

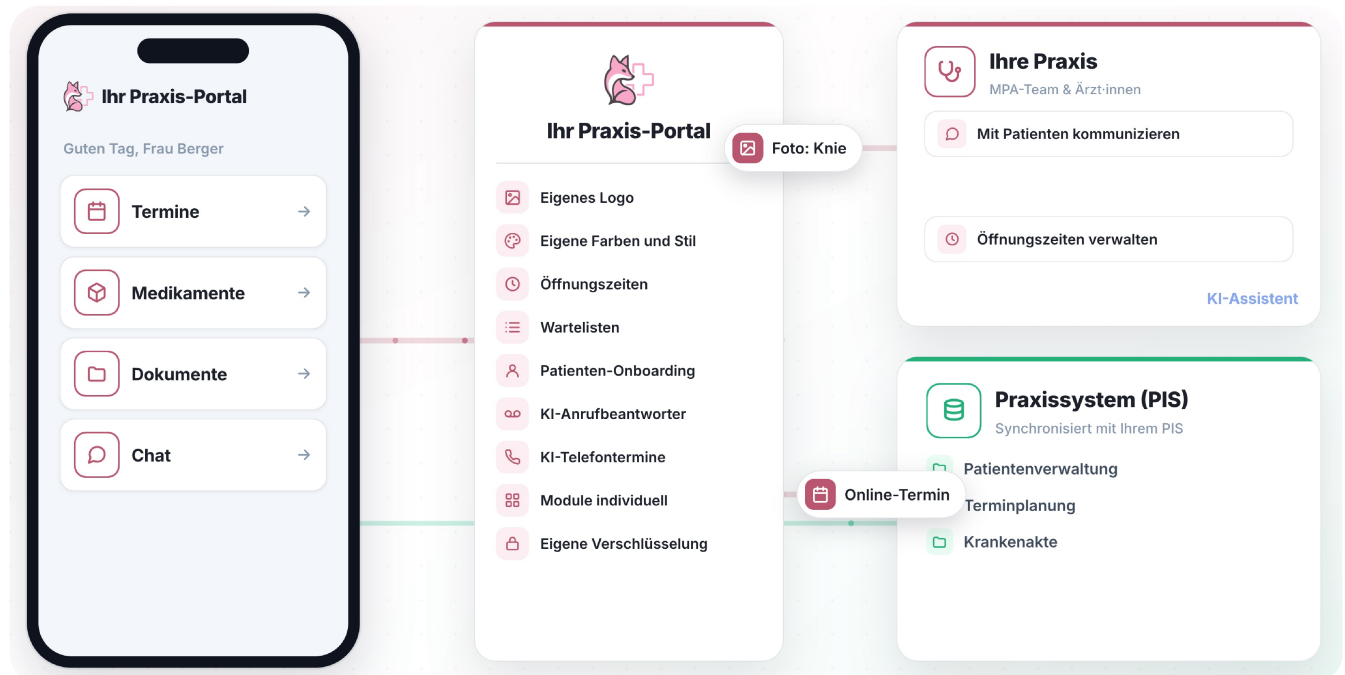
Wie wirksam sind Onlinekanäle?

Eine Studie bei einem Schweizer Hausarzt · Praxis-Baar, Dr. Danijela Strametz · Einzelpraxis Baar (ZG) · Erhebungszeitraum 2025 · Plattform: element36 AG

ZUSAMMENFASSUNG

Online-Medikamentenbestellungen werden intensiv genutzt (43,5 % online); Online-Termine bleiben mit rund 12 Buchungen pro Woche (8,2 %) hinter den Erwartungen. 2025 wurden so etwa 200 Stunden Bearbeitungszeit gespart – bei höherer Bearbeitungs- und Dokumentationsqualität. Für 2026 wurde ein Strategie- und Systemwechsel eingeleitet, um die Online-Nutzung für Patienten zu erleichtern. Das Papier dient als Entscheidungsgrundlage für die weitere Online-Strategie der Praxis.

SO SIEHT ES IM PATIENTEN-PORTAL BEIM HAUSARZT AUS



Live-Demo: praxis-baar.docfox.ch — Medikamentenbestellung und Online-Terminbuchung im Patientenportal.

METHODIK & DATENBASIS

Telefonie

Export der Telefonanlage, 01.01.–25.11.2025, Auswertung in Excel.

Bestellungen

Galexis und Bestelltool Hausarzt.Shopping, 01.01.–31.12.2025.

Termine

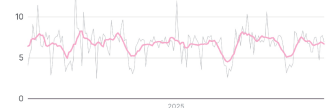
Axenita bzw. Onedoc, 01.01.–31.12.2025; Online-Buchungen.

Praxis-Kontext: 6'500 Konsultationen (2025), 3 MPA (180 Stellen-%), 2 Telefonleitungen, Ordinationszeit 41,5 h/Woche, Web-Auftritt mit iOS- und Android-App.

HAUPTERGEBNISSE

Online-Medikamentenbestellungen	43,5 %	1'925 von 4'426
Online-Terminbuchungen OneDoc	8,2 %	rund 12 / Woche
Online-Terminbuchungen mit neuem DocFox-Portal	12,3 %	rund 18 / Woche
Telefonanrufe pro Tag	250	Spitzen über 1'000
Gesparte Bearbeitungszeit	202 h	≈ 10'120 CHF

WIE OFT MUSS EIN PATIENT ANRUFEN, UM DURCHZUKOMMEN?



TELEFONSTUNDEN PRO TAG



Warum ein eigenes Patientenportal jetzt zählt.

Die Bedürfnisse der Patienten werden zunehmend digital. Diesem Trend kann nur begegnet werden, wenn Hausärzte selbst eine valide digitale Alternative anbieten – sonst wandert die Auftragsentstehung zu Plattformen Dritter ab.

STRATEGISCHER KONTEXT — DRUCK AUF DIE PRAXISAPOTHEKE

E-REZEPT

Entkopplung von Diagnose und Abgabe

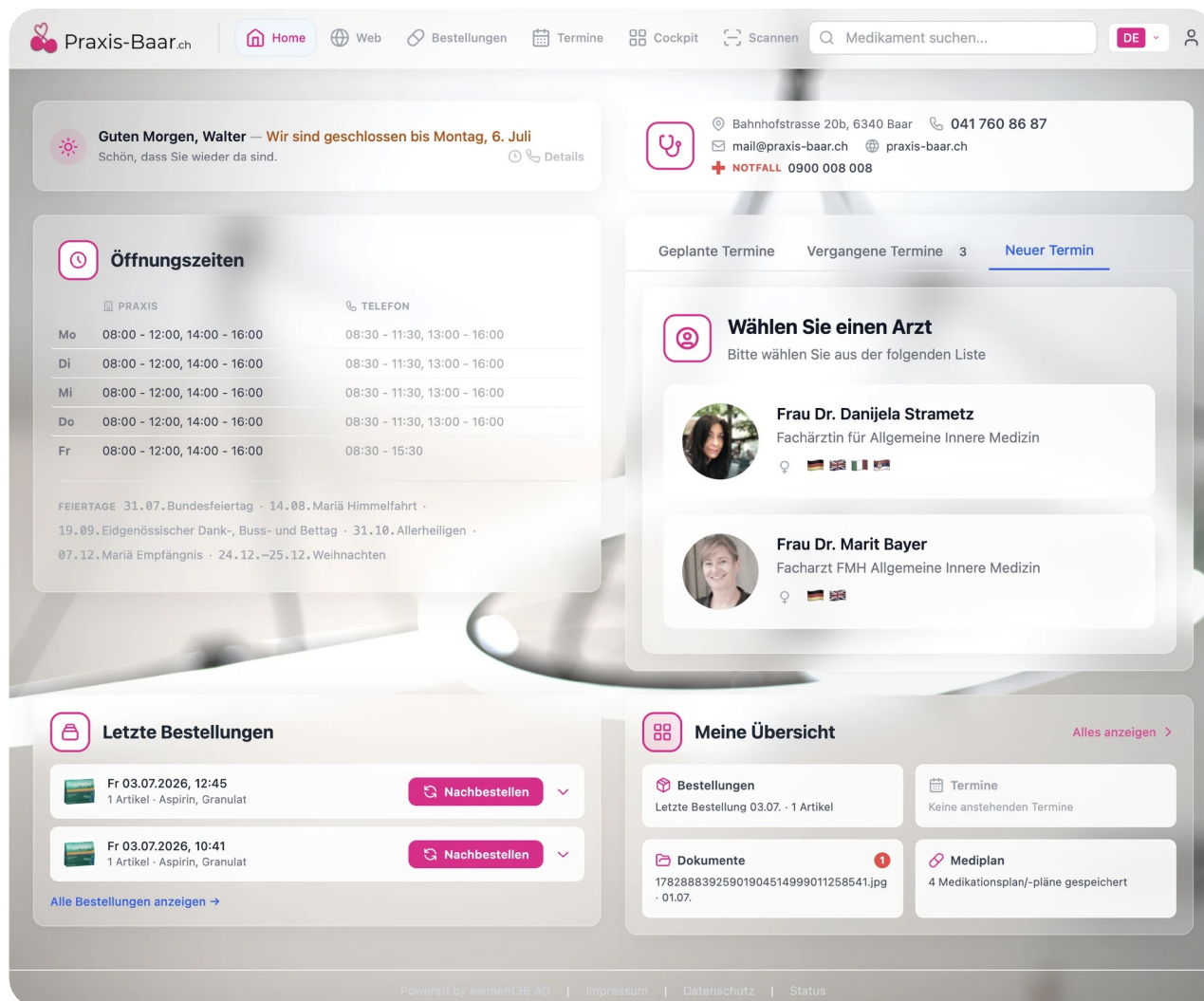
Folgerezepte lassen sich digital an Versandapotheken leiten. Risiko: Verlust der Standortbindung und des Dauergeschäfts mit chronisch Kranken.

VISANA WELL & CO.

Drittplattformen gefährden Direktabgabe

Apps (DocMorris, Galenica/Amavita/Sun Store) leiten Patienten aktiv weiter. Der selbstdispensierende Arzt droht zum reinen Datenlieferanten zu werden.

DAS PORTAL DER PRAXIS BAAR - PORTAL IST INDIVIDUELL ANPASSBAR



The screenshot shows a user-friendly patient portal for 'Praxis-Baar.ch'. The interface includes a navigation bar with links for Home, Web, Bestellungen, Termine, Cockpit, and Scannen. A search bar for 'Medikament suchen...' is also present. The main content area is divided into several sections:

- Guten Morgen, Walter**: A personalized greeting with a note about the clinic being closed on Monday, 6th July.
- Öffnungszeiten**: A table showing the clinic's hours for Monday through Friday, with a separate section for public holidays.
- Wählen Sie einen Arzt**: A section for selecting a doctor, featuring profiles for Frau Dr. Danijela Strametz and Frau Dr. Marit Bayer, both specializing in General Internal Medicine.
- Letzte Bestellungen**: A section showing the user's most recent orders, including Aspirin granules, with options to reorder.
- Meine Übersicht**: A dashboard overview showing the user's last order, upcoming appointments, documents, and medication plans.

The footer of the portal indicates it is powered by element36 AG and provides links to the Impressum, Datenschutz, and Status pages.

Portal-Entwurf: Medikamente, Termine und Dokumente unter der Marke der Praxis – Schweizer Hosting, DSGVO-konform.

KONKLUSIO der Studien in der Praxis-Baar



Onlinekanäle sind hochwirksam, sofern sie zentralisiert und aktiv beworben werden – das einzige Mittel, um den Telefon-Andrang nachhaltig zu brechen. Eine Online-Quote von 50 % in beiden Bereichen würde die Praxis um rund 450 Arbeitsstunden (etwa 22'700 CHF) pro Jahr entlasten.

Laden Sie die vollständige Studie mit diesem QR Code.