nur Arrogant ,Das ist eine große Fabrik und der Mensch bleibt auf der Strecke !!! Nochmals Achtung .

[Verstoß melden](#) | [Weiterempfehlen](#) | [Kommentieren](#)

4 Kommentare

**Abb. 2.16** Screenshot Große Geldfabrik. (Quelle: Screenshot Elevator0816 (2014). Große Geldfabrik. In: klinikbewertungen.de, Erfahrungen mit Uniklinikum Freiburg, Eintrag vom 27.05.2014. Online unter: <http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?allbew#more>, zuletzt besucht am 27.09.2014)

Erfahrungsberichte (127) | Anfragen (0) | Die Klinik stellt sich vor | Statistiken

**Man kann sehr leicht verwechselt werden** Klinischer Fachbereich: Orthopädie

12.02.2014 | 4wallek berichtet als Patient | Jahr der Behandlung: 2013 | Benutzerempfehlung

**Gesamtzufriedenheit:** unzufrieden ☆☆☆☆  
**Qualität der Beratung:** unzufrieden ☆☆☆☆  
**Medizinische Behandlung:** unzufrieden ☆☆☆☆  
**Verwaltung und Abläufe:** unzufrieden ☆☆☆☆

**Pro:**  
 Kontra: Uneinsichtigkeit und hektische Ratlosigkeit

**Krankheitsbild:**  
 Privatpatient: ja

**Erfahrungsbericht:** "Schaufensterkrankheit"

Schmerzen nach einer gewissen Zeit beim Gehen, musste daher öfter stehen bleiben um quasi auszuruhen.

CT wurde gemacht, anschließend warten, warten, warten, dann kommt jemand, verwechselt die Akten und zeigt sich auch noch mehr als uneinsichtig.

Keine Fragen beantwortet, das CT wurde vielleicht eines einmütigen Blickes gewürdigt, Operation vorgeschlagen, dann aber korrigiert, da ich nochmals auf meine Identität und meinen Namen hinweisen mußte, da es ständig zu Verwechslung meines Namens kam. Nach knapp fünf Minuten wurde dann eine ganz junger Arzt herbei zitiert und die Anweisung erteilt machen Sie das fertig und schreiben eine Überweisung. Der junge Arzt war dann mehr als ratlos und empfahl mir einen neuen Termin.

Ging dann unverrichteter Dinge nach einem Tag Aufenthalt mit warten.

Frage mich heute noch zu welchem Orthopäden man mich ja vielleicht überweisen wollte.

**Abb. 2.17** Screenshot Man kann sehr leicht verwechselt werden. (Quelle: Screenshot 4wallek (2014). Man kann sehr leicht verwechselt werden. In: klinikbewertungen.de, Erfahrungen mit Uniklinikum Freiburg, Eintrag vom 12.02.2014. Online unter: [http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?fac\\_id=ortho](http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?fac_id=ortho), zuletzt besucht am 14.10.2014)

**Erfahrungsberichte (127)**    **Anfragen (0)**    **Die Klinik stellt sich vor**    **Statistiken**

**Lügenbeziehung und Schreien des Aufnahmearztes**    **Klinischer Fachbereich: Neurologie**

18.02.2013 | **Toni1967** berichtet als Angehöriger eines Patienten | Jahr der Behandlung: 2013 | Benutzerempfehlung

**Gesamtzufriedenheit:** unzufrieden   

**Qualität der Beratung:** unzufrieden   

**Medizinische Behandlung:** unzufrieden   

**Verwaltung und Abläufe:** unzufrieden   

**Pro:**

**Kontra:** Dieser Arzt muss aus Holland sein

**Krankheitsbild:** Keins bekannt.

**Privatpatient:** nein

**Erfahrungsbericht:** Meine Frau hat seit Wochen Schmerzen. Die Ursache konnte bislang nicht festgestellt werden. Nachdem jetzt das Gehör stark nachließ und die Sehstärke sank, wollte sie in der Ambulanz der Neurologie akute Hilfe haben. Ich war arbeiten. Was aber dann heute abließ, hätte mich zum Ausrasten gebracht. Ein Arzt hat meine Frau zusammengestaucht, weil Sie nicht bis zu ihrem Termin am Mittwoch gewartet hat. Als Sie von ihren Schmerzen sprach, unterstellte er ihr Lüge. Dies im Beisein von Patienten, Krankenpflegerin und der Aufnahme an der Ambulanz.

Es ist nicht so, dass hier keine Ursache gefunden wurde, es wurde gar nicht gesucht! MRT? Eine für das Ohr bald, die für den Hals in 3 Wochen. Lieber wird auf Psycho gemacht. So ein Schmar. Wenn sich eine Person mit Knochenbruch hier verirrt, gibts wohl auch gleich Kügelchen.

Übelste Ambulanz!

Der Vorfall liebe Uniklinik war heute, Montag, 18.02.2013, 10.15 Uhr. Liebe Grüße an den "netten" Arzt. Auf Patienten mit Schmerzen mit Lügenschreien reagieren. Ganz großes Kino!

**Verstoß melden**    **Wartungsarbeiten**    **Kommentieren**

**Abb. 2.18** Screenshot Lügenbeziehung und Schreien des Aufnahmearztes. (Quelle: Screenshot Toni1967 (2013). Lügenbeziehung und Schreien des Aufnahmearztes. In: klinikbewertungen.de, Erfahrungen mit Uniklinikum Freiburg, Eintrag vom 18.02.2013. Online unter: <http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?allbew#more>, zuletzt besucht am 15.10.2014)

**Erfahrungsberichte (127)**    Anfragen (0)    Die Klinik stellt sich vor    Statistiken

**Do not give birth here!**    Klinischer Fachbereich: **Entbindung**

02.07.2012 | **Im123** berichtet als Patient | Jahr der Behandlung: 2010 | Benutzerempfehlung

**Gesamtzufriedenheit:** unzufrieden

**Qualität der Beratung:** unzufrieden

**Medizinische Behandlung:** unzufrieden

**Verwaltung und Abläufe:** unzufrieden

**Pro:** Nothing

**Kontra:** Everything

**Privatpatient:** nein

**Vater darf bei Geburt anwesend sein:** ja

**Entbindung auch ambulant möglich:** das weiss ich nicht

**Erfahrungsbericht:** The first impression was good. We were informed that there would be extra midwife there as we accepted to have "Praktikantin" there too. When it came to the birth, everything was different though; the father was sent home, I was left alone the whole night with increasingly strong contractions and they did not call the father as they had promised. I was unable to drink or move the whole night. Finally, after I was given something to reduce the contractions in the morning, I was able to call the father myself. The contraction reducing medicament was given me because the CTG that was "looking after me" indicated that the baby was in stress because of the strong contractions. After appr. 14 hours the baby was taken by cesarean section. It is unknown to us if the birth would have been completed in a "natural way" if I had been able to work the contractions during the night. Several attempts were made in the aftermath, both by us and by my gynecologist, to obtain the report from the "geburtsverlauf" or any explanation from Uni. Klinik Freiburg of what happened, but they refuse any contact. I have later heard many similar stories and would strictly not recommend this hospital for anyone who is planning to give birth.

They also offer acupuncture, homeopathy etc., however it all depends on who's working at the time you come. As nobody at all seemed to be there, except someone who came to check the "opening" every 1.5 hour these interesting offers were not available to me at least.

"Wochenbett" station: The food was very bad, three person room very busy and as we were all in different conditions after the births it was not useful to share room and exchange experiences etc. When I arrived I was too smashed to be social, and when I started to recover my room mates were new and too smashed after what they'd recently been through. Also, no ventilation made the air very sticky - even in January.

**Abb. 2.19** Screenshot Do not give birth here! (Quelle: Screenshot Im123 (2012). Do not give birth here! In: klinikbewertungen.de, Erfahrungen mit Uniklinikum Freiburg, Eintrag vom 02.07.2012. Online unter: [http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?bew\\_order=1&fac\\_id=entbin](http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?bew_order=1&fac_id=entbin), zuletzt besucht am 15.10.2014)

Erfahrungsberichte (127)    Anfragen (0)    Die Klinik stellt sich vor    Statistiken

**Olly66** am 27.09.2014

Liebes Patientenecho,

wie ich erst jetzt erfahren habe, ist alles noch viel schlimmer:  
 Die Andrologie der Uniklinik Freiburg hat mich mit fadenscheinigen Versprechungen gelockt, um dem alten Tattergreis ("Old Shakyhand") Steven K. Wilson aus den USA (74 J. alt) für sein OP-Showroomevent Patienten zuzuführen. In der von mir unterzeichneten Wahlleistungsvereinbarung stand nichts von Steven K. Wilson, FACS, FRCS aus Indio, California. Vor der OP wurde behauptet, er bliebe als Advisor just in case im Hintergrund. Pustekuchen, ein Steven K. Wilson spielt niemals den Assistenten! Man ist ja schließlich Living Legend, und die Deutschen sind eh so schön unterwürfig... :-)  
 Vor 30 Jahren eine Legende, ist er heute nur mehr ein Schatten seines längst verblassten Ruhms, der in den USA nicht mal ein Texasrindviech aus der Koppel lockt.  
 Das ist Betrug!

Der Opa hat mich dann dermaßen verpfuscht, dass es einem die Zehennägel aufstellt:  
 1) Schwellkörper falsch vermessen: Bei einem vermaß er sich um 2cm.  
 2) Überdimensionierte Prothesenzylinder eingesetzt: Links 1cm mehr als gemessen; rechts gar 3cm mehr als gemessen! Das ist bereits mutwillige Körperverletzung.

Da im Anschluss sowohl OP-Protokoll als auch Implantatausweis GEFÄLSCHT wurden (!!!!), konnte ich mich nicht adäquat zur Korrektur operieren lassen, da niemand wusste, was für Monsterzylinder ich in mir trug aufgrund des Fakes.

Ich sage ganz ehrlich: Eine Klinik, die einen Patienten OHNE EINWILLIGUNG von einem US-amerikanischen Greis operieren lässt, und zwar mit summa cum Pfusch, und dann auch noch die Dreistigkeit besitzt, die Implantatdaten zu fälschen, hat nach meinem Dafürhalten in Deutschland nix verloren. Hier ist ganz eigentlich der Staatsanwalt gefordert!

Schönen Gruß auch

hurz am 04.10.2014

Cooler Kommentar, auch wenn es mir leid tut, dass Sie später noch drunter leiden mussten.  
 Gute Besserung!

**Olly66** am 09.10.2014

Danke, kann ich brauchen.

[erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg](#)

**Abb. 2.20** Screenshot Durchwachsen. (Quelle: Screenshot Olly66 (2014). Durchwachsen. In: klinikbewertungen.de, Erfahrungen mit Uniklinikum Freiburg, Kommentar zum Eintrag vom 21.03.2014, 27.09.2014. Online unter: [http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?bew\\_order=2&fac\\_id=uro](http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?bew_order=2&fac_id=uro), zuletzt aufgerufen am 08.10.2014)

---

## Was Sie aus diesem Essential mitnehmen können

- Professionelle Begleitung des guten Rufes ist unersetzbar
- Methodische Herangehensweise ist das A und O
- Wichtigkeit der strategischen Betreuung von Arztbewertungsplattformen, Internet-Auftritten und Presseberichten im Bereich Medical Care
- Geschickter Umgang mit rufschädigenden Situationen im Bereich Medical Care
- Vermeidung typischer Fehler im Bereich Medical Care

---

# Literatur

- Bauer M (2011) Wir sind Einzelfall. [www.wir-sind-einzelfall.de](http://www.wir-sind-einzelfall.de). Zugegriffen: 25. Juli 2014
- BITKOM Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. (Hrsg) (2012) Social Media in deutschen Unternehmen. Online- Beitrag auf [bitkom.org](http://www.bitkom.org). [http://www.bitkom.org/files/documents/Social\\_Media\\_in\\_deutschen\\_Unternehmen.pdf](http://www.bitkom.org/files/documents/Social_Media_in_deutschen_Unternehmen.pdf). Zugegriffen: 9. Okt. 2014
- Bughin J, Chai M, Miller A (2009) How companies are benefitting from Web 2.0. McKinsey Global Survey Results. McKinsey Quarterly, Sept. 2009. [http://www.mckinsey.com/insights/business\\_technology/how\\_companies\\_are\\_benefiting\\_from\\_web\\_20\\_mckinsey\\_global\\_survey\\_results](http://www.mckinsey.com/insights/business_technology/how_companies_are_benefiting_from_web_20_mckinsey_global_survey_results). Zugegriffen: 24. Juli 2014
- Burkhardt R (2008) Reputation management in small and medium-sized enterprises. Analysis and evaluation of the use of reputation management. A survey of small and medium-sized enterprises in Germany. Diplomica-Verlag, Hamburg
- Employer Branding- der Weg zur Arbeitgebermarke. Als IT- Arbeitgeber attraktiver und wettbewerbsfähiger werden- ein Leitfaden für die betriebliche Praxis. Fassung vom 14. April 2007. Deutsche Employer Branding Akademie (DEBA) (2006). <http://www.employerbranding.org/>. Zugegriffen: 25. Juli 2014
- Fombrun C (2001) Corporate reputation—its measurement and management. Thesis 18:23–26
- Fombrun C, Shanley M (1990) What's in a name? Reputation and corporate strategy. *Acad Manage J* 33:233–258
- Hall R (1992) The strategic analysis of intangible resources. *Strateg Manage J* 2:10–17
- IBM Studie: Soziale Netzwerke beeinflussen mehr als die Hälfte der Käufer bei Ihrer Entscheidung – sogar im Ladengeschäft (2011). Online Beitrag auf [ibm.com](http://www.ibm.com), Newsroom, 6. Sept. 2011. <https://www-03.ibm.com/press/de/de/pressrelease/35352.wss>. Zugegriffen: 24. Juli 2014
- Media entrepreneurs day (2012) Axel Springer, 2012. <http://www.media-entrepreneurs.de/#data>. Zugegriffen: 24. Juli 2014
- Petersen R (2012). 26 social media secrets skittles knows. *BarnRaisers*, 20. Aug. 2012. <http://barnraisersllc.com/2012/08/26-social-media-secrets-skittles/>. Zugegriffen: 25. Juli 2014
- Risk management. A driver of enterprise value in the emerging environment (2011). Online Beitrag auf [kpmg.com](http://www.kpmg.com), 2011. [http://www.kpmg.com/IN/en/IssuesAndInsights/Thought-Leadership/KPMG\\_Risk\\_Management\\_Survey\\_2011\\_1.pdf](http://www.kpmg.com/IN/en/IssuesAndInsights/Thought-Leadership/KPMG_Risk_Management_Survey_2011_1.pdf), Zugegriffen: 24. Juli 2014

- Schürmann P (2006) Mehrwert dank geschärften Sinnen. Bilanz 12:51 ff.
- Schwalbach J (2000) Image, reputation und unternehmenswert. In: Bearns B, Raupp J (Hrsg.) Information und Kommunikation in Europa. Berlin: Vistas Verlag, S 285–294
- Zollondz A (2012). Vodafone: Shitstorm auf Facebook durch Kundin. Klage über Kundenservice. Netzwelt, 2. Aug. 2012. <http://www.netzwelt.de/news/93220-vodafone-shitstorm-facebook-kundin.html>. Zugegriffen: 24. Juli 2014

## Literatur Medical Care

- 4waldoo (2014). Man kann sehr leicht verwechselt werden. klinikbewertungen.de, Erfahrungen mit Uniklinikum Freiburg, Eintrag vom 12. Feb. 2014. [http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?fac\\_id=ortho](http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?fac_id=ortho). Zugegriffen: 14. Okt. 2014
- AG München (12. Dez. 2012) Az. 158 C 13912/12. [http://medien-internet-und-recht.de/volltext.php?mir\\_dok\\_id=2634](http://medien-internet-und-recht.de/volltext.php?mir_dok_id=2634). Zugegriffen: 29. Sept. 2014
- Ärztetest: Patienten bewerten (2001). In: Stiftung Warentest, Heft 12/2001. <http://www.test.de/Aerztetest-Patienten-bewerten-22570-0/>. Zugegriffen: 30. Sept. 2014
- Ärztliches Zentrum für Qualität in der Medizin. Gemeinsame Einrichtung von Bundesärztekammer (BÄK) und Kassenärztlicher Vereinigung. <http://www.aezq.de/>. Zugegriffen: 7. Okt. 2014
- Arzt-Auskunft. Die Arztsuche der Stiftung Gesundheit. <http://www.arzt-auskunft.de/>. Zugegriffen: 9. Okt. 2014
- Behandlungsfehler von Ärzten. Risiko bei Gelenkoperationen am größten (2014) Online Beitrag auf faz.net, 23.6.2014. <http://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/gesundheit/statistik-behandlungsfehler-von-aerzten-in-2013-13005502.html>. Zugegriffen: 9. Okt. 2014
- Bewertungsprofil Dr. med. K. Aschfalk (2014). Jameda Arztbewertungspotal, Stand 9. Okt. 2014. [http://www.jameda.de/berlin/aerzte/frauenaerzte-gynaekologen/dr-katrin-aschfalk/uebersicht/81186902\\_1/](http://www.jameda.de/berlin/aerzte/frauenaerzte-gynaekologen/dr-katrin-aschfalk/uebersicht/81186902_1/). Zugegriffen: 9. Okt. 2014
- BGH, Urteil vom 23.09.2014 – VI ZR 358/13. Medien Internet und Recht Kein Anspruch eines Arztes auf Löschung seiner Daten aus einem Ärztebewertungsportal. [http://medien-internet-und-recht.de/volltext.php?mir\\_dok\\_id=2634](http://medien-internet-und-recht.de/volltext.php?mir_dok_id=2634). Zugegriffen: 9. Okt. 2014
- BGH, Urteil vom 01.07.2014 AZ VI ZR 345/13. <https://openjur.de/u/705049.html>. Zugegriffen: 1. Okt. 2014
- Brüning C (2012) Krankenhauskeime. Berlins Patientenbeauftragte fordert mehr Transparenz. morgenpost.de, 10. Juli. 2012. <http://www.morgenpost.de/berlin-aktuell/article108219324/Berlins-Patientenbeauftragte-fordert-mehr-Transparenz.html>. Zugegriffen: 10. Okt. 2014
- Drei Säuglinge in Klinik gestorben, zehn weitere erkrankt (2011) Online Beitrag auf web.de, 2. Nov. 2011. <http://web.de/magazine/gesundheitsaueuglinge-klinik-gestorben-erkrankt-14056928>. Zugegriffen: 10. Okt. 2014
- Elevator0816 (2014) Große Geldfabrik. klinikbewertungen.de, Erfahrungen mit Uniklinikum Freiburg, Eintrag vom 27. Mai. 2014. <http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?allbew#more>. Zugegriffen: 27. Sept. 2014

- Elfe8092 (2013) Unangebrachtes Ausfragen. klinikbewertungen.de, Erfahrungen mit Uniklinikum Freiburg, Eintrag vom 13.6.2013. [http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?fac\\_id=kinder](http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?fac_id=kinder). Zugegriffen: 14. Okt. 2014
- Empathie dieses Arztes nicht vorhanden (2012). Bewertung für Dr. med K. Schulz. Jameda Arztbewertungsportal. Eintrag vom 28. Juli. 2012. [http://www.jameda.de/berlin/aerzte/neurologen-nervenaerzte/dr-kersten-schulz/bewertung/80288527\\_1\\_626450/](http://www.jameda.de/berlin/aerzte/neurologen-nervenaerzte/dr-kersten-schulz/bewertung/80288527_1_626450/). Zugegriffen: 7. Okt. 2014
- Erfahrungen mit Uniklinikum Freiburg (2006–2014). klinikbewertungen.de. [http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?bew\\_order=2&fac\\_id=uro](http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?bew_order=2&fac_id=uro). Zugegriffen: 8. Okt. 2014
- Facebook.com. <https://de-de.facebook.com/>. Zugegriffen: 1. Okt. 2014
- FGW Forschungsgruppe Wahlen Telefonfeld GmbH (2014) Versichertenbefragung der Kassenärztlichen Bundesvereinigung KBV. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage April/Mai 2014. [http://www.kbv.de/media/sp/MHH\\_Studie\\_2014\\_Bericht\\_24072014.pdf](http://www.kbv.de/media/sp/MHH_Studie_2014_Bericht_24072014.pdf). Zugegriffen: 30. Sept. 2014
- Fragen und Antworten zu Methicillin-resistenten Staphylococcus aureus (MRSA) (2014) Online Beitrag auf bfr.bund.de des Bundesinstituts für Risikobewertung (BFR). Aktualisierte Fassung vom 15. August 2014. <http://www.bfr.bund.de/cm/343/fragen-und-antworten-zu-methicillin-resistenten-staphylococcus-aureus-mrsa.pdf>. Zugegriffen: 9. Okt. 2014
- Frankfurter Bürgerhospital. Frühchen stirbt infolge von Infektion (2013). faz.net, 27. Dez. 2013). <http://www.faz.net/aktuell/rhein-main/frankfurter-buergerhospital-fruehchen-stirbt-infolge-von-infektion-12728391.html>. Zugegriffen: 10. Okt. 2014
- Friendscout24.de. <http://www.friendscout24.de/>. Zugegriffen: 12. Okt. 2014
- Frühchen in Frankfurter Klinik stirbt an Keim-Infektion (2013). focus.de, 27. Dez. 2013. [http://www.focus.de/regional/frankfurt-am-main/notfaelle-fruehchen-in-frankfurter-klinik-stirbt-nach-keim-infektion\\_id\\_3506414.html](http://www.focus.de/regional/frankfurt-am-main/notfaelle-fruehchen-in-frankfurter-klinik-stirbt-nach-keim-infektion_id_3506414.html). Zugegriffen: 10. Okt. 2014
- Google.de. <https://www.google.de/>. Zugegriffen: 12. Okt. 2014
- Greg38 (2013) Uniklinik Freiburg – Unmenschlichkeit steht an erster Stelle. klinikbewertungen.de, Erfahrungen mit Uniklinikum Freiburg, Eintrag vom 12. März 2013. [http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?bew\\_order=2&fac\\_id=uro](http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?bew_order=2&fac_id=uro). Zugegriffen: 8. Okt. 2014
- Grill M (2013) Vorsätzliche Körperverletzung: Schönheitspapst Mang zu Geldstrafe verurteilt. Spiegel Online, 25.1.2013. <http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/werner-mang-schoenheitschirurg-wegen-a-879739.html>. Zugegriffen: 9. Okt. 2014
- Grill M, Weiss H (2011) Der Aufschneider. Der Spiegel, Heft 40, 01. Okt. 2011. <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-80726203.html>. Zugegriffen: 9. Okt. 2014
- Grill M, Marquardt M (2012) Schönheitschirurg unter Verdacht. Staatsanwaltschaft ermittelt gegen Werner Mang. Spiegel Online, 9. Feb. 2014. <http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/schoenheitschirurg-unter-verdacht-staatsanwaltschaft-ermittelt-gegen-werner-mang-a-814142.html>. Zugegriffen: 9. Okt. 2014
- Haftbefehl gegen Schönheitschirurgen aufgehoben (2012) Ärztezeitung online, 12. Feb. 2012. [www.aerztezeitung.de/panorama/article/804670/haftbefehl-schoenheitschirurgen-aufgehoben.html](http://www.aerztezeitung.de/panorama/article/804670/haftbefehl-schoenheitschirurgen-aufgehoben.html). Zugegriffen: 9. Okt. 2014

- Im123 (2012) Do not give birth here! klinikbewertungen.de, Erfahrungen mit Uniklinikum Freiburg, Eintrag vom 2. Juli. 2012. [http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?bew\\_order=1&fac\\_id=entbin](http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?bew_order=1&fac_id=entbin). Zugegriffen: 15. Okt. 2014
- Immer wieder Probleme mit Keimen (2011). Online Beitrag auf bz-berlin.de, 3. Nov. 2011. <http://www.bz-berlin.de/artikel-archiv/immer-wieder-probleme-mit-keimen>. Zugegriffen: 10. Okt. 2014
- Jameda.de. <http://www.jameda.de/>. Zugegriffen: 12. Okt. 2014
- Keine Hinweise auf sexuellen Missbrauch an Koma-Patientin (2014) Berliner Zeitung, 31. Juli. 2014. <http://www.berliner-zeitung.de/berlin/keine-hinweise-auf-sexuellen-missbrauch-an-koma-patientin,10809148,27992174,view,asTicker.html>. Zugegriffen: 30. Sept. 2014
- Klinikum Bremen-Mitte. „Schwerer hygienischer Zwischenfall“ - Frühchen tot (2011) focus.de, 2. Nov. 2011. [http://www.focus.de/panorama/vermischtes/klinikum-bremen-mitte-schwerer-hygienischer-zwischenfall-fruehchen-tot\\_aid\\_680561.html](http://www.focus.de/panorama/vermischtes/klinikum-bremen-mitte-schwerer-hygienischer-zwischenfall-fruehchen-tot_aid_680561.html). Zugegriffen: 29. Sept. 2014
- Kompetent, einfühlsam und aufklärend (2013). Bewertung Dr. med. K. Schulz. Jameda Arztbewertungsportal. Eintrag vom 5.12.2013. [http://www.jameda.de/berlin/aerzte/neurologen-nervenaerzte/dr-kersten-schulz/bewertung/80288527\\_1\\_1169920/](http://www.jameda.de/berlin/aerzte/neurologen-nervenaerzte/dr-kersten-schulz/bewertung/80288527_1_1169920/). Zugegriffen: 07. Okt. 2014
- Lode S (2011a) Residenzkllinik in München. Der Albtraum von der Schönheit. sueddeutsche.de, 14. März. 2011. <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/muenchen/residenzkllinik-in-muenchen-der-albtraum-von-der-schoenheit-1.988155>. Zugegriffen: 10. Okt. 2014
- Lode S (2011b) Batu-Klinik folgt Residenzkllinik. Neuer Name, alter Manager. sueddeutsche.de, 14. März. 2011. <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/muenchen/batu-klinik-folgt-residenzkllinik-neuer-name-alter-manager-1.1013469>. Zugegriffen: 10. Okt. 2014
- Lukaschewitsch M (2014) Reha Klinik: Wachkomapatientin sexuell missbraucht? Online Beitrag auf bz-berlin.de, 30. Juli. 2014. <http://www.bz-berlin.de/berlin/spandau/wachkomapatientin-sexuell-missbraucht>. Zugegriffen: 30. Sept. 2014
- Madden M, Zickuhr K (2011) 65 % of online adults use social networking sites. Pew Research Internet Project, 2011. <http://www.pewinternet.org/2011/08/26/65-of-online-adults-use-social-networking-sites/>. Zugegriffen: 28. Sept. 2014
- MDS – Medizinischer Dienst des Spitzenverbandes Bund der Krankenkassen e. V. (2014). Behandlungsfehler – Begutachtung der MDK-Gemeinschaft. Jahresstatistik 2013. [http://www.mdk.de/media/pdf/MDK\\_Bericht\\_Behandlungsfehler\\_2013.pdf](http://www.mdk.de/media/pdf/MDK_Bericht_Behandlungsfehler_2013.pdf). Zugegriffen: 9. Okt. 2014
- Mone61 (2013) Diese Klinik sollte man meiden. klinikbewertungen.de, Erfahrungen mit Uniklinikum Freiburg, Eintrag vom 12.7.2013. [http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?bew\\_order=2&fac\\_id=innere](http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?bew_order=2&fac_id=innere). Zugegriffen: 14.20.2014.
- Müller-Jung J (2006) Antibiotika-Resistenz. Kreative Keime im Krankenhaus. faz.net, 10.4.2006. <http://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/gesundheit/antibiotika-resistenz-kreative-keime-im-krankenhaus-1329719.html>. Zugegriffen: 9. Okt. 2014
- Noahssterne (2012) 6 Tage in der Hölle. klinikbewertungen.de, Erfahrungen mit Uniklinikum Freiburg, Eintrag vom 28. Aug. 2012. [http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?bew\\_order=1&fac\\_id=entbin](http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?bew_order=1&fac_id=entbin). Zugegriffen: 16. Okt. 2014.

- Obermann K, Müller P (2009) Ärzte im Zukunftsmarkt Gesundheit. Eine deutschlandweite Befragung niedergelassener Ärztinnen und Ärzte und leitender Klinikärzte. Stiftung Gesundheit 2009. [http://www.stiftung-gesundheit.de/pdf/studien/Studie\\_AeIZG2009\\_kurz.pdf](http://www.stiftung-gesundheit.de/pdf/studien/Studie_AeIZG2009_kurz.pdf). Zugegriffen: 30. Sept. 2014
- Obermann K, Müller P, Woerns S (2012) Ärzte im Zukunftsmarkt Gesundheit. Eine deutschlandweite Befragung niedergelassener Ärztinnen und Ärzte und leitender Klinikärzte. Stiftung Gesundheit 2012. [http://www.stiftung-gesundheit.de/pdf/studien/Aerzte\\_im\\_Zukunftsmarkt\\_Gesundheit\\_2012\\_Kurzfassung.pdf](http://www.stiftung-gesundheit.de/pdf/studien/Aerzte_im_Zukunftsmarkt_Gesundheit_2012_Kurzfassung.pdf). Zugegriffen: 29. Sept. 2014
- Obermann K, Müller P, Woerns S (2013) Ärzte im Zukunftsmarkt Gesundheit. Eine deutschlandweite Befragung niedergelassener Ärztinnen und Ärzte und leitender Klinikärzte. Stiftung Gesundheit 2013. [http://www.stiftung-gesundheit.de/pdf/studien/Aerzte\\_im\\_Zukunftsmarkt\\_Gesundheit\\_2013\\_Kurzfassung.pdf](http://www.stiftung-gesundheit.de/pdf/studien/Aerzte_im_Zukunftsmarkt_Gesundheit_2013_Kurzfassung.pdf). Zugegriffen: 30. Sept. 2014
- OLG Stuttgart. Urteil vom 26. Juni. 2013, 4 U 28/13. [http://lrw.juris.de/cgi-bin/laender\\_rechtsprechung/document.py?Gericht=bw&Art=en&az=4%20U%2028/13&nr=18241](http://lrw.juris.de/cgi-bin/laender_rechtsprechung/document.py?Gericht=bw&Art=en&az=4%20U%2028/13&nr=18241). Zugegriffen: 1. Okt. 2014
- Olly66 (2014) Durchwachsen. klinikbewertungen.de, Erfahrungen mit Uniklinikum Freiburg, Eintrag vom 21., 24. 03. und 27. Sept. 2014. [http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?bew\\_order=2&fac\\_id=uro](http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?bew_order=2&fac_id=uro). Zugegriffen: 8. Okt. 2014
- Prominenter Schönheitschirurg: Schwere Vorwürfe gegen Werner Mang (2011). Spiegel Online, 1. Okt. 2011. <http://www.spiegel.de/panorama/leute/prominenter-schoenheitschirurg-schwere-vorwuerfe-gegen-werner-mang-a-789464.html>. Zugegriffen: 9. Okt. 2014
- Sabinsky-Wolf H (2013). Körperverletzung. Hohe Geldstrafe für Schönheitschirurgen Mang. Augsburger Allgemeine, 25. Jan. 2013. <http://www.augsburger-allgemeine.de/bayern/Hohe-Geldstrafe-fuer-Schoenheitschirurgen-Mang-id23678511.html>. Zugegriffen: 9. Okt. 2014
- Sanego.de. <http://www.sanego.de/>. Zugegriffen: 12. Okt. 2014
- Säugling in Berliner Charité an Keimen gestorben (2012). Zeit Online, 20. Okt. 2012. <http://www.zeit.de/wissen/gesundheits/2012-10/fruehchen-tod-klinik-berlin-charite>. Zugegriffen: 10. Okt. 2014
- Schmidt TJ (2013) Totes Frühchen: Staatsanwaltschaft ermittelt. Frankfurter Neue Presse, 28. Dez. 2013. <http://www.fnp.de/lokales/frankfurt/Totes-Fruehchen-Staatsanwaltschaft-ermittelt;art675,717542>. Zugegriffen: 10. Okt. 2014
- Stegmüller H (2011) Schadensersatz für Hohenloherin nach Brust-OP. stimme.de, 21. Okt. 2011. <http://www.stimme.de/hohenlohe/hz/sonstige-Schadenersatz-fuer-Hohenloherin-nach-Brust-OP;art31503,2271562>. Zugegriffen: 9. Okt. 2014
- Teutsch O (2013) Bürgerhospital Frankfurt. Frühchen stirbt an Klinik-Keim. Frankfurter Rundschau, 27. Dez. 2013. <http://www.fr-online.de/frankfurt/buergerhospital-frankfurt-fruehchen-stirbt-an-klinik-keim,1472798,25736290.html>. Zugegriffen: 10. Okt. 2014
- Tod dreier Frühchen in Siegen gibt weiter Rätsel auf (2011). Zeit Online, 5. Nov. 2011. <http://www.zeit.de/news/2011-09/kinder-tod-dreier-fruehchen-in-siegen-gibt-weiter-raetsel-auf-05081404>. Zugegriffen: 10. Okt. 2014.
- Toni1967 (2013). Lügenbeziehung und Schreien des Aufnahmearztes. klinikbewertungen.de, Erfahrungen mit Uniklinikum Freiburg, Eintrag vom 18. Feb. 2013. <http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?allbew#more>. Zugegriffen: 15. Okt. 2014

- Über die Maßen kompetent, freundliche und Hilfe spendend (2012). Bewertung für Dr. med. K. Schulz. Jameda Arztbewertungsportal. Eintrag vom 24. Jan. 2012. [http://www.jameda.de/berlin/aerzte/neurologen-nervenaerzte/dr-kersten-schulz/bewertung/80288527\\_1\\_473646/](http://www.jameda.de/berlin/aerzte/neurologen-nervenaerzte/dr-kersten-schulz/bewertung/80288527_1_473646/). Zugegriffen: 7. Okt. 2014
- UniklinikFreiburg (2014). Kommentar zu positiver Bewertung von Franzi67 vom 03.04.2014 auf [klinikbewertungen.de](http://www.klinikbewertungen.de). Einträge u. a. vom 22.04., 28.04., 17.06. und 26.08.2014. <http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg>. Zugegriffen: 12. Okt. 2014
- Van1990 (2014). Zu 100% unzufrieden. [klinikbewertungen.de](http://www.klinikbewertungen.de), Erfahrungen mit Bodensee-klinik Lindau Bodensee. Eintrag vom 11. Sept. 2014. <http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-bodenseeklinik-lindau-bodensee>. Zugegriffen: 9. Okt. 2014
- Werner Mang. Beitrag auf [wikipedia.org](http://de.wikipedia.org). <http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Werner-Mang&oldid=134306883>. Zugegriffen: 9. Okt. 2014
- Yelp.de. <http://www.yelp.de/>. Zugegriffen: 12. Okt. 2014
- Zurkassette (2014). Unterirdische Organisation, keine ärztliche Betreuung. [klinikbewertungen.de](http://www.klinikbewertungen.de), Erfahrungen mit Uniklinikum Freiburg, Eintrag vom 11. Feb. 2014. [http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?bew\\_order=2&fac\\_id=uro](http://www.klinikbewertungen.de/klinik-forum/erfahrung-mit-uniklinikum-freiburg/bewertungen?bew_order=2&fac_id=uro). Zugegriffen: 8. Okt. 2014