

Gekauftes Lob für 149,90 Euro

Transparenz Eine Firma bietet der Weißenhorner Stiftungsklinik positive Arzt-Bewertungen im Netz. Die Verantwortlichen im Krankenhaus sind irritiert, Verbraucherschützer und Verbände warnen

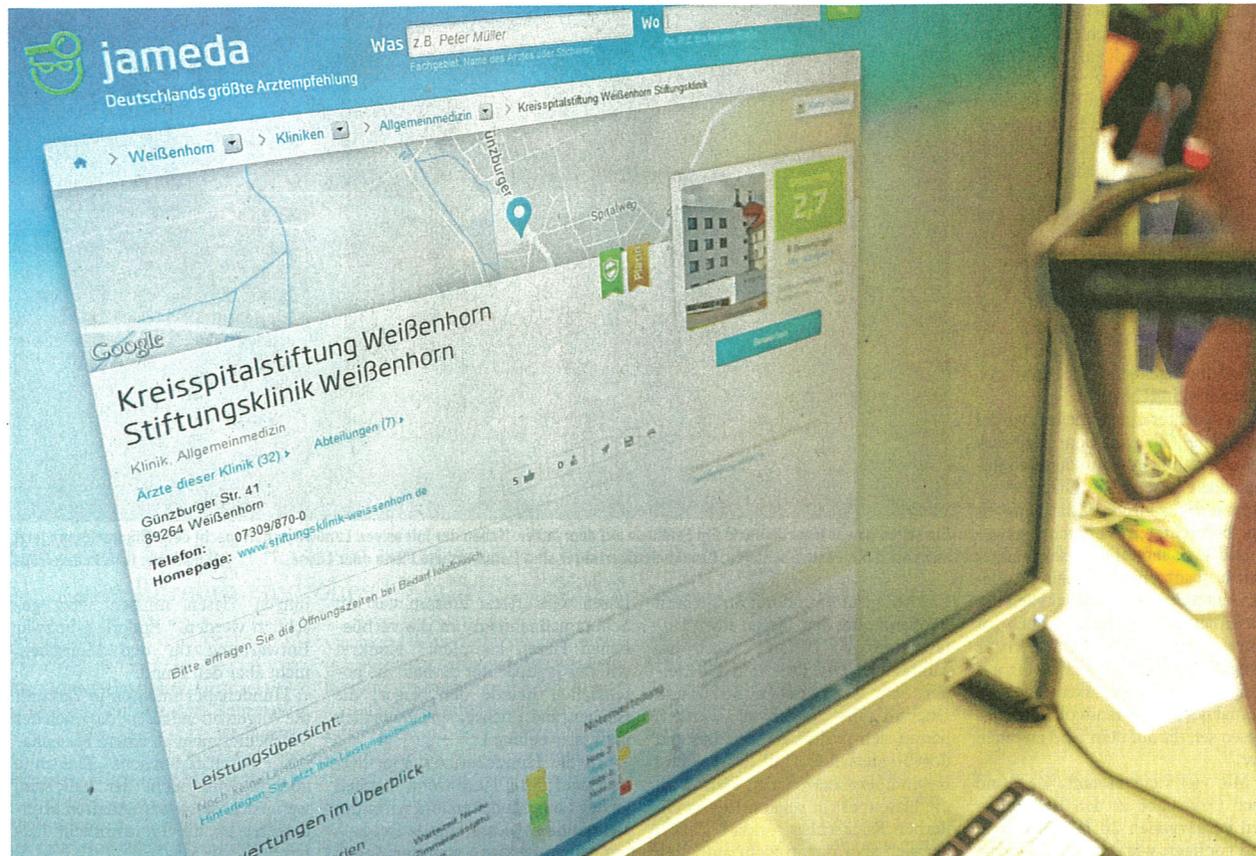
VON SEBASTIAN MAYR

Neu-Ulm/Weißenhorn Sehr kinderfreundlich und hygienisch, aber mit bestenfalls mittelmäßigen Einkaufsmöglichkeiten. So schneidet die Stiftungsklinik Weißenhorn im Ärzte-Bewertungsportal Jameda ab. Gerade einmal sechs Patienten haben ihr Urteil abgegeben und dennoch reicht die Spanne der Schulnoten von eins bis sechs. Mit 149,90 Euro netto könnte die Stiftung dieses Bild aufpolieren. Das steht in einer E-Mail, die einige Mediziner am Dienstag erhalten haben. „Die Ärzte fanden es unseriös, wie darin erworben wurde“, berichtet Kliniksprecherin Edeltraud Braunwarth. Wie viele Nachrichten bei den Mediziner im Landkreis eingegangen sind, sei unklar. Fest stehe aber: „Auf dieses Niveau wollen wir uns nicht herablassen“, betont Braunwarth. Erst Ende Februar machte das Portal Jameda Schlagzeilen.

Angeblich geben „seriöse Produkttester“ Urteile ab

Eine Ärztin, die ihr Profil dort löschen lassen wollte, hatte gegen das Portal geklagt. Sie empfand das Geschäftsmodell als ungerecht: Mediziner, die Geld bezahlen, werden prominenter auf der Seite angezeigt als andere. Der Bundesgerichtshof entschied: Die Ärztin hat den Anspruch, dass Jameda ihre Daten löscht. Denn durch die bezahlten Premium-Profile ist das Portal keine neutrale Informationsplattform mehr.

Dass nun ein Unternehmen ungenutzt damit wirbt, positive Bewertungen zu verkaufen, irritiert Kliniksprecherin Braunwarth ebenso wie die Ärzte. „Es ist eine Firma, die ganz offen damit umgeht – als wollte sie ein Pfund Kaffee verkaufen.“ In dem Schreiben, das unserer Zeitung vorliegt, ist die Rede von einem Paketpreis für fünf positive Google-Bewertungen und drei positive Jameda-Bewertungen, gültig bis 15. März 2018. „Zum Preis von 149,90 Euro netto, damit sparen Sie über 40 % zu unseren Shop-Preisen“,



Das Profil der Stiftungsklinik Weißenhorn auf dem Ärzte-Bewertungsportal Jameda. Ein Unternehmen verkauft positive Bewertungen für diese Seite und für andere Plattformen mit den Schwerpunkten Immobilien, Autos und Reisen. Foto: Alexander Kaya

heißt es weiter. Auf dem Internet-auftritt der Frankfurter Firma, die eine Stadt in Zypern als ihren Hauptsitz angibt, werden auch Bewertungen für Immobilien-, Auto- und Reiseportale angepriesen. Im Schreiben an die Ärzte der Kreisspitalstiftung steht zudem, die Bewertungen würden von seriösen Produkttestern aus der Region vorgenommen. Eine Anfrage unserer Zeitung an die Firma blieb am Dienstagnachmittag unbeantwortet.

Die Kassenärztliche Vereinigung Bayern (KVB) sieht Portale wie Jameda grundsätzlich kritisch. Immer wieder beklagten Ärzte, dass Patienten sich mit schlechten Bewer-

tungen dafür revanchieren, dass sie beispielsweise nicht wie gewünscht krank geschrieben wurden – was medizinisch nicht notwendig war. Das berichtet Martin Eulitz, der Sprecher der KVB. Über das Schreiben an die Klinikärzte sagt er: „Das ist kein Massenphänomen.“ Vanessa Schmidt, Sprecherin des Landesverbands Bayern der Vereinigung Marburger Bund, in der sich Klinikärzte zusammengeschlossen haben, ist weniger überrascht: „So funktionieren all diese Listen“, sagt sie. Gleichwohl betont Schmidt: „Das ist natürlich sehr fragwürdig.“

Ein Standpunkt, den Peter Griebel, der Fachmann für Versicherun-

gen, Pflege und Gesundheit bei der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg teilt. „Das geht natürlich gar nicht“, sagt er. Das Angebot sei verbraucherfeindlich – und könnte sogar illegal sein. „Wenn die Personen, die Bewertungen abgeben, dass sie bei einem Arzt waren, dann müssen sie auch dort gewesen sein“, betont er. Andernfalls handle es sich um eine Falschaussage. Griebel lehnt Plattformen nicht grundsätzlich ab. Verbraucher könnten davon auch profitieren. Doch dafür müsse beispielsweise klar ersichtlich sein, wie die Urteile zu verstehen sind und dass ein paar Bewertungen kein allgemeingültiges Urteil ergeben.

Auch müssten Ärzte die Chance bekommen, auf Kritik antworten zu können. Aus Sicht der Stiftungsklinik trafen die Werbemails zu einer fast schon ironisch passenden Zeit ein. Erst am Montag hatten die Verantwortlichen darüber debattiert, ob es sich lohne, auf Jameda eigene Profile für die Krankenhäuser anzulegen. Doch das Portal schien den Klinikchefs nicht objektiv genug. „Da wirkt das Ganze jetzt besonders eigenartig“, sagt Sprecherin Braunwarth über die E-Mails. Vorerst will das Unternehmen die Angelegenheit auf sich beruhen lassen. „Wenn das häufiger passiert, werden wir sehen, was wir machen.“ »Kommentar