

die Kreativität das Wichtigste. Daher werde ich Ihnen einfach mal meine Ideen schildern.

Frau Sens: ...die ich gerne in unsere nächste Teambesprechung einbringen werde.

Herr Weiß: Was für mich bei einer guten Praxis fast schon ein Muss ist, ist ein Wasserspender im Wartezimmer. Besonders im Sommer ist das ein wirklicher Pluspunkt für Ihre Praxis.

Frau Sens: Das freut mich! Die Patienten müssen für ihre Gesundheit immer tiefer in die Tasche greifen - also werden sie im Hinblick auf die Praxiswahl künftig auch Dienstleistungskriterien in Betracht ziehen. Und gerade für kranke Menschen ist ein Glas Wasser oft eine Wohltat. Kisten schleppen müssen die Helferinnen auch keine mehr, da wir einen Vertrag mit einem Belieferer abgeschlossen haben.

Herr Weiß: Ja, ein Getränk kann die Wartezeit schon prima verkürzen. Mir als Geschäftsmann mit wenig Zeit reicht das aber nicht. Vor allem möchte ich ehrlich und rasch darüber informiert werden, wenn sich eine Verzögerung abzeichnet. Dann kann ich wieder gehen und noch etwas erledigen. In einer Facharztpraxis wurde mir kürzlich angeboten, dass die Helferin mich mobil anruft oder dass ich einen Praxispager mitnehmen darf. Sie hat mich dann angepiept, ich konnte in die Praxis zurückkehren und kam gleich dran.



„Dr. Feelgood“: Auch und gerade in der Arztpraxis haben Licht und Farbe ihren Platz.

Frau Sens: Die Idee mit dem Pager scheint mir sogar besser zu sein, weil nicht alle unsere älteren Patienten ein Handy haben.

Herr Weiß: Was die Zeitschriften im Wartebereich angeht: Ich persönlich vermisse eine Tageszeitung mit einem passablen Wirtschaftsteil. Sie wissen doch ziemlich gut, welche Patientengruppen Ihre Praxis aufsuchen. Bitte richten Sie doch auch die Zeitschriften danach aus - und achten Sie auf Aktualität. Teenager zum Beispiel lesen doch lieber die „Bravo“ von dieser Woche als „HeimtWelt“.

Frau Sens: Ich fürchte, so genau kenne ich den Blätterwald nicht.

Herr Weiß: Stöbern Sie doch einfach mal mit einem Freund durch die Regale eines gut sortierten Zeitschriftenladens, damit Sie auch die männliche Sicht mit aufnehmen, und lassen Sie sich inspirieren. Was auch noch toll wäre als Service: Wenn Sie Ihre Patienten darüber informieren, dass Sie interessante Berichte in den Wartezimmerzeitschriften für die Patienten kopieren. Wie oft hatte ich das schon, dass ich dachte: Schöner Artikel, den würde ich gerne zu Hause noch mal genau lesen.

Frau Sens: Wenn wir den Artikel kopieren, wäre das sicher besser, als wenn Patienten die Seite heimlich rausreißen und mitnehmen.

Herr Weiß: Apropos mitnehmen: Als es vorhin zu regnen anfang, fiel mir ein: Besorgen Sie doch schlichte und schöne Regenschirme und verleihen Sie diese an Patienten, die vom Regen überrascht werden. Sie werden sehen, wie dadurch die Bindung zu Ihrer Praxis gestärkt wird. Patienten erzählen solche Dinge weiter, und Sie erreichen damit auch neue Patienten.

Frau Sens: Ich bin mir sicher, dass wir einige Ihrer Ideen sehr schnell umsetzen können. Vielen Dank!

Herr Weiß: Wissen Sie, Frau Sens, es gibt bestimmt noch viel mehr. Ich werde meine Augen offen halten und Ihnen gerne weitere Anregungen liefern. Es ist ja auch „meine“ Praxis.

IGeLaktiv		IMPRESSUM
<p>Verlag Reed Business Information GmbH Gabrielenstraße 9, D-80636 München Telefonzentrale: (0 89) 8 98 17-0 www.reedbusiness.de Bankverbindung: Deutsche Bank München, BLZ 700 700 10, Konto-Nr. 170 33 88 00</p> <p>Geschäftsführung Jan van Betten (Vors.) Peter Brunner (Medizin)</p> <p>Redaktionstelefon (0 89) 8 98 17-4 04</p> <p>Redaktionsfax (0 89) 8 98 17-4 00</p> <p>E-Mail: bhe@rbi.de</p> <p>Internetadresse www.igelaktiv.de www.aerztlichepraxis.de</p> <p>ISSN: 1612-1902</p> <p>Chefredakteur Karl-Heinz Patzer (V., S.d.P.) (0 89) 8 98 17-4 01</p> <p>Redaktion: Bernd Harder -403</p>	<p>Redaktionsbeirat Dr. Hendrik Borucki, Dr. Christian Hilgath, Dr. Elmar Tehorst</p> <p>Layout: Rosemarie Preis</p> <p>Lektorat Sabine Block (freie Mitarbeiterin)</p> <p>Gesamtanzeigenleitung Frank Rosemann (verantwortlich für Anzeigen) -5 21 Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 511a gültig ab 1. Januar 2006</p> <p>Vertriebs-Service InTime Abonnementverwaltung Karoline Bergner Tel.: (0 89) 8 58 53-8 25 Fax: (0 89) 8 58 53-8 88 E-Mail: aep@intime-services.de Freihamer Straße 2, D-82166 Gräfelfing</p> <p>Druck Sturtz GmbH, Beethovenstraße 5, D-97080 Würzburg</p> <p>Gesellschafter der Reed Business Information GmbH ist zu 100 % die Reed Elsevier Deutschland GmbH, München, eine 100-%-Tochter der Reed Elsevier Overseas B.V., Amsterdam</p>	<p>Manuskripte Keine Haftung für unverlangt eingesandte Beiträge und Bilder. Signierte Beiträge laufen unter der Verantwortung des Verfassers. Eine Haftung für die Richtigkeit von Veröffentlichungen übernehmen Redaktion und Verlag trotz sorgfältiger Prüfung nicht.</p> <p>Hinweis Die in dieser Zeitschrift angegebenen Dosierungen oder Anwendungsempfehlungen sollten in jedem Fall mit den Beipackzettel der verwendeten Medikamente beziehungsweise mit den Herstellerangaben verglichen werden.</p> <p>© Copyright Reed Business Information GmbH Diese Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Verlages.</p> <p>Bezugsbedingungen IGeL aktiv erscheint monatlich, Einzelverkaufspreis: € 7,60. Jahresabonnement: € 86,50 inkl. MwSt. und Versand.</p>
<p>Published by Reed Business Information</p>		<p>IGeL aktiv gehört der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern an.</p>