

# Social Media: Alles easy oder doch nicht?

Facebook, Instagram, Twitter, YouTube: Marketing in sozialen Netzwerken liegt auch bei Ärzten im Trend und es bieten sich hier Möglichkeiten der Patientengewinnung oder -bindung. Schnell ist der Praxisaccount erstellt. Die ersten Likes, Follower und Kommentare folgen. Doch was ist dabei zu beachten? Lesen Sie dazu den Fachbeitrag von Dr. Christine Trutt-Ibing.



## Impressum und Datenschutzerklärung

Was viele Betreiber einer nicht ausschließlich privat genutzten Social-Media-Präsenz nicht wissen: Auch hier ist, wie auf der Praxishomepage, das Vorhalten von Impressum und Datenschutzerklärung Pflicht und beide Angaben müssen mit maximal zwei Mausklicks erreichbar sein. Leider machen es uns die überwiegend im außereuropäischen Ausland ansässigen Firmen häufig nicht leicht, diese Vorgaben zu erfüllen.

Lesen Sie dazu den Beitrag von Rechtsanwalt Dr. Thomas Schwenke: Nach Abmahnungen – Impressum bei Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Xing und LinkedIn umsetzen

[www.drschwenke.de/impressum-facebook-instagram-google-plus-twitter-youtube-xing-linkedin/](http://www.drschwenke.de/impressum-facebook-instagram-google-plus-twitter-youtube-xing-linkedin/)

## Urheber- und Nutzungsrechte

Soziale Medien leben von Bildern und Videoclips. Bitte achten Sie darauf, dass für Bilder oder Videos, die Sie auf Social-Media-Plattformen hochladen, die Urheber- und Nutzungsrechte geklärt sind. Am einfachsten ist das natürlich, wenn Sie die Fotos selbst geschossen haben. Haben Sie die Bilder gekauft oder anderweitig legal erworben, sollten Sie vor dem Hochladen checken, ob das Nutzungsrecht die Verwendung des Bildes in Sozialen Medien abdeckt. Manchmal ist es auch erforderlich, direkt auf dem Bild einen Copyright-Hinweis anzubringen.

Wenn Sie ein Bild oder Video bei Facebook online stellen, räumen Sie Facebook weitreichende Nutzungsrechte ein. Das ist natürlich zum einen gewollt, denn schließlich soll Ihr Post ja von möglichst vielen Personen gesehen und geteilt und damit innerhalb von Facebook verbreitet werden. Es bedeutet aber auch, dass Sie keinen Einfluss darauf haben, wo Ihr Bild auf Facebook auftaucht und wer was damit macht.

Und wie verhält es sich mit dem Urheberrecht, wenn Sie selbst ein Bild oder Video teilen? Hier sieht die rechtliche Lage so aus, dass dies innerhalb des entsprechenden Netzwerks und seiner App unproblematisch ist, außerhalb davon jedoch nicht.

## Fotos von Mitarbeitenden

Veröffentlichen Sie Bilder oder Videos von Mitarbeiter\*innen, so sind Sie verpflichtet, vorher die Einwilligung der abgebildeten Person einzuholen. Das geht mündlich, aber gerade im Streitfall sollte die Einwilligung schriftlich vorliegen und genau benennen, wofür das Bild oder das Video verwendet wird. Achtung: Eine erteilte Einwilligung zur Verwendung von Fotos auf der Praxishomepage gilt nicht automatisch auch für soziale Medien!

Scheidet ein\*e Mitarbeiter\*in aus der Praxis aus, so kann er\*sie die Löschung des Fotos oder Videos verlangen. Was auf der eigenen Praxishomepage einfach ist, gestaltet sich in den sozialen Medien deutlich schwieriger. Denn selbst wenn das Bild in Ihrem eigenen Account gelöscht ist, wissen Sie nicht, wer es geteilt oder weitergeleitet hat und ob es dort auch tatsächlich gelöscht wurde. Es gibt inzwischen zwar ein Recht auf Löschung und Vergessenwerden,

dieses ist aber im Internet oft sehr schwierig bis gar nicht umzusetzen.

## Datenschutz und Vertraulichkeit

Wer für seine Praxis auf Facebook eine Seite einrichten möchte, braucht zunächst ein privates Facebook-Profil. Achten Sie unbedingt darauf, dass Sie beides strikt voneinander trennen und erlauben Sie Facebook keinen Zugriff auf Ihr Adressbuch. Schauen Sie sich die Privatsphäre-Einstellungen Ihres privaten Profils genau an und kontrollieren Sie diese regelmäßig. Bitte haben Sie auch im Hinterkopf, dass WhatsApp und Instagram ebenfalls zum Facebook-Konzern gehören und dass Daten zwischen diesen Diensten ausgetauscht werden, um damit Geld zu verdienen.

Dass auch im Internet die ärztliche Schweigepflicht gilt, ist eigentlich klar. Obwohl in den sozialen Medien der Ton lockerer ist, sollten die Grenzen des Arzt-Patient-Verhältnisses auch dort nicht überschritten werden.

Die Bundesärztekammer hat im Februar 2014 einen Leitfaden mit Erklärungen und Beispielen herausgebracht, der Ärzte im Umgang mit sozialen Medien unterstützen soll.

Ärzte in sozialen Medien – Worauf Ärzte und Medizinstudenten bei der Nutzung sozialer Medien achten sollten:

[www.bundesaerztekammer.de/fileadmin/user\\_upload/downloads/Aerzte\\_in\\_sozialen\\_Medien.pdf](http://www.bundesaerztekammer.de/fileadmin/user_upload/downloads/Aerzte_in_sozialen_Medien.pdf)

## Der Umgang mit Kommentaren

Social Media lebt vom Austausch und somit auch von den Kommentaren der Besucher. Es liegt jedoch in der Natur der Sache, dass manchmal auch ein Kommentar dabei ist, den Sie unter Ihrem Beitrag eigentlich nicht haben möchten. Kann so ein Kommentar gelöscht werden? Die Antwort ist Ja, aber es ist nicht immer sinnvoll. Wenn Sie Kritik sofort löschen, gelten Sie schnell als nicht kritikfähig oder vermitteln den Eindruck, dass Sie an Ihren Followern und deren Meinung nicht interessiert sind.

### CHECKLISTE: Macht Facebook für Ihre Arztpraxis Sinn?

Marketing in sozialen Netzwerken liegt auch bei Ärzten im Trend. Doch ist das auch etwas für Ihre Praxis? Meine Checkliste soll Ihnen helfen, diese Frage zu beantworten. Los geht's!

|            |  | Ja                       | Nein                     |
|------------|--|--------------------------|--------------------------|
| ALLGEMEIN  | 1. Haben Sie privat bereits Erfahrungen auf Facebook gesammelt?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|            | 2. Sind Sie aufgeschlossen für eine Patientenkommunikation über das Internet?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|            | 3. Passt Facebook zu Ihrer Praxiskultur?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ZIELE      | 4. Haben Sie ein konkretes Ziel formuliert, welches Sie mit Ihrem Facebook-Auftritt erreichen wollen?                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|            | 5. Sind Sie sich darüber im Klaren, welche Patientengruppe Sie ansprechen wollen?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|            | 6. Sind diese Patienten auch auf Facebook unterwegs?   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| RECHT      | 7. Sind Sie mit den berufsspezifischen rechtlichen Grundlagen zur Arztwerbung vertraut?  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|            | 8. Sind Sie über die rechtlichen Gegebenheiten auf Facebook informiert (Stichworte: Impressum, Datenschutz, Bildrechte)?           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|            | 9. Kennen Sie die 10 Regeln für Ärzte in sozialen Medien, welche die Bundesärztekammer veröffentlicht hat?                         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| RESSOURCEN | 10. Haben Sie die zeitlichen Ressourcen, mindestens 1-2 Mal im Monat etwas auf Facebook zu posten?                                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|            | 11. Können Sie gewährleisten, dass innerhalb kürzester Zeit auf Posts, Kommentare und Anfragen über Facebook reagiert werden kann? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|            | 12. Gibt es jemanden aus dem Praxisteam, der sich mit Facebook auskennt und Sie unterstützen kann?                                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**Wie oft haben Sie mit Ja geantwortet?**

1-4 MAL Ein Facebook-Auftritt macht für Ihre Praxis momentan keinen Sinn.

5-7 MAL Sie sollten sich nochmal Gedanken dazu machen.

8-12 MAL Worauf warten Sie noch?

CT | Internetkatalog für Ärzte | Dr. Christa Truttmann | Tel: 0691 96 26 57 | info@ct-weiskauzstele.de | www.ct-weiskauzstele.de

Deshalb ist es wichtig, den Kommentar zunächst einzuschätzen. Ist er:

- kritisch?
- unsachlich?
- unhöflich?
- beleidigend?
- verleumderisch?
- hetzerisch?
- drohend?

Häufig ist es hilfreich, eine zweite Person um eine Einschätzung zu bitten, denn sie sieht das Ganze womöglich aus einem anderen Blickwinkel. Wie Sie reagieren, liegt letztlich in Ihrem persönlichen Ermessen. Sie haben die Möglichkeit, auf den Kommentar zu antworten. Lassen Sie sich dabei auf keinen Fall von Ihrem Ärger leiten. Bleiben Sie immer höflich und sachlich, auch wenn es schwerfällt. Denn Ihre Reaktion wird nicht nur vom Kommentator selbst, sondern

auch von anderen Besuchern Ihres Social-Media-Profiles wahrgenommen. Und ein souveräner Umgang mit unangenehmen Kommentaren und Zeitgenossen stärkt Ihre digitale Reputation. Sollten Sie zu dem Schluss gekommen sein, dass ein Kommentar nicht tolerabel ist, können Sie diesen selbstverständlich löschen. Facebook bietet auch die Möglichkeit, einen Kommentar zu verbergen. Dieser wird dann nur noch vom Kommentator selbst und von dessen Freunden gesehen.

Leider ist es inzwischen keine Seltenheit mehr, dass in den sozialen Medien auch Verleumdungen und Drohungen ausgesprochen werden. In solchen Fällen sollten Sie sich an die Polizei wenden und eine Anzeige erstatten. Häufig ist es auch ratsam, anwaltliche Hilfe in Anspruch zu nehmen. Dass man sich wehren kann, zeigt das Beispiel eines Hausarztes aus Bayern, der wegen seiner Aufklärung über die Coronaimpfung beschimpft und bedroht wurde.

Lesen Sie dazu den Beitrag auf dem Internetportal der Medical Tribune: Hausarzt bezwingt Trolle – wie man gegen Hasskommentare vorgeht, von Isabel Aulehla, erschienen am 16. April 2021.

[www.medical-tribune.de/praxis-und-wirtschaft/praxismanagement/artikel/hausarzt-bezwingt-trolle-wie-man-gegen-hasskommentare-vorgeht/](http://www.medical-tribune.de/praxis-und-wirtschaft/praxismanagement/artikel/hausarzt-bezwingt-trolle-wie-man-gegen-hasskommentare-vorgeht/)

## Fazit

Beim Marketing in sozialen Netzwerken ist zu beachten, dass Facebook und Co. über persönliche Kommunikation wie Kommentare, Meinungen oder Empfehlungen funktionieren. Dabei folgen soziale Medien eigenen Gesetzmäßigkeiten, die man kennen muss, um dort erfolgreich zu sein. Schnell kann jedoch auch das Gegenteil dessen eintreten, was eigentlich beabsichtigt war. Manche Dinge entwickeln eine unvorhersehbare Eigendynamik und sind dann kaum mehr kontrollierbar. Ich möchte nicht den Eindruck erwecken, dass ich generell von der Nutzung sozialer Medien durch Arztpraxen abräte. Sie sollten sich aber bestimmter Risiken bewusst sein und danach entscheiden, ob und wie Sie dieses machtvolle Marketinginstrument einsetzen.

Vielleicht ist meine Checkliste eine kleine Entscheidungshilfe für Sie.

Checkliste: Macht Facebook für Ihre Arztpraxis Sinn?  
[www.cti-webkonzepte.de/images/cti/dok/checkliste\\_facebook.pdf](http://www.cti-webkonzepte.de/images/cti/dok/checkliste_facebook.pdf)

## Statements zum Social Media Marketing

- Social Media müssen zur Praxis und zum Kommunikationskonzept passen.
- Marketing in sozialen Netzwerken ist kostengünstig, aber zeitaufwendig.
- Nicht nur Pflanzen, auch Social Media Accounts brauchen Zuwendung.
- Das Internet vergisst nicht.

Dr. Christine Trutt-Ibing

## Zur Person

Dr. med. Christine Trutt-Ibing ist Ärztin und Internetexpertin. Mit ihrer Firma CTI Internetlösungen für Ärzte erstellt und betreut sie seit 2009 Praxiswebsites für Ärzte. Sie berät Arztpraxen außerdem zu den Themen digitale Onlinetools.

Dr. Trutt-Ibing ist auch Referentin im Rahmen des Fortbildungsprogramms der KV Hessen. Die Termine für 2021 sind:

- Social Media – Chancen und Risiken neuer Medien am Mittwoch, 10. November 2021, 15.00–18.00 Uhr in der KV in Frankfurt

Anmelden können Sie sich unter [www.kvhessen.de/fortbildungsprogramm](http://www.kvhessen.de/fortbildungsprogramm)

