

Inhalt

BERND HALBE

Wer die Wahl hat, hat die Qual!

Praxisstrukturen im Wandel	1
Zahlen, Daten, Trends	2
Traditionelle Praxisstrukturen vs. neue Kooperationsformen	8

LEWE BAHNSEN, BERND RAFFELHÜSCHEN

Generationenvertrag GKV?

Die demografische Alterung als Herausforderung für die umlagefinanzierte Krankenversicherung	25
Einleitung	26
Demografische Alterung und die Kostentreiber in der Krankenversicherung.	27
Warum die GKV ein Generationenvertrag ist	34
Warum die GKV doch kein Generationenvertrag ist.	38
Wie die GKV wieder mehr zu einem Generationenvertrag werden könnte ...	45
Schlussbemerkungen	51

CHRISTIAN HENRICI

Alles in Einklang bringen!

Unternehmen Praxis	55
Planung	56
Betriebswirtschaft in der Zahnarztpraxis	60
Controlling und Digitalisierung	64
Marketing	67
Kundenbeziehungsmanagement.	68
Personalmanagement in der Zahnarztpraxis	70

MARC BARTHEN

Ein Stern, der Deine Praxis trägt

Wie wichtig sind Praxis-Bewertungen?	87
In die Köpfe eingebrannt.	88
Warum sind Empfehlungen uns Menschen so wichtig?	88

Welcher Faktor ist für Neupatienten relevant?	89
Augen zu und durch	89
Bitkom-Studie belegt: Online-Bewertungen beeinflussen die Arztwahl.	91
Professionelles Bewertungsmanagement: Bewertungen für das	
Praxismarketing nutzen	94
„Google das mal“	95
Schritt für Schritt	96
Social-Media-Bewertungen und deren Chancen	98
In den Praxisalltag integrieren	99
Fazit	99

PETER GORENFLOS

Neutralität versus Parteilichkeit

Jamedas lauterkeitsrechtliche Achillesferse, oder weshalb die Kombination von Werbung, Bewertung und vollständiger Arztlistung unzulässig ist – ein Kommentar.	101
Die Zwangslistung von Ärzten ist nicht haltbar.	102
Jameda hat die Möglichkeit, bei der Veröffentlichung von Negativ- bewertungen und der Löschung von Positivbewertungen willkürlich und selektiv vorzugehen, in Abhängigkeit vom Kundenstatus.	103
Jameda muss sich entscheiden, ob es ein Werbeportal oder ein Bewertungsportal sein möchte	107

BERND HALBE

Onlinebewertung – und dann?

Rechtsprechungsvorgaben und Erfahrungen zum Umgang mit (Zahn-)Arztbewertungen im Internet	109
Wer soll in Anspruch genommen werden: Verfasser oder Portalbetreiber?	110
Was soll beseitigt werden: Bewertung oder (Zahn-)Arztprofil?	113

THOMAS JOCHHEIM

Jameda-Bewertung löschen

Anleitung und Vorlage..... 117

Schlechte Bewertungen nagen am Selbstbewusstsein und schrecken
interessierte Patienten ab 118

Braucht man immer einen Rechtsanwalt?..... 118

Am Anfang steht immer der Behandlungskontakt 119

Jamedas Reaktion 120

Inhaltliche Stellungnahme ist erst später erforderlich 120

Wann zum Rechtsanwalt? 120

NILS SEEBACH

Amazon-Alarm im Gesundheitswesen

E-Commerce und Digital Health

Vom Online-Handel zur Plattform-Ökonomie: Was bislang passierte..... 124

Das öffentliche Geheimnis von Amazons anhaltendem Turbowachstum... 126

Amazons Ausbreitung: Kategorie für Kategorie und Kettenglied für
Kettenglied..... 129

Die Plattform-Ökonomie und Digital Health:
Was dem Gesundheitsmarkt bevorsteht..... 132

COVID-19: Der Digitalisierungsbeschleuniger schlechthin..... 134

Plattformbildung im Gesundheitswesen..... 136

Ärzte und Apotheker: verschiedene Aussichten..... 138

Patientenwohl durch Kundenmehrwert ergänzen:
Was Akteure im Gesundheitsmarkt tun können..... 142

Kunden kennen kein Zurück 145

Patientenwohl plus Kundenzentrierung 145

Gedankenexperimente zu Gesundheitsplattformen in Deutschland..... 147