

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 Spannbreite 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-

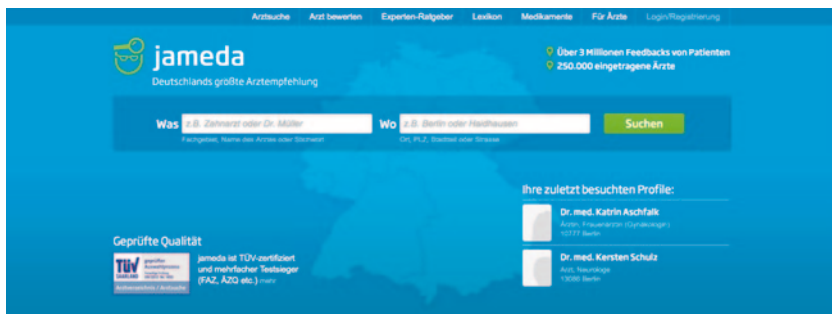


Abb. 2.1 Screenshot Bewertungsplattform Jameda.de. (Quelle: Screenshot Bewertungsplattform Jameda. Online unter: <http://www.jameda.de/>, zuletzt besucht am 15.10.2014)

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 Medizinmittelhersteller, 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 Premiumeinträge 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) oder Yelp (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) 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 (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) oder Sanego (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).

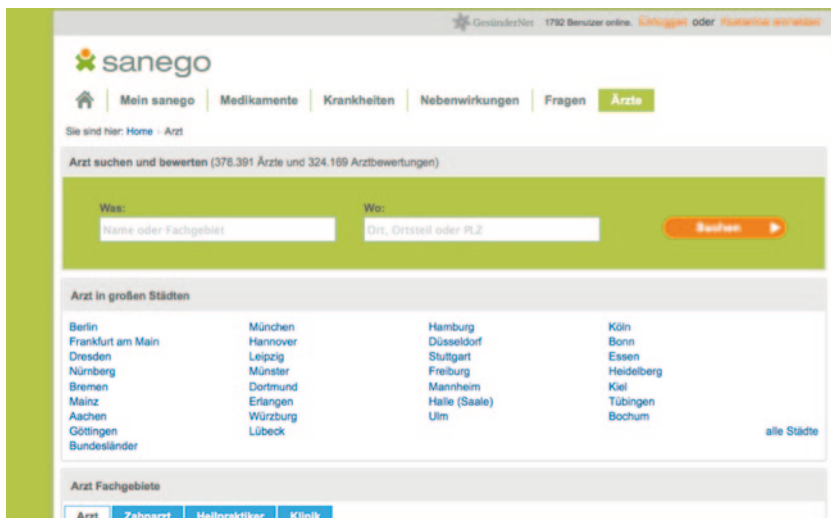


Abb. 2.5 Screenshot Bewertungsplattform Sanego.de. (Quelle: Screenshot Bewertungsplattform. Online unter: <http://www.sanego.de/>, zuletzt besucht am 15.10.2014)

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 (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. 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 

Gesamtzufriedenheit:	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, 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).

Erfahrungsberichte (177)

Anfragen (0)

Die Klinik stellt sich vor

Statistiken

03.04.2014 | Franz67 berichtet als Patient | Jahr der Behandlung: 2014 | Benutzerempfehlung

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 Pflegeern 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

Weitereempfehlen

Kommentieren

2 Kommentare

UniklinikFreiburg

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. Wir hoffen, dass wir Ihr Anliegen im persönlichen Kontakt aufarbeiten können.

UniklinikFreiburg

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 Franz67. (Quelle: Screenshot Reaktion UniklinikFreiburg auf positive Bewertung von Franz67 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 Mausklick und nicht persönlich auf



<http://www.springer.com/978-3-658-08948-1>

Reputationsmanagement

Medical Care

Ternès, A.; Runge, C.

2015, VII, 48 S. 23 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-08948-1