

Digitaler Arzthelfer

Das DS-System La-Well informiert Patienten im Wartezimmer über mögliche Behandlungen – der Arzt spart dadurch wertvolle Zeit.

Digital Signage spielt besonders dort seine Vorteile aus, wo Menschen nicht weg können. Da wundert es, warum die digitalen Anzeigen noch in so wenigen Arztpraxen hängen. Doch vielleicht ändert sich dies dank der Bündler Ärzte Hans-Jürgen Beckmann und Peter Rosellen und ihrem La-Well Informationssystem. Bereits in mehreren hundert Wartezimmern unterhält es die Patienten – und nutzt ihre Wartezeit, um ihnen Wissenswertes mitzuteilen.

„Die Zeit der Ärzte wird immer knapper“, erklärt Hans-Jürgen Beckmann, der außerdem Geschäftsführer von La-Well ist. „Gleichzeitig steigt der Informationsbedarf der Patienten.“ Um nicht jedem von ihnen einzeln von zusätzlichen Behandlungsmöglichkeiten oder Neuerungen des Gesundheitssystems zu erzählen, installierten er und Peter Rosellen, ebenfalls Geschäftsführer, einen Bildschirm in ihrem Wartezimmer. Darauf lief fürs Erste eine Powerpoint-Präsentation – bis Jan Phillip Tiesel, Student der Medieninformatik, zur Behandlung eines Kreuzbandrisses in die chirurgische Praxis kam. Er bot ihnen an, ein neues, professionelles System zu entwerfen. 2003 legten er und sein Kommilitone Christian Bode den Ärzten ein Konzept für die Entwicklung einer Software für das Informationssystem vor. Inzwischen verkauft das Unternehmen La-Well die Software deutschlandweit – und die beiden Entwickler sind Partner der Firma.

Das La-Well Informationssystem setzt sich aus vier Kanälen zusammen: medizinische Information, Praxispräsentation, Unterhaltung und internetbasierter Infokanal. Die medizinischen Filme erstellt La-Well selbst und verkauft sie an die Praxen. Mehr als hundert hat das Unternehmen inzwischen im Angebot, darunter Gripeschutzimpfung, Laserhaarentfernung und 3D-Wirbelsäulenvermessung. Für die Präsentation der eigenen Praxis erstellt jeder Arzt selbst Informationsfolien, Fotos oder Videos, die er in den Loop integriert. Für den Unterhaltungskanal bietet La-Well Nachrichten der dpa und lokalen Wetterbericht an. Außerdem stehen Entspannungsmodule zur Verfügung; zum Beispiel ein Aquarium mit tropischen Fischen oder Wolken, die über blauen

Himmel ziehen. Der vierte, internetbasierte Infokanal kommt nur dann zum Einsatz, wenn größere Gruppen von Ärzten La-Well gemeinsam nutzen.

Intuitive Bedienung war ein Muss

Der Arzt, der das Informationssystem installieren möchte, erwirbt bei La-Well die Software und den Abspiel-PC sowie bei Bedarf das Display. Wer möchte, kann Hard- und Software inklusive einer Flatrate für die medizinischen Module für 119 bis 149 Euro leasen – je nach Ausstattung. Die dpa- und Wettermeldungen müssen hinzugekauft werden.

Auf dem Abspiel-PC läuft die Player-Software von La-Well. Der Content Management-Teil des Programms ist browserbasiert und der Nutzer kann deshalb von jedem Internetarbeitsplatz aus darauf zugreifen. Zum Verwalten der Inhalte loggt sich der Arzt an seinem Arbeitsplatz-PC über ein Passwort in das Programm ein. Dort findet er die zur Verfügung stehenden Spots, die er in seine Playliste integrieren kann. Eigenen Inhalt wie Powerpoint-Präsentationen, Jpeg-Bilder oder Internetseiten kann er zusätzlich einbinden. Auf einem Content-Server sind sämtliche Inhalte gespeichert, die den Player-PCs zur Verfügung stehen. Auf Wunsch bietet La-Well auch eine Offline-Version an.

Die Entwickler von La-Well achten beim Programmieren darauf, dass sich die Software einfach bedienen lässt: Der Nutzer integriert die Inhalte per Drag&Drop. Außerdem läuft die Software ohne weiteren Aufwand, nachdem der Arzt sie eingeschaltet hat – so kennt er es von seinem PC.

Looplänge und Anordnung der Spots sind jedem Arzt selbst überlassen. In Notfallpraxen, wo die Wartezeit meist länger ist, solle auch der Abspielzyklus länger sein, erklärt Hans-Jürgen Beckmann. Außerdem müsse die Darstellungsgeschwindigkeit an den Praxistyp angepasst werden. „Texte und Bilder sollten beim Augenarzt mit vielen alten und sehbehinderten Menschen langsamer abgespielt werden als beim Kinder- oder Sportarzt“, fügt er hinzu.

Die meisten Ärzte entscheiden sich im Rahmen ihres Ärz-

tenetzes für das DS-System. Ein Großteil der selbstständigen Mediziner sind heute in solchen lokalen Verbänden organisiert. Ärztenetze, die über das La-Well-System verfügen, betreiben zentral den vierten Infokanal und bestücken ihn mit redaktionellen Inhalten. Den Content dieses Kanals speisen die Redakteure des Ärztenetzes direkt in das laufende Programm der angeschlossenen Praxen ein. Zuvor entscheiden sie, ob sie die Spots an alle Ärzte senden, oder nur an bestimmte Fachbereiche. Zum Beispiel die Meldung vom Februar dieses Jahres, dass Impfstoffe für Kinder in Deutschland knapp werden, ist für den Kinderarzt wichtig, den Augenarzt interessiert sie dagegen weniger.

Das Bündler Ärztenetz „Medizin und Mehr“ (MuM) war der erste Großkunde von La-Well mit mehr als 60 Praxen und dem örtlichen Krankenhaus. Im Oktober 2008 erhielt der Zusammenschluss den Best Practice-Award des Kommunikationskongresses der Gesundheitswirtschaft. Die Jury war überzeugt von der Patientenkommunikation mithilfe des La-Well Informationssystems.

Aufmerksam durch den Gong

Bei Bedarf gibt es die Inhalte bei La-Well mit Ton. Zwar wollen einige Ärzte keinen Ton in ihren Wartezimmern, andere wiederum setzen darauf. Denn durch die Geräusche schauen mehr Patienten die für sie wichtigen medizinischen Spots an. Ist der Film vorbei, schaltet das System auf stumm. Für Ärzte, die einen Kompromiss möchten, bietet La-Well einen programmierten Gong an. Diesen setzt der Arzt vor die wichtigen, aber unvertonten Filme, sodass er im richtigen Moment die Aufmerksamkeit auf das Display zieht.

Externe Werbung im klassischen Sinn wird von La-Well nicht verkauft. „Wir wollen, dass unser Kunde jederzeit die volle Kontrolle über den Inhalt hat. Deshalb ist unsere Software bei Auslieferung werbefrei“, sagt Hans-Jürgen Beckmann. Außerdem gebe es viele wichtige Informationen für den Patienten, da bleibe kaum Zeit für Fremdwerbung. Trotzdem berichten einige Ärztenetze entgeltlich über Apotheken oder Einrichtungen des Gesundheitssektors. Zum Beispiel zeigen sie die Anzahl freier Betten im nahe gelegenen Pflegeheim an. Doch das passt zur Intention von La-Well: Der Patient soll während seiner Wartezeit mit zielgruppenspezifischen Informationen versorgt werden – und nicht mit dem Angebot des Tages vom Italiener gegenüber.

Verena Gründel

la-well.de



Auf den La-Well-Displays können Ärzte ihr Mitarbeiterteam vorstellen.



Bei den Infomodulen, die La-Well selbst produziert, handelt es sich meist um 3D-Animationen.



Beim Wetterbericht kann der Arzt wählen, ob er zum Beispiel die Sonnenscheindauer, die Feuchtigkeit und die Windstärke darstellen möchte.