

## DIE PRAKTISCHE FRAGE

### Wie viele Broschüren sind meinen Patienten zumutbar?



**Mag. Iris Kraft-Kinz**  
MEDplan 1120 Wien,  
Tel. 01/817 53 50-260,  
[www.medplan.at](http://www.medplan.at),  
Fragen & Anregungen:  
[praxis@aerztemagazin.at](mailto:praxis@aerztemagazin.at)

**IN MANCHEN** Wartezimmern kommt man sich vor wie an einem Bahnhofskiosk. Die aufgelegten Broschüren, Aufklärungs- und Gesundheitszeitschriften sind ohne Systematik aufgelegt, ihre Zahl und Anordnung übertrifft das Maß des Erträglichen. Jeder Arzt tut gut daran, die Art und Anzahl der Zeitschriften und Broschüren zu überdenken, die im Wartezimmer aufliegen. Über die nichtmedizinischen Zeitschriften und ihre oft mangelnde Aktualität ist

an dieser Stelle schon oft geschrieben worden. Unbestritten bleibt, dass die Zeitschriften den Anspruch des Arztes und der Ordination widerspiegeln sollten und es sich dabei um eine der wenigen Ausnahmen handelt, wo man sich nicht unbedingt an den kleinformatischen Wünschen der Patienten orientieren muss. Erfahrungsgemäß bleibt hier für einzelne Geschmäcker ein großer Spielraum. Stringenter sollte der Arzt beim Auflegen von Ordinations- und medizinspezifischen Informationsunterlagen sein. Es macht Sinn, dafür erst den Raum zu schaffen, das heißt das Wartezimmer beziehungsweise den „Kiosk“ gründlich, am besten radikal, zu räumen. Sinnvolle Aktivitäten im Bereich der Informationsbroschüren, die marketingtechnisch nichts anderes als ein „Point of Sale“ sind (POS), sind zum Beispiel eine Praxisbroschüre, Visitenkarten des Arztes und Informationen, die zum Behandlungsschwerpunkt der Ordination passen. Der Patient soll auf den ersten Blick erkennen, dass es sich um ordinationsspezifische Informationen handelt, die in einem Zusammenhang mit der Praxis stehen. Die medizinischen Schwerpunkte der Praxis werden so sichtbar. Im Idealfall entsprechen die ordinationsspezifischen Unterlagen einer persönlichen Corporate Identity mit Logo. Dies dient nicht nur ästhetischen, sondern auch ganz praktischen Zwecken. Dank eines solchen Logos wird auch ein Kollege Ihren Bericht aus einer Unmenge von Post herausgreifen können. Es hilft, positiv aufzufallen.