

ACTA FACULTATIS PHILOSOPHICAE
UNIVERSITATIS OSTRAVIENSIS



UNIVERSITY
OF OSTRAVA

STUDIA GERMANISTICA

Nr. 25/2019



Recenzní rada/

Rezensionsrat:

Doc. Mgr. Hana Bergerová, Dr. (Univerzita J. E. Purkyně v Ústí n. L.)
Doc. Mgr. Renata Cornejo, Ph.D. (Univerzita J. E. Purkyně v Ústí n. L.)
Univ.-Prof. Dr. Peter Ernst (Universität Wien)
Prof. PhDr. Ingeborg Fialová, Dr. (Univerzita Palackého v Olomouci)
Dr. Renate Fienhold (Universität Erfurt)
Univ.-Prof. Dr. Wynfrid Kriegleder (Universität Wien)
Doc. PhDr. Jiřina Malá, CSc. (Masarykova univerzita v Brně)
Mgr. Martin Mostýn, Ph.D. (Ostravská univerzita)
Doc. PhDr. Karsten Rinas, Dr. (Univerzita Palackého v Olomouci)
Prof. Dr. Johannes Schwitalla (Universität Würzburg)
Doc. PhDr. František Štícha, CSc. (Ústav pro jazyk český AV ČR)
Mgr. Miroslav Urbanec, Ph.D. (Slezská univerzita v Opavě)
Doc. PhDr. Marie Vachková, Ph.D. (Univerzita Karlova v Praze)
Doc. et doc. Mgr. Iveta Zlá, Ph.D. (Ostravská univerzita)
Prof. PhDr. Iva Zündorf, Ph.D. (Masarykova univerzita v Brně)

Vědecká redakce/

Wissenschaftliche Redaktion:

Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Ludwig M. Eichinger (Universität Mannheim/
Ostravská univerzita)
Dr. Horst Ehrhardt (Universität Erfurt)
Prof. Dr. Mechthild Habermann (Universität Erlangen/Nürnberg)
Prof. Dr. hab. Marek Hałub (Uniwersytet Wrocławski)
Prof. Dr. Wolf Peter Klein (Universität Würzburg)
Prof. PhDr. Jiří Munzar, CSc. (Masarykova univerzita v Brně)
Prof. PhDr. Lenka Vaňková, Dr. (Ostravská univerzita)
Prof. Dr. DDDDr. h. c. Norbert Richard Wolf (Universität Würzburg)
Doc. PhDr. Pavla Zajícová, Ph.D. (Ostravská univerzita)

Výkonná redakce/

Verantwortliche Redakteure:

Prof. PhDr. Lenka Vaňková, Dr.
Prof. Dr. DDDDr. h. c. Norbert Richard Wolf

Technická redakce/

Technische Redaktion:

Mgr. Martin Mostýn, Ph.D.
MgA. Helena Hankeová

Obálka/Umschlag: Mgr. Tomáš Rucki

Časopis je zařazen do mezinárodních databází ERIH Plus a EBSCO.

Die Zeitschrift ist in den internationalen Datenbanken ERIH Plus und EBSCO registriert.

The journal is included on the international databases ERIH Plus and EBSCO.

© Ostravská univerzita, Filozofická fakulta, 2019

ISSN 1803-408X (print)

ISSN 2571-8273 (online)

**ACTA FACULTATIS PHILOSOPHICAE
UNIVERSITATIS OSTRAVIENSIS**



**UNIVERSITY
OF OSTRAVA**

STUDIA GERMANISTICA

Nr. 25/2019

Zu ausgewählten Aspekten der Selbstdarstellung von Ärzten auf deutschen Arztbewertungsportalen

Marcelina KAŁASZNIK

Abstract

On selected aspects of self-presentation in German doctor evaluation websites

Doctors, like other professional groups, are subject to competition rules on the market. As a result, the issue of marketing in the field of medical services is becoming increasingly important. In recent years, the growing importance of doctor evaluation websites can be viewed from this perspective, as these websites give doctors opportunities for online self-presentation. The subject of this analysis is the profiles of doctors on one of the leading German doctor evaluation websites. The starting point for the analysis is the assumption that these websites not only contain information, but also appeal to readers, attempt to influence readers' attitudes, and consequently also contribute to the creation of a positive image of the doctor. Profiles are analyzed starting from a division into thematic blocks, with the help of which specific functions of these texts are implemented.

Keywords: self-presentation, doctor evaluation websites, doctor's image

1. Einführung

„Menschen haben in Konflikt- und Krisensituationen ein hohes Informations- und Mitteilungsbedürfnis, dies gilt insbesondere für Patienten“ (Frädriich 2011:12), denn Krankheit versetzt Menschen in Unsicherheit und löst Ängste aus. Offensichtlich suchen Patienten Hilfe bei Fachleuten – Ärzten. Bei der Wahl eines geeigneten Arztes wird auf unterschiedliche Faktoren zurückgegriffen. Noch bis vor Kurzem wurde angenommen, dass sich die meisten Patienten bei der Arztsuche nach Informationen, Empfehlungen und Erfahrungen aus dem unmittelbaren Familien-, Freundes- und Bekanntenkreis richten (vgl. Kofahl/Horak 2010:105). Um allerdings auf solche Mund-zu-Mund-Propaganda zurückgreifen zu können, müssen einige Voraussetzungen erfüllt werden (vgl. ebd.:108). Ein bestimmter Patient, der sich unter Familienmitgliedern oder Bekannten informieren will, muss über ein bestimmtes soziales Netzwerk verfügen, wobei Personen, die dieses Netzwerk bilden, einschlägige Erfahrungen mit einem Arzt gemacht haben müssen. Wenn diese Bedingungen erfüllt werden, kann sich ein potenzieller Patient bei seinen Angehörigen oder Freunden Informationen über einen bestimmten Arzt einholen. Es muss allerdings betont werden, dass solche Informationen auf punktuellen Einzelerfahrungen basieren und sich auf keine fachliche Basis stützen.

Die bereits genannten Voraussetzungen sind in manchen Fällen schwierig zu erfüllen. Deswegen wird inzwischen immer häufiger das Internet – insbesondere die sog. Arztbewertungsportale – für viele Patienten zur ersten Anlaufstelle, wenn sie einen Arzt suchen.¹

¹ Vgl. URL 1.

Der Trend, Arztbewertungsportale einerseits als erste Orientierungshilfe und andererseits als die wichtigste Quelle bei der Arztsuche heranzuziehen, spiegelt sich in Zahlangaben wider. Laut einer Analyse ist die Zahl deutscher Bewertungsportale „zwischen 2010 und 2014 von 14 auf 25“ angestiegen. Laschet (2014:1) stellt außerdem Folgendes fest: „Die meisten Treffer wurden für Jameda, Imedo, die Arzt-Auskunft sowie die Weiße Liste dokumentiert“.

Diese rasch zunehmende Bedeutung von Arztbewertungsportalen beweisen auch zahlreiche Umfragen, die deren Nutzungsniveau messen. Die 2011 von der GfK-Marktforschung durchgeführte Studie zeigt, dass 23 % aller Internetnutzer vor einem Arztbesuch ein Arztportal in Anspruch nehmen. Die Frage nach der Rolle von Arztbewertungsportalen wurde auch in der 2013 von der Universität Erlangen-Nürnberg durchgeführten Umfrage gestellt (vgl. Krüger-Brand 2013:1). Die Ergebnisse zeigen, dass über 30 % der Befragten ein deutsches Arztbewertungsportal mit Namen nennen können. Ein Viertel der Interviewten geben an, dass sie aktiv ein Arztbewertungsportal zur Suche eines geeigneten Arztes benutzt haben. Die 2014 im Auftrag von Jameda, einem populären deutschen Arztbewertungsportal, durchgeführte Studie verweist darauf, dass fast jeder dritte Befragte ein Arztportal bei der Arztsuche konsultiert (vgl. Wallenfels 2014:8). In Bezug auf das Alter handelt es sich bei 56 % der Befragten um 18- bis 29-Jährige und bei 47 % um 30- bis 39-Jährige (vgl. Wallenfels 2014:8).

Die wachsende Bedeutung von Arztbewertungsportalen ist auch „mit der heranwachsenden Web-2.0-Generation“ verbunden (vgl. Schwarz/Schaefer/Ollenschläger 2011:210). Das Internet entwickelt sich aktuell zu einem dynamischen und mächtigen Instrument, das heutzutage immer häufiger dazu eingesetzt wird, öffentlich Erfahrungen von Laien und Patienten über Ärzte auszutauschen (vgl. Kofahl/Horak 2010:105). Internetnutzer, die gleichzeitig Patienten sind, werden somit vom reinen Empfänger zum aktiven Beteiligten (vgl. ebd.:111), was durch interaktive und partizipatorische Elemente des Internets ermöglicht wird (vgl. ebd.:105). Es ist wichtig, dass im Internet punktuelle Einzelerfahrungen kumuliert werden. Durch eine große Anzahl positiver Bewertungen und Kommentare kann ein potenzieller Patient zu einem Besuch bei einem positiv bewerteten Arzt überzeugt werden. Der gleiche Mechanismus funktioniert jedoch auch in die umgekehrte Richtung. Negative Bewertungen und Kommentare können entmutigend wirken. Auch Ärzte haben die Gelegenheit, den Inhalt solcher Portale aktiv mitzugestalten, indem sie sich selbst oder ihre Praxis präsentieren.

Da es sich bei Arztbewertungsportalen um ein ziemlich neues und zugleich komplexes Angebot handelt, das Patienten und Ärzten bestimmte Handlungsmöglichkeiten im Internet zur Verfügung stellt, kann im folgenden Beitrag nur auf einen Aspekt aufmerksam gemacht werden. Im Weiteren wird nämlich versucht zu zeigen, auf welche Art und Weise diese Portale zur Selbstdarstellung von Ärzten genutzt werden. Es wird davon ausgegangen, dass mit Texten zur Selbstpräsentation von Ärzten auf diesen Portalen nicht nur das Ziel verfolgt wird, bestimmte Informationen zu vermitteln. Sie gehen weit über die reine Informativität hinaus, indem sie andere pragmatische Ziele, wie z. B. Appell an den Leser realisieren (vgl. Massud 2019:104). In diesem Sinne wird im Folgenden der Frage nachgegangen, wie die Texte zur Selbstdarstellung von Ärzten auf diesen Portalen gestaltet werden, ob man auf ein Muster ihrer sprachlichen Ausgestaltung hinweisen kann und inwieweit in diesen Texten sprachliche Mittel vorkommen, die für andere Textsorten typisch sind. Den Hintergrund für diese Überlegungen bildet eine kurze Einführung zum Thema Web 2.0, denn es schafft, wie bereits angedeutet, die technischen Grundlagen für die Entwicklung solcher Portale. Außerdem wird versucht zu umreißen, welche Aktivitäten solche Portale den Ärzten zur Verfügung stellen.

2. Zum Web 2.0

Mit der Einführung des Web 2.0 vollziehen sich bestimmte „[...] qualitative Änderungen in den Handlungen der Menschen in der Rolle der Internetnutzer“ (Pędzisz 2017:23). Das Web 2.0 bewirkte die Redefinition des Internetnutzers „[...] vom weitgehend passiven Empfänger von Informationen und Verwender standardisierter Web-Angebote hin zum aktiven Kommunikator und Gestalter“ (Walsh/Kilian/Hass 2011:3).

Im Folgenden werden die im Zusammenhang mit der Darstellung der Möglichkeiten von Arztbewertungsportalen wichtigsten Merkmale des Web 2.0 besprochen. Es wird vorausgesetzt, dass

„Web 2.0 nicht nur eine weitere technische Neuerung unter vielen [ist]. Der Begriff stellt ein Sammelbecken verschiedener Dienste bereit, welcher die gesellschaftliche, wirtschaftliche und politische Realität nachhaltig beeinflussen kann, oder auch schon verändert hat.“ (Runkehl 2012:9, zit. nach Pędzisz 2017:23)

Angenommen wird, „dass das Internet sich im Rahmen des Web 2.0 weg von einer starren Informationsquelle, hin zu einem interaktiven Mitmachmedium entwickelt“ (Walsh/Kilian/Hass 2011:4). Folgerichtig sollten Vernetzung und Partizipation als erstes Charakteristikum des Web 2.0 genannt werden. Im Vergleich zum Web 1.0 werden im Web 2.0 Daten, z. B. Bilder, Filme, Texte nicht auf eigenen Servern gespeichert, sondern von Anbietern wie YouTube, Google, Wikipedia distribuiert (vgl. Pędzisz 2017:24). Dies hat zur Folge, dass sie allen Internetusern zur Verfügung gestellt werden. Internetnutzer bekommen dabei auch die Möglichkeit, alle Inhalte zu kommentieren, wobei hier zwischen „einer passiven (rein rezipierenden) und aktiven (tatsächlich produzierenden) Haltung der Internetnutzer“ (vgl. ebd.:26) zu unterscheiden ist.

Das Web 2.0 zeichnet sich darüber hinaus durch Merkmale wie Interaktivität, Intermedialität und Multimodalität aus. Im Web 2.0 gewinnt die Interaktivität eine neue Dimension, die darin besteht, dass Internetnutzer einen größeren Einfluss darauf haben, welche Formen der Online-Kommunikation sie wählen, welche Inhalte und wie diese im Internet dargestellt werden (vgl. Pędzisz 2017:32). In diesem Sinne wird der Internetnutzer die ganze Zeit eingebunden (vgl. Walsh/Kilian/Hass 2011:5). In diesem Zusammenhang soll auch auf einen wichtigen Unterschied zwischen Web 1.0 und Web 2.0 hingewiesen werden. Für das Web 1.0 war die sog. „Ein-Weg-Kommunikation“ typisch, d. h. Anbieter stellten den Inhalt ins Netz, der von Konsumenten abgerufen wurde (vgl. ebd.:8). Das Web 2.0 gibt Internetusern ohne spezielle technische Ausstattung die Möglichkeit, Inhalte zu produzieren und einem fast unbeschränkten Publikum im Internet zu präsentieren (vgl. ebd.).

Unter dem Begriff der Intermedialität, die ebenfalls das Web 2.0 charakterisiert, wird die Hybridisierung oder Wechselwirkung verschiedener Medien verstanden (vgl. Pędzisz 2017:36). Multimodalität im Web 2.0 wird als eine Kombination verschiedener Modi, d. h. z. B. der Sprache, des Bildes, der Farbe usw. verstanden, die in einem unterschiedlichen Verhältnis zueinander stehen können, z. B. in einer übergeordnet-untergeordneten oder in einer gegenseitig ergänzenden Relation (vgl. ebd.:41).

3. Aktivitäten von Ärzten auf Arztbewertungsportalen

Das deutsche Portal Jameda.de, das die Quelle für die Korpuserhebung² bildet, existiert seit dem Jahre 2007 und wurde als eine Plattform geschaffen, über die einerseits Ärzte neue Patienten gewinnen können und andererseits Patienten einen geeigneten Arzt finden können³, wobei sich der folgende Beitrag auf die Funktionalitäten des Portals für die Ärzte konzentriert.

Laut eigenen Angaben besuchen das Portal jameda.de ungefähr 6 Millionen Nutzer pro Monat.⁴ Auf dem Portal sind 275 000 Ärzte eingetragen.⁵ Ungefähr 2 Millionen Bewertungen von Ärzten wurden bereits abgegeben, was das Portal jameda.de zum mit Abstand größten medizinischen Bewertungsportal macht.

Arztbewertungsportale bieten Ärzten Möglichkeiten, sich im Netz zu präsentieren, ein entsprechendes Bild von ihren Dienstleistungen bei den Patienten entstehen zu lassen und im Allgemeinen Marketing zu betreiben. In diesem Sinne „[verbinden] Arztbewertungsportale das Web- mit dem

² Zur Korpuszusammenstellung vgl. Kapitel 4.

³ Vgl. URL 4.

⁴ Vgl. URL 4.

⁵ Vgl. URL 4.

Empfehlungsmarketing“ (Sander 2017:86). Das kostenlose Basis-Profil auf dem Portal jameda.de ermöglicht es, persönliche Daten einzutragen und zu ändern, bei abgegebenen Bewertungen benachrichtigt zu werden und sie zu kommentieren sowie die Leistungsübersicht im Profil darzustellen. Andere Funktionen wie z. B. die Hinterlegung eines persönlichen Fotos, der eigenen Praxis-Homepage-Adresse, die Darstellung der eigenen Videos und die Online-Terminvergabe müssen zusätzlich bezahlt werden.⁶

Das Portal erlaubt Ärzten, zu Patientenbewertungen Stellung zu nehmen. Wie die punktuelle Analyse von Bewertungen und Kommentaren zu Bewertungen feststellen lässt, nutzen Ärzte diese Gelegenheit insbesondere bei kritischen Bewertungen. Wenn ein Bewertender Kritik übt oder Einwände dem Arzt gegenüber formuliert, äußert sich der betroffene Arzt und versucht die Einwände zu widerlegen.

4. Zum Korpus der Untersuchung

Das Korpus der Studie bilden Profile von Ärzten, die im Oktober 2019 dem Portal jameda.de entnommen wurden. Wie bereits angedeutet, ist die Anzahl auf dem Portal eingetragener Ärzte ziemlich groß, weswegen bestimmte Selektionskriterien bei der Auswahl von Ärzte-Profilen herangezogen werden müssen. Im ersten Schritt wird der Suchort gewählt. In diesem Beitrag werden Profile von Ärzten berücksichtigt, die in Berlin tätig sind. Im zweiten Schritt wird auf die Spezialisierung des Arztes fokussiert. Für die Zwecke dieses Beitrags wird die Entscheidung getroffen, die Aufmerksamkeit auf Orthopäden zu lenken. Da die Texte zur Selbstdarstellung ziemlich umfassend sind, werden 10 Profile von Orthopäden aus Berlin zur Analyse bestimmt. Es muss hinzugefügt werden, dass es sich bei allen analysierten Profilen um sog. Premium-Profil⁷ handelt, die den Ärzten bessere Auffindbarkeit und Sichtbarkeit im Internet gewährleisten sollen. Die erwähnten Premium-Profile kommen auf dem Portal in verschiedenen Ausführungen vor und stellen den Ärzten verschiedene zusätzliche Funktionen zur Verfügung. Der kostenlose Basis-Zugang ermöglicht es, persönliche Daten zu ändern und ihre Leistungsübersicht im Profil darzustellen. Außerdem wird der Arzt mit dem Basis-Zugang über neue Bewertungen benachrichtigt und kann sie kommentieren. Das kostenpflichtige Premium-Profil Gold erlaubt es, ein persönliches Porträtbild zu hinterlegen, individuelle Inhalte oder Bilder auf dem Profil zu veröffentlichen sowie die Adresse der eigenen Praxis-Webseite anzubringen. Der nächste Profiltyp Gold Pro erweitert die Möglichkeiten eines Arztes vor allem im Bereich der Online-Terminvereinbarung und der Videosprechstunde. Die Möglichkeiten der Selbstdarstellung sind hingegen identisch mit denen des vorigen Profils. Das nächste Profil Platinum ist dadurch charakterisiert, dass ein Arzt mit besonderen Leistungen vonseiten des Portals rechnen kann, z. B. hat dieser dann einen persönlichen Ansprechpartner usw. Die im Folgenden analysierten Profile von Ärzten repräsentieren vor allem die Typen Premium Gold und Gold Pro. Auf allen Profilen sind die Fotos von Ärzten verfügbar und auf einigen auch Fotos der Praxis oder der Teammitglieder.

5. Zur Selbstdarstellung von Ärzten

Eingangs muss angemerkt werden, dass die Struktur der Profile durch das Portal vordefiniert und nicht ganz frei von Ärzten gestaltet wird. Das Profil besteht aus obligatorischen und fakultativen Teilen. Zu den obligatorischen strukturellen Bausteinen des Profils gehören *Über mich/Herzlich willkommen*, *Meine Behandlungsschwerpunkte*, *Mein weiteres Leistungsspektrum*, während *Warum zu mir?*, *Meine Praxis und mein Team* sowie *Sonstige Informationen über mich* fakultativ sind und folgerichtig nicht auf allen Profilen zu finden sind. In der folgenden Tabelle werden quantitative Ergebnisse der Korpusanalyse dargestellt. Erstens wird präsentiert, welche von diesen strukturellen Segmenten der Profile mit welcher Häufigkeit realisiert werden. Zweitens enthält die Tabelle Angaben in Bezug auf die Länge der Texte in einzelnen strukturellen Teilen der Profile.

⁶ Zu Premium-Profilen auf dem Portal vgl. Kapitel 4.

⁷ Vgl. URL 6.

	Häufigkeit der Realisierung	der kürzeste Text (Zeichen inkl. Leerzeichen)	der längste Text (Zeichen inkl. Leerzeichen)
Obligatorische Teile			
Über mich/Herzlich willkommen	100%	397	1715
Meine Behandlungsschwerpunkte	100%	511	3861
Mein weiteres Leistungsspektrum	100%	448	10592
Fakultative Teile			
Warum zu mir?	30%	829	1558
Meine Praxis und mein Team	40%	772	1461
Sonstige Informationen über mich	30%	1072	2340

Tab. 1: Strukturelle Bausteine der Ärzte-Profile auf dem Arztbewertungsportal jameda.de

Aus der Tabelle geht hervor, dass die Texte in den einzelnen strukturellen Teilen der Profile je nach Profil in Bezug auf ihre Länge stark variieren. Das sieht man am Beispiel des Teils *Mein weiteres Leistungsspektrum* am deutlichsten, in dem im Korpus sowohl ein ziemlich knapper als auch ein sehr umfangreicher Text vertreten ist. Außerdem kann festgestellt werden, dass die fakultativen Teile der Profile im Korpus relativ selten realisiert werden.

Im Weiteren wird darauf fokussiert, auf welche Art und Weise auf den Ärzte-Profilen versucht wird, eine positive Einstellung beim Textrezipienten – dem möglichen Patienten – zu erzeugen. In diesem Sinne kann konstatiert werden, dass den Texten die Merkmale „personalisierend“ und „meinungsbetont“ sowie eine Werbefunktion zugeschrieben werden können (Lüger 2013:31 f., zit. nach Massud 2019:105). Die auf dem Profil vermittelten Informationen zielen nämlich darauf ab, ein bestimmtes Bild des Arztes in den Augen des Patienten entstehen zu lassen und ihn zur Terminvereinbarung in einer jeweiligen Praxis zu überzeugen. Die Profile können in Bezug auf ihr funktionales Potenzial mit *Über uns*-Seiten verglichen werden. Massud (2019:108), der *Über uns*-Seiten im Hinblick auf die argumentative Vertrauenskonstruktion analysiert, stellt in diesem Kontext Folgendes fest:

„Sie [*Über uns*- Texte] haben die Funktionen, den Akteur gegenüber dem Zielpublikum positiv darzustellen, negative Impressionen über ihn antizipativ abzuwehren und ihn in erster Linie ja zum Weiterlesen zu motivieren bzw. dazu, sich mit Hilfe der anderen Texte der jeweiligen Webseite genauer über seine Produkte / Dienstleistungen zu informieren“.

Im Folgenden wird versucht zu zeigen, aus welchen funktionalen und thematischen Einheiten die Texte auf den Ärzte-Profilen bestehen und wie diese zur positiven Selbstdarstellung beitragen. Bei den drei ersten unterschiedenen Kategorien (Begrüßung, Vorstellung, Einladung zur Kontaktaufnahme) handelt es sich um Sprachhandlungen, deswegen werden sie als funktional bezeichnet. Die drei letzten hingegen (Lebenslauf, Qualitätssicherung, medizinisches Konzept) sind Themen, die an verschiedenen Stellen der Texte behandelt werden. In der folgenden Tabelle werden Textbelege präsentiert, die den funktionalen und thematischen Kategorien zugeordnet werden und bei denen jeweils bestimmt wird, in welchem strukturellen Segment des Profils sie vorkommen.

Funktionale/ thematische Kategorien	Ausgewählte Textbelege ⁸
Begrüßung	<i>Über mich/Herzlich willkommen</i>
	<i>Liebe Besucherin, lieber Besucher; ich begrüße Sie auf dem jameda-Profil meiner Praxis im XXX, Orthopädisch-Chirurgisches Zentrum in Berlin.</i>
	<i>Liebe Patientin, lieber Patient, herzlich willkommen auf meinem jameda-Profil.</i>
	<i>Liebe Patientin, lieber Patient, herzlich willkommen auf meinem jameda-Profil!</i>
	<i>Liebe Besucherin, lieber Besucher; herzlich willkommen auf meinem jameda-Profil.</i>
	<i>Herzlich willkommen auf meinem Profil!</i>
Vorstellung	<i>Über mich/Herzlich willkommen</i>
	<i>Ich heiße Dr. med. XXX⁹ und bin Facharzt für Orthopädie.</i>
	<i>Mein Name ist Dr. med. XXX. Ich bin Facharzt für Orthopädie und Unfallchirurgie, habe unser Zentrum gegründet und stelle es Ihnen im Folgenden vor:</i>
	<i>Hier erfahren Sie Wissenswertes über mich, Orthopäde Dr. med. XXX, und meine Praxis in XXX.</i>
	<i>Ich heiße Dr. med. XXX und bin Facharzt für Orthopädie und Unfallchirurgie.</i>
Einladung zur Kontaktaufnahme	<i>Über mich/Herzlich willkommen</i>
	<i>Leiden Sie unter Wirbelsäulenschmerzen oder Gelenkschmerzen? Ist Ihre Bewegungsfähigkeit eingeschränkt oder möchten Sie sich einmal orthopädisch untersuchen lassen? Vereinbaren Sie doch einmal einen Termin – mein Team und ich freuen uns auf Sie!</i>
	<i>Möchten Sie mehr über die verschiedenen Therapien erfahren? Ich bin gerne für Sie da und berate Sie in meiner Sprechstunde.</i>
	<i>Wenn Sie Fragen haben, die Sie im persönlichen Gespräch klären möchten, können Sie mich gerne kontaktieren.</i>
	<i>Bei Fragen zögern Sie bitte nicht, mich zu kontaktieren!</i>
	<i>Wenn Sie neben diesem Profil weitere Informationen wünschen, besuchen Sie uns doch einfach im Internet: XXX.</i>
	<i>Meine Behandlungsschwerpunkte</i>
	<i>Sie möchten Kontakt zu mir aufnehmen?</i>
	<i>Sie möchten mehr über meine Arbeit erfahren?</i>
	<i>Wenn Sie die orthopädische Betreuung durch einen erfahrenen Facharzt suchen, sind Sie bei mir an der richtigen Adresse.</i>
	<i>Sie möchten Kontakt zu uns aufnehmen?</i>
	<i>Ich würde mich freuen, Sie schon bald in meiner Praxis in der XXX Str. begrüßen zu dürfen.</i>
	<i>Bei Fragen bin ich gerne persönlich für Sie da.</i>
<i>Mein weiteres Leistungsspektrum</i>	

⁸ Aus Platzgründen können nicht alle Textbelege präsentiert werden.

⁹ Die Namen von Ärzten, Arztpraxen, Universitäten und Adressen werden getilgt und jeweils mit XXX ersetzt.

	<p><i>Aber auch darüber hinaus eröffnet Akupunktur als individuelle Gesundheitsleistung häufig neue therapeutische Horizonte – sprechen Sie uns an!</i></p> <p><i>Bei weiteren Fragen können Sie sich natürlich gerne an mich wenden.</i></p> <p><i>Sie leiden unter Schmerzen, funktionellen Einschränkungen bzw. einer Störung oder Veränderung am Stütz- und Bewegungsapparat? Wir sind für Sie da und widmen uns Ihrem orthopädischen Problem mit großer fachärztlicher Hingabe und menschlicher Einfühlungskraft.</i></p> <p><i>Meine Praxis und mein Team</i></p> <p><i>Wir stehen Ihnen in der XXX gerne zur Verfügung, wenn Sie eine orthopädische Therapie mit moderner Diagnostik brauchen.</i></p> <p><i>Erfahren Sie, was Sie außerdem in unserer Praxis erwarten dürfen. Für Fragen stehen wir Ihnen jederzeit unter der XXX zur Verfügung.</i></p>
Lebenslauf / Beruflicher Werdegang	<p><i>Über mich/Herzlich willkommen</i></p> <p><i>Mein Lebenslauf</i> 1991 bis 1992 <i>Arzt i.P. Orthopädie Krankenhaus XXX</i> 1992 bis 1993 <i>Stationsarzt Orthopädie & Rheumatologie – Klinik XXX</i></p> <p><i>Mein Lebenslauf</i> 2009 bis heute <i>Leiter des XXX, Berlin</i> 2008 <i>Habilitation an der Universität XXX [...]</i></p> <p><i>Sonstige Informationen über mich</i></p> <p><i>Mein Studium der Humanmedizin habe ich in XXX absolviert und 1988 meine Approbation als Arzt erhalten. Nach einem Forschungsaufenthalt in XXX durchlief ich eine chirurgische Facharztausbildung [...]</i></p> <p><i>Ausgehend von meinem Studium der Medizin an der XXX, der ärztlichen Anerkennung und meiner Promotion bin ich bereits seit dem Jahr 1990 im Fachbereich der Orthopädie tätig. [...]</i></p>
	<p><i>Über mich/Herzlich willkommen</i></p> <p><i>Im Herzen von Berlin Zehlendorf bieten wir Ihnen in unseren modernen Räumlichkeiten in der XXX-Straße ein umfangreiches Spektrum orthopädischer Diagnostik und Therapie an.</i></p> <p><i>Als erfahrener Orthopäde beschäftige ich mich mit der Vorbeugung, Erkennung und Therapie von Problemen des menschlichen Stütz- und Bewegungsapparates – ob Gelenk- und Abnutzungserkrankungen, Haltungsfehler oder Verletzungen durch Unfall und Sport.</i></p> <p><i>Meine Behandlungsschwerpunkte</i></p> <p><i>Dank unserer langjährigen Erfahrung sind wir mit den verschiedensten Deformitäten des Fußes vertraut und wissen, worauf es ankommt.</i></p> <p><i>Weiterbildungen habe ich in Sportmedizin, Chirotherapie (Manuelle Medizin) und Naturheilverfahren abgeschlossen, um ein hohes Versorgungsniveau zu bieten.</i></p> <p><i>Mein weiteres Leistungsspektrum</i></p> <p><i>Mein Ziel ist es, Ihnen für Ihre individuelle Gesundheitssituation modernste ärztliche Unterstützung zu bieten.</i></p> <p><i>In unserer Villa XXX in XXX stehen mir alle technischen Voraussetzungen zur Verfügung, um Sie optimal betreuen zu können.</i></p> <p><i>Sofern eine Operation notwendig ist, werden im Umfeld unserer Privatklinik modernste Verfahren angewandt.</i></p>

	<i>Sollte der operative Einsatz einer Gelenkprothese nötig sein, setzen unsere Knie Spezialisten modernste Methoden zur Behandlung ein.</i>
	<i>Warum zu mir?</i>
	<i>Ich liebe meinen Beruf und bin zusammen mit meinem Team aus Fachärzten und Fachassistenzen extrem ehrgeizig, wenn es darum geht, unseren Patienten die beste Diagnostik und Therapie zu bieten.</i>
	<i>Ich versuche stets, meinen Patienten die beste Diagnostik und Therapie zu bieten, und nehme mir dafür viel Zeit.</i>
	<i>Meine Praxis und mein Team</i>
	<i>Charakteristisch für uns ist der akribische, ganz genau hinsehende ärztliche Ansatz, mit dem wir uns immer für ein Höchstmaß an Qualität, Sicherheit und Hygiene einsetzen.</i>
Medizinisches Konzept	<i>Über mich/Herzlich willkommen</i>
	<i>Ich verbinde Schulmedizin mit natürlichen Heilverfahren, um das beste Ergebnis für Sie und Ihre Gesundheit zu erzielen. Dabei stehen Sie als Mensch im Mittelpunkt.</i>
	<i>In der Praxis für Orthopädie XXX in XXX kümmern wir uns mit großer Fachkompetenz und viel Empathie um Ihre Gesundheit.</i>
	<i>Zunächst lernen wir uns in einem ausführlichen persönlichen Gespräch auf Augenhöhe kennen. So verschaffe ich mir ein genaues Bild davon, was Ihnen fehlt und welche Bedürfnisse Sie haben.</i>
	<i>Mein weiteres Leistungsspektrum</i>
	<i>Wir bieten Ihnen neben den herkömmlichen therapeutischen Heilverfahren auch Stoßwellentherapie, Magnetfeldtherapie, Hyaluronsäuretherapie, Kinesio-Tape, als auch Akupunktur und alternative Heilmethoden an, die der tibetanischen Medizin ähneln.</i>
	<i>Warum zu mir?</i>
	<i>Jeder Patient ist individuell und einzigartig. Deshalb nehme ich mir viel Zeit für Sie, um Sie als Mensch persönlich kennenzulernen. Mich interessieren nicht nur Ihre Beschwerden, sondern auch wer Sie sind, wie Sie leben und was Sie brauchen.</i>
	<i>Basierend auf dieser detaillierten Diagnostik entwickle ich ein individuelles Therapiekonzept für Sie.</i>
	<i>Meine Praxis und mein Team</i>
	<i>Wir legen großen Wert auf eine harmonische Atmosphäre und ein menschliches Miteinander.</i>
<i>Sonstige Informationen über mich</i>	
<i>Ich behandle präzise und kunstfertig wie bei der Jonglage, führe meine Patienten intuitiv und sanft wie beim Tangotanz und versuche durch authentische Kommunikation mit meinem Gegenüber einen neuen Blickwinkel auf Dinge zu erreichen – wie in der Magie.</i>	

Tab. 2: Funktionale/thematische Kategorien auf Ärzte-Profilen

In der Tabelle werden die funktionalen und thematischen Kategorien¹⁰ zusammengestellt, die für Ärzte-Profile typisch sind. Die Präsentation der Ärzte beginnt im strukturellen Segment *Über mich/Herzlich willkommen*, in dem der potenzielle Patient begrüßt wird. Die Begrüßung auf dem Profil wird mit der Anrede *Liebe Besucherin/lieber Besucher* oder *Liebe Patientin/lieber Patient* eröffnet und weiter mit *Ich begrüße Sie...* oder mit der Begrüßungsformel *Herzlich willkommen* realisiert.

¹⁰ Teilweise ähnliche thematische Einheiten in den *Über uns*-Texten auf den Internetseiten deutscher Privatschulen unterscheidet Massud (2019).

Die Begrüßung des Textrezipienten und des möglichen zukünftigen Patienten auf dem jameda-Profil ist die erste Gelegenheit, zu ihm Kontakt aufzunehmen. Die bewusste Auswahl der Anrede *Lieber/liebe* (statt z. B. der offiziellen und förmlichen Anrede *Sehr geehrter/Sehr geehrte*) erweist sich somit als erster Versuch, Vertrautheit zwischen dem Arzt und dem Portalbesucher zu schaffen. Durch die Anrede *Lieber/liebe* werden die Texte außerdem inoffiziellen Briefen oder E-Mails näher gerückt. Die Verwendung dieser Anrede impliziert gleichzeitig einen bestimmten Bekanntheitsgrad zwischen den Kommunikationspartnern.

Auf manchen Profilen folgen direkt im Segment der Begrüßung *Über mich/Herzlich willkommen* die Vorstellung des Arztes mit seinem Vor- und Nachnamen und die Nennung der Spezialisierung. Vor- und Nachnamen geht die Angabe des akademischen Grades voraus, was einerseits eine informative Funktion hat und in diesem Sinne auf die abgeschlossene Ausbildung hinweist sowie andererseits zugleich eine werbende Rolle spielt. Die Vorstellung erfolgt gewöhnlich mit den Formulierungen *Ich heiße* oder *Mein Name ist*, wobei man auch auf andere Möglichkeiten wie *Hier erfahren Sie Wissenswertes über mich, Orthopäde Dr. med. XXX, und meine Praxis in Berlin* verweisen kann. Auf manchen Profilen bleibt die direkte Vorstellung mit Vor- und Nachnamen aus, was darauf zurückgeführt werden kann, dass der Portalbesucher, wenn er auf dem Profil des Arztes ist, seinen Namen und seine Spezialisierung bereits kennt.

Eine umfangreiche thematische Kategorie, die mit vielen Textbelegen nachgewiesen ist, bildet die Einladung zur Kontaktaufnahme, die im Gegensatz zu den vorigen genannten thematischen Einheiten über verschiedene strukturelle Teile der Profile verstreut ist. Im Korpus der Untersuchung sind Textfragmente, die sich als Einladung zur Kontaktfunktion einstufen lassen, in folgenden strukturellen Teilen der Profile zu finden: *Über mich/Herzlich willkommen, Meine Behandlungsschwerpunkte, Mein weiteres Leistungsspektrum und Meine Praxis und mein Team*. Das Vorkommen der Einladung zur Kontaktaufnahme in verschiedenen strukturellen Bausteinen der Profile erfüllt in diesem Sinne eine wichtige Funktion, weil sie es dem Textrezipienten erleichtert, jederzeit schnell Kontaktdaten zu finden. Dabei wird davon ausgegangen, dass verschiedene Informationen, die auf den Profilen zu finden sind, für den Leser überzeugend sein können, und dass letztlich die Summe der werbenden Textteile zur Kontaktaufnahme führen soll. In diesem Sinne wird jede mögliche Textstelle dazu genutzt, an den Leser zu appellieren und ihn zur Kontaktaufnahme zu bewegen. Die Appelle an den Leser, sich mit dem Arzt in Verbindung zu setzen, bestehen vor allem darin, ihn in die Praxis und in die Sprechstunde einzuladen, wobei die Bedeutung des persönlichen Gesprächs und Kontakts betont wird.

In einigen Fällen werden Textrezipienten nicht nur dazu bewegt, sofort die Leistungen des Arztes in Anspruch zu nehmen, sondern sich zuerst mit seiner eigenen Internetseite vertraut zu machen. Um Textrezipienten zur Kontaktaufnahme zu ermuntern, werden verschiedene Konstruktionen angewendet: Fragen, z. B.: *Sie möchten Kontakt zu mir aufnehmen?; Möchten Sie mehr über die verschiedenen Therapien erfahren?; Konditionalsätze, z. B.: Wenn Sie Fragen haben, die Sie im persönlichen Gespräch klären möchten, können Sie mich gerne kontaktieren.; Wenn Sie neben diesem Profil weitere Informationen wünschen, besuchen Sie uns doch einfach im Internet: XXX; Sätze mit konditionalen Präpositionen, z. B.: Bei Fragen zögern Sie bitte nicht, mich zu kontaktieren!; Bei Fragen bin ich gerne persönlich für Sie da.; Imperativsätze, z. B.: Vereinbaren Sie doch einmal einen Termin – mein Team und ich freuen uns auf Sie!*. Mit den unterschiedlichen Formen, den Textrezipienten zum Kontakt mit dem Arzt oder der Arztpraxis einzuladen und anzuregen, wird das Ziel verfolgt, eine Beziehung zwischen dem Arzt und dem möglichen Patienten zu schaffen. Die bereits genannten syntaktischen Konstruktionen sind auch für andere Typen von Texten typisch. Beispielsweise sind die genannten Fragesätze sowohl für Werbebriefe als auch für Stellenangebote charakteristisch. Die erwähnten konditionalen Strukturen, die am häufigsten in Form von *wenn-dann*-Konstruktionen vorkommen, sind ebenfalls für Werbetexte symptomatisch. Im *wenn*-Teilsatz wird dabei eine bestimmte Problematik zum Ausdruck gebracht, während der nachfolgende *dann*-Satzteil eine Lösung für dieses Problem enthält. In den genannten Beispielen ist der häufigste Lösungsvorschlag die Kontaktaufnahme mit dem Arzt und seiner Praxis.

Die Mühe, eine entsprechende Beziehung zwischen dem Arzt und dem Patienten zu bilden, manifestiert sich sprachlich in Versicherungen verschiedener Art, z. B. *Vereinbaren Sie doch einmal einen Termin – mein Team und ich freuen uns auf Sie!; Ich bin gerne für Sie da und berate Sie in meiner Sprechstunde.; Wir sind für Sie da und widmen uns Ihrem orthopädischen Problem mit großer fachärztlicher Hingabe und menschlicher Einfühlungskraft.; Für Fragen stehen wir Ihnen jederzeit unter der XXX zur Verfügung.*

Einen thematischen Bereich, der nicht allzu häufig auf den Profilen vorkommt, der aber einen wichtigen Effekt für den werbenden Charakter der Texte hat, bilden detaillierte Informationen über den beruflichen Werdegang eines Arztes. Im Korpus der Studie befinden sich derartige Informationen im strukturellen Segment des Profils *Über mich/Herzlich willkommen* und *Sonstige Informationen über mich*. Sie werden grundsätzlich auf zweierlei Weise dargestellt. Erstens werden solche Informationen wie in einer traditionellen Bewerbung in tabellarischer Form präsentiert, was den Vorteil hat, dass sich der Rezipient schnell einen Überblick über die wichtigsten beruflichen Stationen im Leben des Arztes verschaffen kann. Zweitens werden die wichtigsten Informationen aus dem Lebenslauf des Arztes in Form eines Textes vorgestellt, in dem seine beruflichen Stärken sowie die relevantesten Punkte in seiner Ausbildung hervorgehoben werden.

Einen thematischen Schlüsselbereich auf den Profilen bilden verschiedenartige Versicherungen über die hohe Qualität erbrachter Dienstleistungen. Wie man den Textfragmenten entnehmen kann, ist die Qualität mit verschiedenen Faktoren verbunden, z. B. mit dem Arzt selbst (mit seiner Erfahrung, langjähriger Praxis im Beruf, absolvierten Schulungen und Weiterbildungskursen usw.), mit der technischen Ausstattung der Praxis, mit dem breiten Spektrum erbrachter Dienstleistungen und der Anwendung moderner Heilmethoden, mit den Räumlichkeiten in der Praxis usw. Sprachlich charakterisiert sich die Kategorie „Qualitätssicherung“ durch den Gebrauch bestimmter Konstruktionen, die die thematisierten Bereiche aufwerten sollen. In diesem Sinne kommen adjektivische Attribute vor, mit denen der Arzt positiv bewertet wird, z. B. *erfahrener Orthopäde*, und andere personenbezogene Bezeichnungen, mit denen die Kompetenz der Ärzte betont wird, z. B. *unsere Knie-Spezialisten, mein Team aus Fachärzten und Fachassistenten*. Die Kompetenz von Ärzten wird auch auf andere Art und Weise zum Ausdruck gebracht, z. B. *In der Praxis für Orthopädie XXX in XXX kümmern wir uns mit großer Fachkompetenz und viel Empathie um Ihre Gesundheit* oder *Wir sind für Sie da und widmen uns Ihrem orthopädischen Problem mit großer fachärztlicher Hingabe und menschlicher Einfühlungskraft*.

In diesen Textpassagen tritt vermehrt das Adjektiv *modern* auf, das in Bezug auf verschiedene Bereiche der ärztlichen Leistungen angewendet wird, z. B. *moderne Räumlichkeiten, modernste ärztliche Unterstützung, modernste Verfahren, modernste Methoden zur Behandlung*. Das Adjektiv *modern* kommt am häufigsten im Superlativ vor und ist somit sehr kräftig in seiner Aussage. In den Beispielen tauchen auch andere adjektivische Attribute auf, die oft die Form von Superlativen annehmen, z. B. *die beste Diagnostik und Therapie, Dank unserer langjährigen Erfahrung sind wir mit den verschiedensten Deformitäten des Fußes vertraut und wissen, worauf es ankommt, das beste Ergebnis für Sie und Ihre Gesundheit, der akribische, ganz genau hinsehende ärztliche Ansatz, diese detaillierte Diagnostik, ausführliches persönliches Gespräch*. Sie verstärken die Aussage der Texte. In den Textfragmenten kann man auch Beispiele für Intensivierer finden, z. B. *extrem ehrgeizig*. Im Falle des Beispiels wird das bereits positiv konnotierte Adjektiv *ehrgeizig*, das auf das Ärzte-Team referiert, durch *extrem* zusätzlich in seiner Bedeutung verstärkt. Auch solche Formulierungen wie *alle technischen Voraussetzungen* in Bezug auf die technische Ausstattung der Praxis wirken sich als aufwertend aus, was vor allem durch den Einsatz des Pronomens *alle* zustande kommt. In den Texten wird nicht nur die Ausstattung der Praxis auf eine positive Art und Weise bewertet, sondern auch die Palette der Leistungen wird hervorgehoben, z. B. *ein umfangreiches Spektrum orthopädischer Diagnostik und Therapie*.

In einigen Textfragmenten kommt das Wort *Qualität* explizit vor, z. B. *ein Höchstmaß an Qualität, Sicherheit und Hygiene*. In diesem Falle wird die Aufmerksamkeit des Textrezipienten auf das Wort *Höchstmaß* fokussiert, das ein Maximum von etwas bedeutet. Die Kombination dieses Wortes

mit *Qualität, Sicherheit* und *Hygiene* sollte den Textrezipienten davon überzeugen, dass das Streben nach einem hohen Grad der Qualität eine Besonderheit des Arztes / der Arztpraxis ist.

Die letzte hier zu besprechende thematische Kategorie auf den Profilen bilden Aussagen zum medizinischen Konzept, das von dem Arzt oder der Arztpraxis verfolgt wird. Auch dieses Thema wird an verschiedenen Stellen der Profile behandelt. Im Korpus ist es in den folgenden Segmenten des Profils nachgewiesen, z. B. *Über mich/Herzlich willkommen, Mein weiteres Leistungsspektrum, Warum zu mir?, Meine Praxis und mein Team und Sonstige Informationen über mich*. In diesen Textfragmenten findet man Ausführungen darüber, wie der Patient behandelt und betrachtet wird. Es handelt sich also erstens um den Einsatz von Heilmethoden, z. B.

Wir bieten Ihnen neben den herkömmlichen therapeutischen Heilverfahren auch Stoßwellentherapie, Magnetfeldtherapie, Hyaluronsäuretherapie, Kinesio-Tape, als auch Akupunktur und alternative Heilmethoden an, die der tibetanischen Medizin ähneln.

Zweitens handelt es sich um die Beschreibung der Einstellung des Arztes dem Patienten gegenüber sowie ihrer Relation im Laufe der Therapie. Viele Textpassagen, in denen dieses Thema behandelt wird, nehmen Bezug auf Emotionen, was sich sprachlich auf verschiedene Art und Weise manifestiert, z. B. mit emotionsbezeichnenden Lexemen, darunter Substantiven, z. B.

In der Praxis für Orthopädie XXX in Berlin-Köpenick kümmern wir uns mit großer Fachkompetenz und viel Empathie um Ihre Gesundheit; Verben, z. B. Mich interessieren nicht nur Ihre Beschwerden, sondern auch wer Sie sind, wie Sie leben und was Sie brauchen, mit anderen sprachlichen Mitteln, die zwar keine Emotionen benennen, die aber bestimmte Emotionen beim Rezipienten hervorrufen oder konnotieren, z. B. Wir legen großen Wert auf eine harmonische Atmosphäre und ein menschliches Miteinander.

In den Texten werden verschiedene Handlungen von Ärzten genannt, wobei stets verdeutlicht wird, dass sie mit Blick auf das Wohl des Patienten ausgeführt werden, z. B. *Ich verbinde Schulmedizin mit natürlichen Heilverfahren, um das beste Ergebnis für Sie und Ihre Gesundheit zu erzielen*. In diesem Sinne wird in den Texten verschiedenartig zum Ausdruck gebracht, dass der Mensch – Patient – im Zentrum der Behandlung steht, z. B. *Dabei stehen Sie als Mensch im Mittelpunkt; So verschaffe ich mir ein genaues Bild davon, was Ihnen fehlt und welche Bedürfnisse Sie haben; Jeder Patient ist individuell und einzigartig*. Es ist wichtig zu betonen, dass sich in den meisten Textpassagen der Textproduzent – der Arzt – mithilfe der *Sie*-Anrede an den Patienten wendet, z. B. *Ich verbinde Schulmedizin mit natürlichen Heilverfahren, um das beste Ergebnis für Sie und Ihre Gesundheit zu erzielen*, was wiederum dazu beiträgt, bereits beim ersten Besuch des Profils eine freundliche und zugleich respektvolle Atmosphäre zu schaffen. Auf einem Profil wird versucht, von den usuellen Regeln der Gestaltung der Ausführungen zum medizinischen Konzept abzuweichen, z. B.

Ich behandle präzise und kunstfertig wie bei der Jonglage, führe meine Patienten intuitiv und sanft wie beim Tangotanz und versuche durch authentische Kommunikation mit meinem Gegenüber einen neuen Blickwinkel auf Dinge zu erreichen – wie in der Magie.

Ein Arzt vergleicht in diesem Sinne sein medizinisches Konzept mit Tanz- und Sportarten sowie seine Art der Kommunikation sogar mit Magie. Die Kreativität der Präsentation zieht die Aufmerksamkeit des Rezipienten auf sich und kann sich überzeugend auswirken. Es muss allerdings betont werden, dass eine solche Gestaltung der Texte nicht jeden Rezipienten anspricht.

6. Schlussfolgerungen

Die Analyse verfolgt das Ziel, bestimmte Aspekte der Selbstdarstellung von Ärzten auf Arztbewertungsportalen zu besprechen. Arztbewertungsportale bilden eine der Kommunikationsmöglichkeiten, die Ärzte in Anspruch nehmen können, um im Internet präsent zu sein. Diese Möglichkeit scheint immer häufiger von Ärzten benutzt zu werden. Es muss in diesem Kontext darauf hingewie-

sen werden, dass Ärzte nur in einem begrenzten Umfang für ihre Leistungen werben dürfen, was rechtlich geregelt wird (vgl. Lacher 2012:2). Die Kommunikation über ärztliche Leistungen sollte sich vor allem auf sachliche Informationen stützen. Die Analyse zeigt, dass die auf den Portalen vermittelten Informationen in einem hohen Ausmaß die Erwartungen des Patienten in Bezug auf einen Arztbesuch und eine ärztliche Behandlung antizipativ widerspiegeln (vgl. Massud 2019:112). In verschiedenen Teilen der Profile wird versucht, den ersten Kontakt mit dem Patienten aufzunehmen, wobei versichert wird, dass das Verhältnis zwischen Arzt und Patient durch Vertrauen, Respekt und Freundlichkeit gekennzeichnet ist. Das manifestiert sich durch eine respektvolle, höfliche, aber auch freundliche Anrede des Patienten an vielen Stellen in den Texten. Außerdem wird versucht, ein positives Bild des Arztes oder der Arztpraxis zu erzeugen, indem man Argumente für eine hohe Qualität der Leistungen und der Betreuung anführt. Sprachlich findet das in den Texten seinen Niederschlag vor allem dadurch, dass die Fachlichkeit und die Kompetenz des Arztes mit bestimmten attribuierten Personenbezeichnungen hervorgehoben wird sowie die technische Ausstattung der Praxis ausdrücklich betont wird.

Zusammenfassend lässt sich außerdem feststellen, dass die sprachliche Ausgestaltung der Texte zur Selbstpräsentation von Ärzten an vielen Stellen anderen Texten ähnelt. In diesem Sinne ist die Art der Anrede für inoffizielle Briefe typisch, die Darstellung des beruflichen Werdegangs von Ärzten ist der in Bewerbungen ähnlich, Fragesätze in Bezug auf Erwartungen und Bedürfnisse des Patienten scheinen für Stellenangebote typisch zu sein und Konditionalsätze, fachsprachliche Lexik sowie verschiedene Mittel der Übertreibung sind für Werbetexte charakteristisch. In diesem Sinne kann konstatiert werden, dass Texte zur Autopräsentation bezüglich ihrer sprachlichen Gestaltung aus vielen anderen Texten schöpfen.

Literaturverzeichnis

Sekundärliteratur:

- FRÄDRICH, Andreas (2011): Arztbewertungsportale: Bewertungskultur muss sich noch entwickeln. In: *Deutsches Ärzteblatt*, 8/108, S. 12.
- KOFAHL, Christopher / HORAK, Ingo (2010): Arztbewertungsportale. Neue Wege im Gesundheitswesen bei Information, Bewertung und Suche im Internet. In: KOCH, Christoph (Hrsg.): *Achtung: Patient online! Wie Internet, soziale Netzwerke und kommunikativer Strukturwandel den Gesundheitssektor transformieren*. Wiesbaden, S. 105–126.
- KRÜGER-BRAND, Heike (2013): Arztbewertungsportale: Bedeutung wächst. In: *Deutsches Ärzteblatt*, 39/110, S. 1.
- LACHER, Janet (2012): *Rechtliche Grenzen der Kommunikation über ärztliche Leistungen*. Hamburg.
- LASCHET, Helmut (2014): Bewertungsportale: Ärzte stehen nicht am Pranger. In: *Ärzte Zeitung*, 116, S. 1.
- LÜGER, Heinz-Helmut (2013): Gratwandern zwischen Information und Provokation: Journalistisches Porträtieren. In: *Studia Germanica Gedanensia* 29, S. 23–37.
- MASSUD, Abdel-Hafiez (2019): *Argumentationspraktiken im Vergleich*. Landau.
- PEŃDZISZ, Joanna (2017): *Profil des Online-Diskurses in Blog-Interaktionen an der Schnittstelle zwischen theoretischem Konzept und empirischem Modell*. [Lubliner Beiträge zur Germanistik und Angewandten Linguistik 6]. Frankfurt am Main u. a.
- RUNKEHL, Jens (2012): Vom Web 1.0 zum Web 2. 0. In: SIEVER, Torsten/SCHLOBINSKI, Peter (Hrsg.): *Entwicklungen im Web 2. 0. Ergebnis des III. Workshops zur linguistischen Internetforschung*. Frankfurt am Main, S. 9–24.
- SANDER, Thomas (2017): Erfolge sprechen sich herum – Maßnahmen zur Patientengewinnung. In: SANDER, Thomas (Hrsg.): *Meine Zahnarztpraxis – Marketing*. Berlin; Heidelberg, S. 77–101.
- SCHWARZ, Sabine / SCHAEFER, Corinna / OLLENSCHLÄGER, Günter (2011): Arztbewertungsportale im Internet: Nachholbedarf beim Umgang mit Ärzten. In: *Deutsches Ärzteblatt*, 5/108, S. 210.

- WALLENFELS, Matthias (2014): Arztsuche: Bewertungsportale sind bei Patienten beliebt. In: *Ärzte Zeitung*, 126D, S. 8.
- WALSH, Gianfranco / KILIAN, Thomas / HASS, Berthold H. (2011): Grundlagen des Web 2. 0. In: WALSH, Gianfranco / HASS, Berthold H. / KILIAN, Thomas (Hrsg.): *Web 2. 0. Neue Perspektiven für Marketing und Medien*. Heidelberg, S. 3–20.

Internetquellen:

- URL 1: <http://www.zeit.de/2016/12/bewertungsportale-jameda-aerzte-bewertung-vergleich> [15.3.2018].
- URL 2: <https://www.jameda.de/> [29.7.2018].
- URL 3: <https://www.znanylekarz.pl/> [29.7.2018].
- URL 4: <https://www.jameda.de/jameda/> [29.7.2018].
- URL 5: <https://www.znanylekarz.pl/o-nas> [15.3.2018].
- URL 6: <https://www.jameda.de/fachkreise/> [25.10.2019].

ACTA FACULTATIS PHILOSOPHICAE
UNIVERSITATIS OSTRAVIENSIS

STUDIA GERMANISTICA

Nr. 25/2019

Vydala Ostravská univerzita
Dvořákova 7, 701 03 Ostrava

Adresa redakce/

Adresse der Redaktion: Katedra germanistiky
Filozofická fakulta
Ostravská univerzita
Reální 3
701 03 Ostrava
Česká republika
e-mail: lenka.vankova@osu.cz

Příspěvky/Beiträge: studiagermanistica@osu.cz

Objednávka/Bestellung: Univerzitní knihkupectví OU
Ostravská univerzita
Mlýnská 5
701 03 Ostrava
Česká republika
e-mail: univerzitni.knihkupectvi@osu.cz

Informace o předplatném časopisu jsou dostupné na adrese/
Informationen zum Abonnement sind unter studiagermanistica.osu.eu zu finden.

Pokyny pro autory/

Hinweise für Beitragende: studiagermanistica.osu.eu/instructions-for-authors/

Technická redakce/

Technische Redaktion: Mgr. Martin Mostýn, Ph.D.
MgA. Helena Hankeová

Obálka/Umschlag: Mgr. Tomáš Ruckí

Počet stran/Seitenzahl: 92

Tisk/Druck: H.R.G. spol. s r.o., Svitavská 1203, 570 01 Litomyšl

Místo vydání/Ort: Ostrava

Informace o nabídce titulů vydaných Ostravskou univerzitou: knihkupectvi.osu.cz

Reg. č. MK ČR E 18718
ISSN 1803-408X (print)
ISSN 2571-8273 (online)