



Urteil: Patienten dürfen Zahnärzte nach Schwerpunkten auswählen

Arzt-Auskunft ist auch für Zahnärzte zulässig

Auch Zahnärzte dürfen in der Arzt-Auskunft der Stiftung Gesundheit ihre Therapieschwerpunkte bekanntgeben – die Daten, die gerade nicht in Branchen-Telefonbüchern stehen dürfen. Das hat jetzt das Landgericht Düsseldorf entschieden (AZ 38 0 90/00). Geklagt hatte die Zahnärztekammer Nordrhein.

Richter sprechen Klartext

Bei der Nennung von Therapieschwerpunkten in der Arzt-Auskunft der gemeinnützigen Stiftung Gesundheit handelt es sich, so die Richter, „um interessengerechte und sachangemessene Information“ – und damit eindeutig nicht um berufswidrige Werbung. Mehr noch: „Solche Schwerpunkte zu erfahren liegt im Interesse der Patienten.“ Und weiter: „Es ist deshalb für alle Beteiligten sach- und interessengerecht, Behandlungsschwerpunkte frühzeitig zu erkennen zu geben. Es ist auszuschließen, dass hiermit auch nur theoretisch

eine Beeinträchtigung der Volksgesundheit verbunden sein könnte.“

Arzt-Auskunft generell zulässig

Bereits 1998 hat das Landgericht Kiel entschieden, dass die Arzt-Auskunft samt Nennung der ärztlichen Schwerpunkte zulässig ist. Das OLG Schleswig bestätigte dieses Urteil letztinstanzlich.



Wegweisend ist auch die Feststellung der Düsseldorfer Richter im jüngsten Urteil:

„Über die grundsätzliche Zulässigkeit der Aufnahme in das Internet-Zahnärzteverzeichnis der Stiftung Gesundheit sind sich die Parteien einig.“

Kommerzieller Anbieter verstößt gegen Werbeverbot

Dagegen verstößt ein kommerzieller Münchner Informationsdienst gegen das Werbeverbot, entschied zuvor rechtskräftig das OLG München (AZ 29 U 2435/99).



Dr. Peter Müller
Sprecher der Stiftung Gesundheit

Die Selektion hat begonnen

Als die Arzt-Auskunft 1997 an den Start ging, bot sie als einzige die kostenlose Suche nach Ärzten, Zahnärzten und Kliniken anhand von Therapieschwerpunkten - für jedermann über eine kostenlose Rufnummer erreichbar. Bereits kurz darauf war sie im Internet rund um die Uhr zugänglich. Der Service der Stiftung besteht in dieser Form noch heute und ist nach wie vor einzigartig.

Im Jahr darauf folgte schon bald die zweite Generation der Suchdienste: ein paar studentisch anmutende Jungunternehmer, die mit sündhaft teuren 0190er-Rufnummern eine schnelle Mark machen wollten. Fast alle von ihnen gingen ebenso schnell wieder ein (Stiftungsbrief 1/2000).

Das Jahr 2000 stand dann im Zeichen der Gesundheits-Portale im Internet. Und noch im gleichen Jahr trennte sich auch hier die Spreu vom Weizen: Grobschlüchtig gestaltete und auf schnellen Profit ausgerichtete Angebote verkümmerten. Als Marktführer dagegen kristallisierten sich schnell diejenigen heraus, die konsequent auf Qualität und Patientenorientierung setzen. Ganz so wie in der Medizin übrigens.

In dieser Ausgabe:

- **Gesundheitsdienste im Internet: Es boomt und bröckelt**
Anbieter gibt es viele - doch die Selektion hat längst begonnen
- **Neue Workshop-Reihe: Vorträge vor Patienten**
Teil 1 in dieser Ausgabe: Zieldefinition - Wen will ich erreichen?
- **Praxis-Tipp: Kein Stress mit der Routine**
So organisieren Sie tägliche Arbeiten in Ihrer Praxis

Gesundheitsdienste im Internet: Es boomt und bröckelt

Gesundheitsangebote im Internet sprießen wie Pilze aus dem Boden: Kaum eine Woche vergeht, in der nicht ein neues Angebot die Pforten öffnet. Die Lebensdauer mancher Dienste ist allerdings recht kurz – erst recht, wenn auch noch Lügen kurze Beine machen: So bekam ein ganz innovativer Newcomer eine Abmahnung ins Haus, weil er versucht hatte, mit dem Slogan der Stiftung Gesundheit Nutzer auf seine Seiten zu locken. Der Slogan dort ist mittlerweile ein anderer, der Service damit nicht besser: Zwar stünden dahinter allesamt Mediziner; damit ließe sich auf qualifizierte Inhalte hoffen. Design und Didaktik der Darbietung indes kommen eindeutig zu kurz – aber man würde ja auch keine Blinddarmpoperation von einem Web-Designer, Journalisten oder Internet-Spezialisten ausführen lassen.

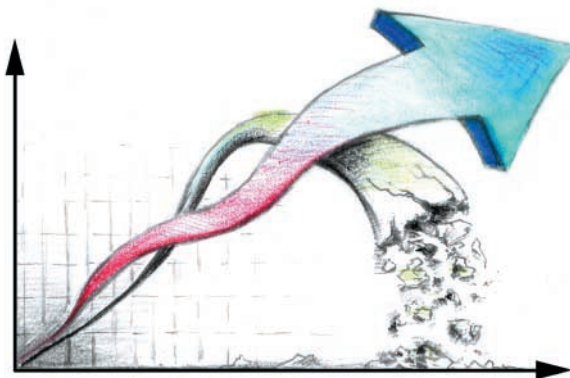
Gütesiegel und PR

Erst kürzlich ist es so geschehen: Die PR-Abteilung eines Anbieters verbreitete selbst die Botschaft von der „unabhängigen Studie im Auftrag des Unternehmens“. Die peinliche Panne zeigt: Jubel und Auszeichnungen lassen sich selbstverständlich einkaufen; eine ganze Branche lebt schließlich von solchen Dienstleistungen. Zum Glück geht es auch anders: NetDoktor

beispielsweise steht auch bei unabhängigen Tests wie dem der Fachzeitschrift w&v (Werben & Verkaufen) ganz oben auf der Liste der Anbieter.

Spreu vom Weizen getrennt

Die Liste der Gesundheitsdienste, die vom Markt schon wieder verschwunden sind, ist lang: „Ars medicina“ kennt fast niemand mehr, ebenso wie



einen handgemachten „Ärztelusuchdienst“ mit Sitz in Berlin. Auch „Topmedic“ hat einen deutlichen Schuss vor den Bug erhalten: Der Service mit Arztadressen wurde per Gerichtsurteil als unzulässig erklärt; die Firma schloss ihre Pforten. Die Adressen der Ärzte, heißt es in gut unterrichteten Kreisen, wurden übrigens ohne Wissen oder gar Zustimmung der Ärzte weiterverkauft.

Bauchlandung trotz Finanzkraft

Aber auch finanzstarke Unternehmen konnten sich nicht halten: So trat bei-

spielsweise „Comed e.V.“ mit 12 Millionen Mark an, der „ADAC im Gesundheitswesen“ zu werden. 6 Millionen flossen in eine Werbekampagne, der Rest wurde mit weniger Lärm aufgebraucht; der einstige Riese erlebte das Jahr 2001 nicht. Ähnlich ergeht es dem Anbieter „My Media“, der parallel zum Internetangebot die in den Medien allseits gelobte Publikumszeitschrift „My“ herausgab. Doch deren Marktpräsenz währte nur rund zwei Monate; ein drittes Heft erschien nicht mehr. Hart trifft dies nicht zuletzt den Geldgeber, die Apotheker- und Ärztekasse, die ihr Risiko-Investment von vielen Millionen Mark wohl abschreiben musste.

Mit Bedacht ausgewählt

Mit neuem Design und vor allem aufwendiger Such-Technologie zeigt die Arzt-Auskunft weiterhin ihre Vitalität. Denn nach wie vor ist es die Stiftung Gesundheit, die dank rechtskräftigem Urteil die Arzt-Auskunft betreiben darf und somit das zentrale Element eines erfolgreichen Gesundheitsportals liefern kann. Stiftungssprecher Dr. Peter Müller: „Lizenzgespräche mit Online-Portalen und anderen Anbietern im Internet führen wir gern, aber stets mit Bedacht. Denn der Rahmen, in dem die Arzt-Auskunft bei Dritten dargeboten wird, muss qualifiziert und seriös sein.“

ArztMail – kostenlos und werbefrei

Stellen Sie sich vor, Sie versenden als Arzt eine eMail und – sagen wir – ein Beerdigungsinstitut hängt von Ihnen unbemerkt eine Werbung an Ihren Text. Schlechter Scherz, denken Sie? An eMails angehängte Werbung ist bei den meisten kostenlosen Internetanbietern üblich. Und der Absender kann noch nicht einmal

überprüfen, welche Inhalte da an den Empfänger mitgeschickt werden.



Anders bei ArztMail: Die kostenlose eMail-Adresse, die sich Mediziner unter www.ArztMail.de einrichten können, verzichtet auf Werbung im

Anhang Ihrer Nachricht. Ihr Text kommt also beim Empfänger so an, wie Sie ihn tatsächlich verfasst haben.

Ihre ArztMail-Adresse können Sie im Internet unter www.ArztMail.de einrichten: Geben Sie einfach bei unter „Anmeldung“ Ihre Wunschadresse ein. Ist sie noch frei, gelangen Sie automatisch zur Anmeldung.

Workshop: Vorträge vor Patienten

Teil 1: Zieldefinition – Wen will ich erreichen?

Die Möglichkeiten, sich als Arzt in der Öffentlichkeit zu präsentieren, sind begrenzt, denn das ärztliche Berufsrecht untersagt Ärzten die standeswidrige Werbung und damit reklamehafte Anpreisung.

Eine reizvolle Möglichkeit, sich dennoch ins Licht der Öffentlichkeit zu rücken, sind Vorträge vor Laienpublikum: Sie bieten die Gelegenheit, potentielle Patienten zu erreichen, ohne dabei mit dem Berufsrecht in Konflikt zu geraten. Wie Sie Ihren eigenen Vortrag erfolgreich planen und durchführen, zeigen wir Ihnen in unserem mehrteiligen Workshop.

Wen will ich erreichen?

Wer einen Vortrag halten möchte, sollte sich zuallererst Gedanken darüber machen, wen er überhaupt ansprechen möchte. Auf den ersten Blick mag es vielleicht erstrebenswert erscheinen, so viele Menschen wie möglich ins Publikum zu locken, doch der Arbeits- und Zeitaufwand für einen Vortrag lohnt sich nicht, wenn nur ein oder zwei der Anwesenden wirklich interessant für Sie sind. Begrenzt man dagegen die Zielgruppe zu stark, riskiert man, vor leeren Stuhlreihen zu referieren.

Das richtige Thema

Will man Zuhörer gewinnen, gehört dazu ein Thema, das das Interesse der Zielgruppe weckt. Ideen hierzu ergeben sich oft schon aus dem Feedback von Patienten: Sie werden besonders häufig nach Therapien gegen Migräne gefragt? Das ist schon ein guter Anhaltspunkt dafür, dass das Thema auf breites Interesse stoßen könnte.

Eine gute Quelle für Ideen sind auch Publikumszeitschriften: Sie lie-

fern schon beim Durchblättern eine Fülle von Themen, die gerade aktuell sind – sicher auch einige aus Ihrem Fachgebiet. Ein solches Thema können Sie natürlich als „Aufhänger“ für Ihren Vortrag verwenden und die Thematik qualifiziert aufbereiten.


Die Öffentlichkeit informieren

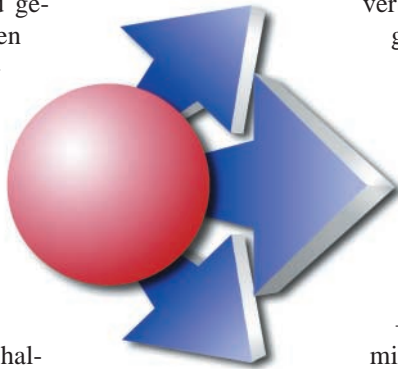
Wenn Zielgruppe und Thema feststehen, können Sie planen, wie Sie die Einladung zu Ihrem Vortrag verbreiten wollen. Gut geeignet sind da vor allem lokale und regionale Medien: Zeitungen oder Hörfunksender aus der Umgebung sind häufig gern bereit, Vorträge anzukündigen – manchmal sogar mit einem Interview.

Wichtig ist allerdings nicht nur, dass die Einladung zu Ihrem Vortrag über die Medien verbreitet wird, sondern auch wo: Wenn Sie beispielsweise ältere Menschen ansprechen möchten, nützt Ihnen ein Bericht im Jugendteil der Zeitung wenig. Sprechen Sie daher gezielt Redaktionen und Ressorts an, die für Ihre Zielgruppe interessant sind. Die zuständigen Mitarbeiter finden Sie im Impressum der Zeitung.

Auch über die Medien hinaus lassen sich Zuhörer finden: So können Sie auch mit Handzetteln zu Ihrem Vortrag einladen – beispielsweise bei Apotheken, Krankenkassen und natürlich in der eigenen Praxis.

Überlegen Sie also zunächst, wen genau Sie mit Ihrem Vortrag ansprechen möchten. Anschließend fällt es viel leichter, die richtigen Zuhörer für Ihre Veranstaltung zu gewinnen.

 **In der nächsten Folge:**
Gut geplant und Zeit gespart – so organisieren Sie Ihren Vortrag



Arzt-Auskunft: Neues Design und komfortablere Suche



Bewährte Qualität mit neuem Design – so präsentiert sich die Arzt-Auskunft seit dem Jahreswechsel im Internet. Doch nicht nur optisch hat sich einiges getan: Auch die Such-Technologie ist komfortabler geworden. Ab sofort stehen Ihnen mehrere Möglichkeiten offen: So können Sie beispielsweise eine Themen-Rubrik oder eine Facharztbezeichnung vorgeben und sich nur die passenden Schwerpunkte anzeigen lassen – kompakt und übersichtlich. Selbstverständlich steht Ihnen nach wie vor auch die vollständige Liste mit allen Therapie-schwerpunkten zur Verfügung. Die Adresse der Arzt-Auskunft lautet www.arzt-auskunft.de.

Jetzt auch im Internet: Die Stiftung Gesundheit

Seit Dezember 2000 ist auch die Stiftung Gesundheit selbst im Internet vertreten: Unter der Adresse www.stiftung-gesundheit.de finden Sie zahlreiche Informationen über die Aufgaben und Tätigkeitsfelder der Stiftung.

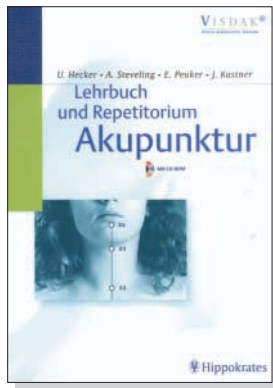


Auf den Punkt gekommen Lehrbuch und Repetitorium Akupunktur

Umfassendes Lehrbuch, kompaktes Repetitorium und CD-ROM – in dieser beeindruckenden Kombination präsentiert sich das jüngst erschienene „Lehrbuch und Repetitorium Akupunktur“. Das Werk von vier Ärzten setzt neue Maßstäbe: Neben umfangreichem Basiswissen und einer eindrucksvoll illustrierten Systematik finden sich hier auch Informationen, die andere Werke nicht bieten: So ist beispielsweise ein umfassendes Kapitel mit den neuesten Erkenntnissen zu Nebenwirkungen und Kontraindikationen der Akupunktur enthalten.

Ein Repetitorium stellt die wichtigsten Fakten noch einmal über-

sichtlich dar - eine praktische Orientierungshilfe nicht nur für Anfänger. Ein klarer Pluspunkt ist auch die beiliegende CD-ROM, die die wichtigsten Akupunkturpunkte benutzerfreundlich auch auf dem PC darstellt.



Das Anliegen der Autoren, so heißt es im Vorwort, ist „die Schaffung von Qualitätsstandards in der Akupunktur“. Mit dem vorliegenden Werk ist ihnen der erste große Schritt in diese Richtung in beeindruckender Weise gelungen.

U. Hecker, A. Steveling, E. Peuker, J. Kastner: *Lehrbuch und Repetitorium Akupunktur*. Hippokrates-Verlag, 2001. ISBN 3-7773-1405-6. Für 169,00 Mark im Buchhandel erhältlich.

Publizistik-Preis der Stiftung Gesundheit

Jedes Jahr würdigt die Stiftung Gesundheit hervorragende Veröffentlichungen zum Thema Gesundheit und Medizin mit ihrem Publizistik-Preis. In diesem Jahr erreichte die Zahl der eingegangenen Bewerbungen einen neuen Höchststand: 86 Autoren, Journalisten und Publizisten reichten ihre Arbeiten ein. Der Publizistik-Preis und der Sonderpreis Patientenrecht werden im Frühjahr verliehen. Zusammen sind die beiden Preise mit 5000 Mark dotiert.

Im vergangenen Jahr erhielt der Arzt und Buch-Autor Dr. Werner Bartens den Publizistik-Preis 2000 für sein Werk „Die Tyrannei der Gene“. Der Sonderpreis Patientenrecht ging an Zeit-Autor Martin Spiewak für seinen Artikel „Teure Patienten unerwünscht“.

Praxistipp: Kein Stress mit der Routine

Tägliche Arbeiten: Pannen vermeiden und gleichzeitig Zeit sparen

Routinearbeiten sind lästig – das steht außer Frage. Und gerade weil sie eigentlich niemand so recht ausführen mag, kommt es schnell einmal zu ärgerlichen Pannen: Vielleicht wundern Sie sich, warum niemand in der Praxis anruft - nur um dann festzustellen, dass der Anrufbeantworter noch angeschaltet ist und Ihren Patienten seit Stunden mitteilt: „Sie rufen leider außerhalb der Sprechzeiten an.“ Oder Sie bemerken zufällig, dass die eilige Korrespondenz von vorgestern immer noch im Postausgang liegt.

Was ist zu tun – und wann?

Zunächst einmal heißt es Übersicht gewinnen: Erstellen Sie Checklisten mit allen Routineaufgaben, die regelmäßig erledigt werden müssen. So erinnert die Checkliste für den morgendlichen Rundgang beispielsweise daran, die Praxisräume zu lüften, den

Anrufbeantworter auszuschalten und das Patienten-WC mit frischen Handtüchern auszustatten. Abends sind dann die Fenster zu schließen, der Papiervorrat des Faxgerätes aufzufüllen und natürlich die Post mitzunehmen.



Theresia Wölker
ist Kolumnistin der
Ärzte Zeitung

Tägliche Aufgaben, die auch während der Sprechzeiten erledigt werden können, gehören auf eine separate Checkliste. Geben Sie Ihren Mitarbeitern ruhig den Freiraum, selbst zu entscheiden, wann sie diese Arbeiten am besten und effektivsten erledigen können. Das spart Zeit, und dennoch gerät nichts in Vergessenheit: Ein

Blick auf die Checkliste genügt ja, um zu sehen, was noch ansteht.

Wer ist verantwortlich?

Damit die Checkliste funktioniert, muss eine Ihrer Mitarbeiterinnen dafür verantwortlich sein, dass die aufgeführten Arbeiten auch erledigt werden. Sie kann die Aufgaben dann gezielt an Team-Mitglieder delegieren, die gerade wenig zu tun haben.

Passende Muster-Checklisten finden Sie in: Theresia Wölker: *Checklisten*. So bekommen Sie Ihre Praxis organisatorisch in den Griff. Ärzte Zeitung Verlag. ISBN 3-928748-08-4. 59,00 Mark.

Impressum

Herausgeber: Stiftung Gesundheit
Gemeinnützige Stiftung bürgerlichen Rechts
Hindenburgufer 87, 24105 Kiel
Tel. 0431 / 88 10 15 -0
Fax 0431 / 88 10 15 55
Verantwortlich: Dr. Peter Müller
Redaktion: Medienbüro Medizin