

DIE PRAKTISCHE FRAGE

Wie stark darf eine Ordination um selbstzahlende Patienten werben?



Mag. Iris Kraft-Kinz
MEDplan 1120 Wien,
Tel. 01/817 53 50-260,
www.medplan.at,
Fragen & Anregungen:
praxis@aerztemagazin.at

VIELE ORDINATIONEN bemühen sich um eine Anhebung des Privatpatientenanteils. Die offenen Honorargrenzen erlauben eine intensivere Beschäftigung mit den Patienten und – das sei nicht unter den Tisch gekehrt – zeitigen einen positiven Effekt in der Ertragskraft der Ordination. In der Kolumne der vergangenen Ausgabe machte ich in Anlehnung an eine deutsche Studie einige Vorschläge, wie „Komfort-Services“ mehr Selbstzahler in

die Ordinationen locken können. In mehreren Leserbriefen wurde ich aufmerksam gemacht, dass sich deutsche Verhältnisse nicht so einfach nach Österreich übertragen lassen. Denn die Verträge mit den Sozialversicherungsträgern untersagen hierzulande die „Bevorzugung von Privat- vor Kassenpatienten.“ Getrennte Wartezimmer und unterschiedliche Ordinationszeiten für Kassen- und Privatpatienten werden explizit angesprochen und verboten. Man möge mir die „deutsch inspirierten“ Empfehlungen bitte nachsehen.

Das bedeutet aber nicht, dass der Zugang zu Privatpatienten in die Ordination holprig bleiben muss. Gut getaktete Anmeldeordinationen reduzieren Wartezeiten für alle – und vermindern auch den Stress für das Praxisteam. Klug gewählte Leistungsangebote außerhalb des Kassenkatalogs bilden den Kern eines Angebotes, das Patienten vom medizinischen Nutzen überzeugt. Immer wieder wird in Klientengesprächen die wachsende Nachfrage nach sportmedizinischen, kosmetischen oder homöopathischen Therapien zur Sprache gebracht. Der Phantasie sind hier keine Grenzen gesetzt. Wichtig ist dabei, das Zusatzangebot mit den Standortvoraussetzungen abzuklären: Wie steht es im Einzugsbereich um das Betreuungsangebot und um die demografischen und sozialen Voraussetzungen? Der Zugang zum Privatpatienten soll gepflegt werden – natürlich im vertraglich zulässigen Rahmen.