

ÄRZTLICHE PRAXIS

www.aerztlichepraxis.de B 1045

Freitag, 23. Mai 2003 • 55. Jahrgang, Nr. 41

Die Zeitung für den Hausarzt

Diagnose-Fahrplan für neu entdeckten Hypertonus

Hochdruck bereitet zumeist kaum Beschwerden, wird in der Praxis demnach vielfach nur per Zufall im Rahmen von Routinekontrollen entdeckt. Welche weiterführende Diagnostik ist dann unerlässlich? Eine häufig vernachlässigte Grundregel lautet: Den Blutdruck stets an beiden Armen messen. Tipps zu Anamnese, Labor- und apparativer Diagnostik → 9

PRAXISAKTUELL

Vorfahrt für die Reisemedizin

Millionen von Bundesbürgern reisen Jahr für Jahr ins Ausland. Sie erwarten qualifizierte Beratung – vom Hausarzt. Ganz vorne stehen Impfen und Malaria-Schutz → 6

PRAXISMEDIZIN

Weicher Schanker im Tandem

Ein Patient präsentiert Läsionen, die ein Ulcus malle vermuten lassen. Dann stets Doppelinfektionen ausschließen – etwa eine zusätzliche Lues → 10

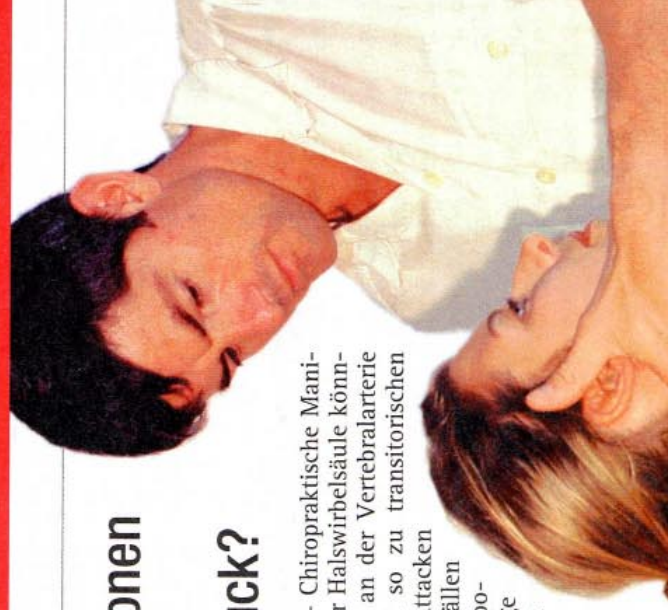
PRAXISWIRTSCHAFT

Aufklären zur Not mit Dolmetsch

Ein Arzt sollte sich unbedingt versichern

Dissektionen auf einen Ruck?

MÜNCHEN (dk) – Chiropraktische Manipulationen an der Halswirbelsäule können Dissektionen an der Vertebralarterie hervorrufen und so zu transitorischen ischämischen Attacken und Schlaganfällen und Schlaganfällen beitragen. Dies postuliert Neurologe Wade S. Smith in einer aktuellen Studie. Damit treibt er empörtete Chiropraktiker auf die Palme.



KURZNOTIERT

Dritter Herzton lässt aufhorchen

DALLAS (rb) – Dritter Herzton und erhöhter Jugularvenen-Druck sind deutliche Hinweise auf eine heraufziehende Herzschwäche. Mit diesem Befund unterstreichen Forscher die Erkenntnis, dass Ohren und Augen des Arztes nicht durch High-Tech zu ersetzen sind → 2

Bonus-Modell: Was Patienten wollen

BERLIN (bn) – Zwei von drei Patienten wünschen sich ein Bonusmodell, das den Hausarzt als Lotsen vorsieht. Knapp dahinter rangiert das Modell für Risikogruppen. Welche Modelle von Patienten am meisten bevorzugt werden: Ergebnisse einer Befragung → 19

Hilfe zur Selbsthilfe nimmt die Angst

MÜNCHEN (la) – Den Patienten

Pflanzliche Kardiaka auf dem Prüfstand

MÜNCHEN (la) – Von Klini-



von Jürgen Fürst

STUTT GART – Preislisten sind ein Kommunikationsmittel erster Wahl. Deshalb liegen auch im Wartezimmer IGeL-Preislisten aus. Sie geben Auskunft über Ihr ganz spezielles Selbstzahler-Angebot – mit den entsprechenden Preisen. Je selbstverständlicher Sie diese offene Strategie fahren, desto eher bürgern sich IGeL als etwas ganz Normales ein.

Ihr Wartezimmer ist ein idealer so werden sich diese Ratsuchenden Kommunikationsraum. Dort sitzen und Kranken gerne über Zusatzleistungen der Praxis informieren. Hier Patienten, die Ihnen vertrauen. Al-

Nutzen Sie die Vorteile eines ReCall-Systems

Ein sehr gutes Kommunikationsmittel, um Patienten zu binden und wieder auf sich aufmerksam zu machen, ist das ReCall-System. Sie dürfen grundsätzlich Ihre Patienten regelmäßig telefonisch und schriftlich informieren (bitte keine Postkarten versenden, die auch Außenstehende lesen könnten!). Da dies immer noch eine rechtliche Grauzone ist, gehen Ärzte am besten auf Nummer sicher und lassen sich vorher eine entsprechende Einverständniserklärung von den Patienten unterschreiben. Diese Info-Prozedur lässt sich natürlich auch im IGeL-Sektor anwenden. Ein Textbaustein findet sich unten.

Die Inhalte der direkten Patienten-Ansprache werden ganz unter-

Die IGeL-Preislisten gehören ins Wartezimmer

Auch in der Praxiszeitung sollten Selbstzahler angesprochen werden

ist der Platz für eine IGeL-Liste mit Preisen. Natürlich besteht auch die Möglichkeit, ein Plakat aufzuhängen, auf dem Ihr Selbstzahler-Angebot steht und was es kostet.

Eine Praxis-Zeitung wird gerne mitgenommen

Diese Kommunikation ist ein Schwerpunkt der Markenstrategie

der Praxis. Ein anders wichtiges Medium, das über Ihre Leistungen und Themenschwerpunkte informiert, ist eine Praxis-Broschüre oder Praxis-Zeitung. Die Broschüre/Zeitung kann in der Praxis an der Anmeldung oder im Wartezimmer ausliegen. Sie werden sehen, wie gern sie mitgenommen wird. Für die „Mache“ gibt es kein Patentrezept: Das hängt von der jeweiligen Praxisklientel ab.

In dieser Selbstdarstellung der Praxis hat natürlich der IGeL-Teil seinen Platz. Erklären Sie kurz, wieso es IGeL für Kassenpatienten gibt, was es für Selbstzahler bringt und was es kostet. Preislisten sind auch hier ein wichtiger Teil der Kommunikations-Strategie.

Sie können die Praxisdarstellung

In Wartezimmern müssen die unterschiedlichsten Bedürfnisse bedient werden – auch das nach Information. Angebracht ist daher zum Beispiel ein Plakat, das ihr Selbstzahler-Angebot darstellt.

Foto: Brenninger/
ÄP-Archiv

auch an Ihre Patienten verschicken.

ÄP-SERIE

IGeL: So machen Ärzte alles richtig

Unter Ärzten besteht viel Unsicherheit über Individuelle Gesundheits-Leistungen (IGeL). Genauso wenig vertraut mit dem Thema sind Helferrinnen und Patienten. Grund ist die Aufrechterhaltung der sozialstaatlichen Illusion durch Politik und Kassen, die Gesetzliche Krankenversicherung (GKV) bezahle jede als „notwendig“ definierte Leistung. MEDI und ÄP wollen mit dieser IGeL-Serie für umfassende Klarheit und Sicherheit für Kollegen sorgen. Niedergelassene sollen bei der Selbstzahler-Medizin berufsrechtlich absolut korrekt vorgehen. Hier wird gesagt, wie's geht. Noch Fragen? Kontakt AP: kue@rbi.de

MEDI: igel@Medi-verbund.de

Eine Info-Offensive von



MEDI Verbund

ÄRZTLICHE PRAXIS



Foto: Brenninger/
ÄP-Archiv

auch an Ihre Patienten verschicken.



Die Inhalte der direkten Patienten-Ansprache werden ganz unter-

Textbaustein zum ReCall-System

Ich,, wohnehafte, bitte hiermit (Name Praxisinhaber, behandelnder Arzt), mich regelmäßig über Vorsorge-, Impf- und andere wichtige Termine und Behandlungsmöglichkeiten zu informieren. Ich kann diese Aufforderung jederzeit schriftlich widerrufen. Ich möchte wie folgt informiert werden:

- telefonisch (.....)
- per Fax (.....)
- per Mail (.....)
- per Brief (.....)

Bitte beachten Sie: Für die Information per Brief benötigen Sie keine Einverständniserklärung des Patienten, für Informationen per Fax, E-Mail und SMS schon - hierfür muss der Empfänger nämlich Gebühren zahlen.

schiedlich ausfallen. Sie können interessierte Patienten über anstehende Zeckenschutzimpfung informieren oder in der Reisezeit auf den Impfschutz für bestimmte Länder hinweisen. Selbst ganz gezielte Informationen an ausgewählte Patienten sind denkbar. Beispielsweise der Hinweis: „Sie sollten Ihren Diphtherie-Impfschutz wieder auffrischen“. Oder Sie weisen auf eine erweiterte Krebsvorsorge respektive einen umfangreicheren Check-up hin. Hier gilt wie gehabt der Grundsatz: Sachlich bleiben, vorrangig informieren.

auch an Ihre Patienten verschicken. Und vergessen Sie Ihre Kollegen nicht. Auch die sollen schließlich wissen, welche Leistungen Sie anbieten. Sei es, weil Sie auf Überweisungen angewiesen sind oder auch ganz einfach nur zur kollegialen Information.

Praxis-Selbstdarstellung auch im Fitness-Studio

Verteilen lassen können Sie die Eigendarstellung auch von Apothekern, Krankengymnasten, Masseuren, zuweisenden Kollegen, Fitnessstudios, medizinischen Bädern. Wenn Sie zu solchen Einrichtungen einen guten Kontakt haben, fragen Sie, ob Sie das Druckwerk dort auslegen dürfen. Es sollte kaum jemanden geben, der sich nicht aufgeschlossen zeigen wird.

Jürgen Fürst,
Inhaber der Werbeagentur SUXES in Fellbach

Die Igel-Serie auf einen Blick

bisher:

- Kreative Kollegen werden als Abzocker diffamiert
- Selbstzahler-Medizin: Der Arzt als Dienstleister
- Kein Unding: Kassenpatienten auf Arzthonorar ansprechen
- Kein Behandlungsvertrag?
- Das ist bodenloser Leichtsinn! Dumping-Preise sind eigentlich Eigentore
- Werbung ist erlaubt, aber bitte keinen Firlefanz!
- Rühren Sie die Werbetrommel, Karlsruhe hat's erlaubt!
- Verkaufen Sie Ihre Praxis als hochwertiges Markenprodukt letzte Folge:
- Schneidem Sie sich Ihren Igel-Katalog („ÄP-Brennpunkt“)

Neue ÄP-Broschüre • Neue ÄP-Broschüre

Bestell-Kupon*

Ja, ich bestelle den neuen ÄP-Leitfaden „Die Igel-Praxis“

Das große Einmaleins der Selbstzahler-Medizin Mit 150 Abrechnungspaketen und Tabellen auf CD-ROM

Preis: 24,90 Euro (zzgl. Versandkosten)
ISBN-Nr. 3-936506-03-5

Bestelladresse:
Stuttgarter Verlagskontor
Postfach 10 60 16

Tel.: (07 11) 66 72-12 31
Fax: (07 11) 66 72-19 74

*Bestell-Kupon auch unter
www.aerztlichepraxis.de

Neue ÄP-Broschüre • Neue ÄP-Broschüre

ÄRZTLICHE PRAXIS

Verlag: Reed Business Information GmbH,
Gabrielenstraße 9, D-80636 München

Postanschrift:
Postfach 20 16 63, D-80016 München,
Telefon (0 89) 8 98 17-0,
Fax (0 89) 8 98 17-4 00

Internet: www.aerztlichepraxis.de
Bankverbindungen: Deutsche Bank München
(BLZ 700 700 10), Konto-Nr. 170 33 88 00

Geschäftsführung: Wolfram Haase
Verlagsleitung: Peter Brunner, Telefon (0 89) 8 98 17-5 01, Anzeigeneitung: Ines Spankau,
Telefon (0 89) 8 98 17-5 21; zur Zeit gilt die
Anzeigepreisliste Nr. 48. Vertriebservice:
Consodata ONE-TO-ONE Abonnementverwal-

tung, Patricia Seyser, Telefon (0 89) 8 57 09-2 27, Fax (0 89) 8 57 09-1 31, Semmelweisstraße 8, D-82152 Planegg
Druck: Augsburgener Druck- und Verlagshaus,
Aindlinger Straße 17-19, D-86167 Augsburg

ISSN 0001-9534

Bezugsbedingungen: Das Einzelheft kostet € 1,50. Die Zeitung erscheint jeden Dienstag und Freitag. Bezugspreis jährlich € 73,00 (Inland), € 85,00 (Ausland). Bezugspreis für Studierende (auf Grund des Studiennachweises durch die Dekanate der medizinischen Fakultäten) und angestellte Ärzte ohne

Liquidationsrecht jährlich € 47,50. Alle Preise einschließlich 7% Mehrwertsteuer. Abonnementkündigungen sind jeweils zum Jahresende möglich und müssen bis zum 30. September dem Verlag schriftlich mitgeteilt sein. Kann die Zeitung in Folge höherer Gewalt, Streiks oder dergleichen nicht erscheinen, so ergeben sich hieraus keine Ansprüche gegen den Verlag. Bezug durch jede Buchhandlung und den Verlag. Die Mitglieder des NAV Virchow-Bundes e. V. erhalten die Zeitung im Rahmen der Vereinszugehörigkeit. Der Bezugspreis ist im Mitgliedsbeitrag enthalten.

Einsendungen: Für unverlangt eingesandte Text- und Bildbeiträge wird keine Haftung übernommen. Für die Rücksendung der Beiträge wird keine Garantie gegeben; sie wird nur vorgenommen, falls das Rückporto beiliegt. Für Angaben über Dosierungsanweisungen und Applikationsformen übernimmt der Verlag keine Gewähr. Solche Angaben müssen im Einzelfall vom jeweiligen Anwender anhand anderer Literaturstellen auf ihre Richtigkeit überprüft werden.

© Copyright: Reed Business Information GmbH

LAMED

Gedruckt auf 100 % chlorfreiem Papier



ÄRZTLICHE PRAXIS gehört der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern an.

Published by
Reed Business Information