



BNC Wirtschaftsdienst

Wie Patienteninformationssysteme den Arzt im Praxisalltag entlasten

Selektivverträge, individuelle Gesundheitsleistungen (IGeL), komplexe Behandlungsmethoden, Kassengebühr und Gesundheitsfonds, Praxisbesonderheiten, ärztliche Zusammenschlüsse, kooperierende Kliniken... Die Strukturen des Medizinbetriebs sind von Jahr zu Jahr komplizierter geworden.

Die Folge sind Unsicherheiten bei den Patienten, die sich mit ihren Fragen an den Arzt und seine Mitarbeiter wenden. Diese informieren gern, allerdings ist ihre Zeit bei sinkenden GKV-Einnahmen ein knappes und kostbares Gut, mit dem jede Praxis haushalten muss.

Ein modernes digitales Patienteninformationssystem kann die Aufgabe übernehmen, Patienten ohne zusätzlichen Zeitaufwand zu informieren, gleichzeitig effektives Praxismarketing zu betreiben und die Wartenden zu unterhalten. Welche Anforderungen sollte dabei ein Praxisinformationssystem erfüllen?

► **Es sollte frei von Fremdwerbung sein.**

Die begrenzte Wartezeit der Patienten sollte für Werbung für die Praxis oder für ärztliche Interessengemeinschaften genutzt werden und nicht mit Werbung

von Fremdunternehmen verbracht werden.

► **Es sollte stark individualisierbar sein.**

Die Arzt-Patientenbeziehung ist nach wie vor eine sehr persönliche. Die Praxis sollte in Bild- und Textaussagen wiedererkennbar sein, damit sich der Patient persönlich angesprochen fühlt.

► **Es sollte die komplette Programmhoheit in der Praxis lassen.**

Moderne Patienteninformationssysteme haben im Hintergrund eine einfach gestaltete Benutzeroberfläche, in der der Anwender komfortabel per „drag and drop“ sein Programm zusammenstellen kann. Hier sollten Tages-, Wochen-, Monats- oder Jahresprogramme erstellbar sein, denn niemand kennt die Praxisrhythmen besser als die Praxis selbst. Natürlich können der Hersteller der Praxissysteme oder Agenturen dem Arzt diese Arbeit abnehmen. Der Gestaltungsspielraum sollte aber so komfortabel wie möglich sein.

► **Das System sollte mit gängigen Anwendungsprogrammen gestaltbar sein.**

Und zwar mit gängigen PC-Programmen. Eine bereits beim Arzt vorhandene Powerpoint- oder pdf-Datei sollte sich beispiels-

weise problemlos vom Anwender einbinden lassen, um doppelten Arbeitsaufwand zu vermeiden. Wenn man Material erst an den Anbieter schicken muss, um eine dann vielleicht vom Programm darstellbare, aber schon nicht mehr aktuelle Meldung einpflegen zu können, dann ist das nicht komfortabel.

► **Es sollte im Netzwerk mit anderen Praxen betrieben werden können.**

„Cross marketing“ beschreibt die Möglichkeit, in vernetzten Praxen gegenseitig für die eigenen Belange zu werben. Über die Arthroskopie in der eigenen Praxis zu berichten, erreicht in der Regel die Patienten, die diese Spezialität der Praxis bereits kennen. Wenn Sie diese Info-Filme in einer Partnerpraxis mit anderem Schwerpunkt zeigen, generieren Sie neue Nachfrage und beleben das Praxisgeschäft.

► **Es sollte im Sinne eines lokalen Fernsehkanals in Ärztenetzen, Genossenschaften, usw. einsetzbar sein.**

Der Trend im Gesundheitswesen geht zu einer Regionalisierung, bei der die Versorgung von Ärztenetzen und sonstigen ärztlichen Verbänden übernommen werden wird. Desweiteren haben bereits heute Facharztgruppen

besondere Versorgungsverträge mit Leistungserbringern geschlossen. Das wissen die Patienten aber nicht! Die Möglichkeit, hierüber rasch und flexibel aus der Netzzentrale alle Patienten in den angeschlossenen Praxen zu informieren, wird an Bedeutung gewinnen. Ein modernes Informationssystem muss dieser Anforderung der Zukunft bereits jetzt gewachsen sein.

Das Patienteninformationssystem von La-Well® erfüllt alle genannten Voraussetzungen und verfügt über viele weitere interessante Werkzeuge für das Marketing und die Kommunikation in ärztlichen Verbänden.

Die Versorgungsformen von morgen machen Praxisinformationssysteme künftig unverzichtbar. Viele Kollegen werden die Notwendigkeit erst erkennen, wenn die Menge an zu übermittelnden Informationen sie bereits überrollt hat. Wer allerdings vorausschauend, der zögert nicht, sich neuen Ansätzen zuzuwenden.

Kontakt:

La-Well GmbH

Haßkampstraße 75, 32257 Bünde

Tel.: 05223 4919286

Fax: 05223 4919287

dauer@la-well.de

www.la-well.de