

Güteprüfung für große und kleine Websites Fünf große Gesundheitsportale erfolgreich geprüft

Die Stiftung Gesundheit hat die Websites der fünf großen Gesundheitsportale mit dem Gütesiegel „Geprüfte Homepage“ zertifiziert. Diese kommen so dem Wunsch der Internetnutzer nach verlässlichen Informationen nach.

Bevor eine Website das Gütesiegel erhält, durchläuft sie einen komplexen Prüfprozess: Externe Gutachter kontrollieren auf Grundlage eines wissenschaftlich entwickelten Fragenkatalogs unter anderem, ob die Internetauftritte rechtlich solide, nutzerfreundlich und leicht verständlich sind.

Zertifizierungen: Wegweiser für User

Das Gesundheitsportal NetDoktor.de bietet den Nutzern so geprüfte Inhalte. Über zwei Millionen Besucher informieren sich monatlich auf der Website. „Uns ist es wichtig, auf unseren Seiten qualitativ hochwertige Informationen anzubieten. Das zeigen wir unseren Usern unter anderem, indem wir auf Zertifizierungen namhafter Institutionen wie die der Stiftung Gesundheit setzen“,



Das Siegel „Geprüfte Homepage“ dokumentiert, dass die Inhalte der jeweiligen Website vertrauenswürdig sind.

sagt Dr. Olivier Blanchard, Geschäftsführer von NetDoktor.de

Apotheken-Umschau.de: bereits dritte Re-Zertifizierung

Auch der Wort & Bild Verlag dokumentiert Transparenz und Verlässlichkeit der Informationen im Internet: Mit Apotheken-Umschau.de, Diabetes-Ratgeber.net, Senioren-Ratgeber.de sowie Baby-und-Familie.de hat die Stiftung Gesundheit vier Portale des Verlags zertifiziert. „Die Re-Zertifizierung nun schon im dritten Jahr zeigt, dass der Verlag viel Wert auf Qualität und Kontinuität legt“, sagt Dr. Peter Müller, Vorstandsvorsitzender der Stiftung Gesundheit.

Weitere Informationen zu den Zertifizierungen finden Sie unter www.stiftung-gesundheit.de → Zertifizierung.



Dr. Peter Müller
Vorstandsvorsitzender der
Stiftung Gesundheit

Fragen über Fragen: Wir geben Antworten

„Sie arbeiten doch professionell. Wie können Sie da gemeinnützig sein?“ „Woher kommen eigentlich die Mäuse für Ihre ganzen Projekte?“ „Und wer entscheidet, wofür die Stiftung das Geld verwendet?“

All diese Fragen sind legitim und von zentraler Bedeutung. Wenn bislang zum Beispiel ein Journalist für eine Geschichte recherchierte, haben wir auf Nachfrage immer gern geantwortet. Jetzt haben wir beschlossen, die häufigsten Fragen und Antworten für alle zugänglich zu machen – in den FAQ auf unserer runderneuten Website www.stiftung-gesundheit.de.

Wir selbst schauen schließlich auch sorgsam hin, wenn sich jemand mit einem Kooperationsvorschlag an uns wendet. Wir wollen vorher wissen, mit wem wir es zu tun haben, wie verlässlich und seriös ein potenzieller Partner ist. Dabei stellen auch wir die Frage aller Fragen: „Woher kommt das Geld und wofür wird es eingesetzt?“

Und wenn trotz all unserer Antworten in den FAQ noch Fragen offen sind, stellen Sie sie doch einfach. Zum Beispiel per E-Mail an drmueller@stiftung-gesundheit.de.

Themen in dieser Ausgabe:

- **Analyse: Menschen mit Behinderung haben selten freie Arztwahl**
Jeder Siebte erreicht keine barrierefreie Hausarztpraxis in Wohnortnähe
- **Praxistipp: Gesetzgeber lockert das Heilmittelwerbe-gesetz**
Jetzt Informationsbroschüren und Praxis-Website prüfen

Steuertipp: Tablet-PC steuerfrei privat nutzen

Praxisinhaber können ihren Mitarbeitern betrieblich angeschaffte Smartphones und Tablet-Computer steuerfrei zur Verfügung stellen – sogar wenn die Geräte überwiegend privat genutzt werden. Darauf wies Steuerberater Benjamin Feindt auf dem Symposium „Steuertipps für Ärzte“ des Medizin-Management-Verbands hin. Einzige Voraussetzung: Die Geräte müssen betrieblich notwendig sein. Das ist etwa der Fall, wenn die Mitarbeiter mobil erreichbar sein müssen. Praxisinhaber können das Gehalt ihrer Mitarbeiter auf diesem Wege aufbessern.

Bilder von bisherigen Symposien sowie geplante Themen unter www.mm-verband.de → „Veranstaltungen“.

Studie: Ärzte befürworten Praxis-Marketing Internet, Personal und Visitenkarten liegen vorn



Die Zahl der Befürworter von Praxis-Marketing unter Ärzten steigt weiter. Das zeigt die Studie „Ärzte im Zukunftsmarkt Gesundheit 2012“ der Stiftung Gesundheit. Demnach hält die Hälfte der Befragten Praxis-Marketing für wichtig. Während sich 2009 noch

fast ein Drittel der Ärzte gegen Praxis-Marketing aussprachen, sind es heute weniger als ein Viertel.

Visitenkarte verdrängt Praxis-Erscheinung

Eine Überraschung gab es bei der Frage nach den wichtigsten Marketing-Maßnahmen: Die klassische Visitenkarte belegt 2012 mit 44,8 Prozent den dritten Platz. Damit hat sie

das äußere Erscheinungsbild der Praxis als eines der wichtigsten Marketing-Instrumente abgelöst. Ganz vorne liegen weiterhin das Internet (Praxis-Website und Einträge in Internet-Verzeichnissen) mit 70,7 Prozent und das Praxispersonal (59,3 Prozent).

Beiratssitzung: Praxis-Tool Barrierefreiheit

Im Rahmen seiner konstituierenden Sitzung am 16. Oktober 2012 im Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) diskutierte der Beirat die Herausforderungen des IT-Projekts „Praxis-Tool Barrierefreiheit“. Die Experten aus Administration, Politik, Selbsthilfe, Medizin, Architektur sowie Handwerk stehen den Projektträgern, dem BMAS und der Stiftung Gesundheit Fördergemeinschaft, beratend bei der Entwicklung des Online-Tools zur Seite. Dieses wird Informationen und Tipps zum barrierefreien Praxis-Ausbau liefern.

Weitere Informationen: www.stiftung-gesundheit-foerdergemeinschaft.de → [Barrierefreie medizinische Versorgung](#)

Arztsuche speziell für Männer Themenportal informiert über erektile Dysfunktion

Erektionsstörungen: Dieses Problem trifft Männer an empfindlichster Stelle. Mit www.mann-info.de bietet die Firma Pfizer nun ein Internetportal zu diesem Thema.

Mut zum Arztbesuch

„Es geht nicht darum, den Arztbesuch zu ersetzen. Ganz im Gegenteil, wir möchten die Nutzer informieren und Männer ermutigen, medizinische Hilfe in Anspruch zu nehmen“, erläutert Tomas Nadler, Country Brand Leader Urologie & Raucherentwöhnung bei Pfi-



Tomas Nadler: „Unser Informationsportal soll Usern die Fragen beantworten: Bin ich betroffen? Und wenn ja, was kann ich tun?“

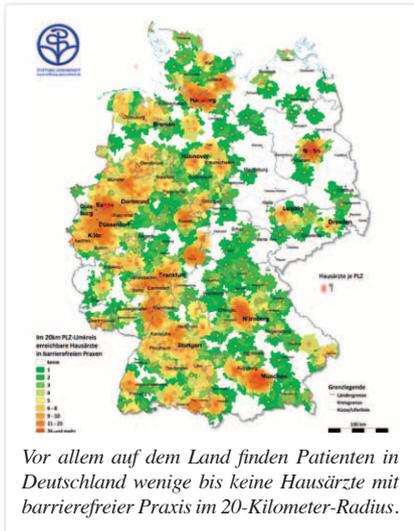
zer. Daher gibt es auf der Website weder eine Sprechstunde beim Cyberarzt noch Arzneien, sondern umfangreiche Informationen.

Arzt-Auskunft findet Spezialisten

Als Service können User direkt auf der Website nach passenden Spezialisten in Wohnortnähe suchen: Sie finden hier unter anderem Urologen mit dem Schwerpunkt Potenzstörungen.

„Wir haben uns für die Arzt-Auskunft der Stiftung Gesundheit entschieden, weil sie die gesamte Ärzteschaft in der Bundesrepublik hervorragend abbildet“, so Nadler.

Analyse: Zugang zu Ärzten ist unzureichend Jeder Siebte ohne barrierefreie Praxis in Wohnortnähe



Stufenfreie Zugänge und Orientierungshilfen für Sehbehinderte – diese und weitere Kriterien erfüllen barrierefreie Arztpraxen. 11,6 Millionen Bundesbürger erreichen aber im Umkreis von 20 Kilometern keinen Hausarzt mit barrierefreier Praxis. Das ergibt die gemeinsame

Analyse der Stiftung Gesundheit und der Geomarketing-Firma Lutum + Tappert.

Weite Wege bis zum nächsten Arzt

Besonders wenige Mediziner mit barrierefreier Praxis gibt es auf dem Land und in den neuen Bundesländern: Dort ist im 20-Kilometer-Radius oft kein oder nur ein Hausarzt mit barrierefreier Praxis tätig. „Menschen mit Behinderung können deshalb ihren Arzt nur selten frei wählen“, sagt Dr. Peter Müller, Vorstandsvorsitzender der Stiftung Gesundheit.

In Großstädten trägt der Schein

Patienten in Großstädten finden im Umkreis von 20 Kilometern zwar 26 oder mehr Hausärzte mit barrierefreier Praxis. „Ärzte lassen sich aber konzentriert im Zentrum nieder. In Randgebieten herrscht Ärztemangel“, so Müller. „Das gilt auch für Hausärzte mit barrierefreien Praxen. Die Versorgungsstruktur müsste auch in dieser Hinsicht verbessert werden.“

Zertifizierte Ratgeber

Vier von fünf Deutschen klagen mindestens einmal im Jahr über Rückenschmerzen. In seinem Buch „Den Rücken heilen“ gibt Dr. Dominik Irnich einen ausführlichen Überblick über Schmerzursachen. Der Ratgeber hilft Betroffenen, ihre Beschwerden richtig zu deuten und gibt Empfehlungen für Rückenübungen.



Irisiana Verlag, ISBN: 978-3-424-15133-6, für 19,99 Euro erhältlich

Seit 2011 müssen Mitarbeiter in Gesundheitseinrichtungen über die aktuellen Anforderungen der Infektionshygiene informiert sein. Die „Hygieneschulung im Gesundheitswesen“ mit den drei Modulen „Personalhygiene“, „Händehygiene“ und „Infektiologie“ bietet verständlich und praxisnah aufbereitetes Fachwissen.

B. Behr's Verlag, ISBN: 978-3-89947-908-9, für 159,97 Euro erhältlich

Die „kleinen retter“ sind Ratgeber, die Erste Hilfe bunt und anschaulich erklären. Sie informieren über die wichtigsten Maßnahmen und enthalten leicht verständliche Schritt-für-Schritt-Anleitungen. So sollen sie helfen, in Notsituationen effektiv zu handeln. Die Stiftung Gesundheit hat die „kleinen retter“ zu den Themen Erste Hilfe im Straßenverkehr, bei Kindern und für Reisende zertifiziert.



Verlag „kleiner retter“ GmbH, ISBN: 978-3-9814158-2-7 für jeweils 9,99 Euro erhältlich

Weitere Ratgeber unter www.stiftung-gesundheit.de → Zertifizierung.



Rechtstipp: Konfliktfall Fahrtenbuch Nachweispflicht versus Schweigepflicht

Ärzte, die für das Finanzamt ein Fahrtenbuch führen, müssen jede Fahrt genau dokumentieren. „Das Bundesfinanzministerium hat mehrfach betont, dass die Angabe des Straßennamens und des Fahrtzwecks auch bei Hausbesuchen nicht genügen“, sagt Dr. Thomas Motz, Justiziar der Stiftung Gesundheit. „Ein ordnungsgemäß geführtes Fahrtenbuch enthält Adresse und Namen der besuchten Person.“

Konflikt mit der Schweigepflicht

Dies kollidiert jedoch mit der ärztlichen Schweigepflicht. Das Bundesfinanzministerium empfiehlt daher,

statt der Patientennamen fortlaufende Nummern zu verwenden und Namen sowie Anschrift in einem getrennten Verzeichnis zu führen. „Das beseitigt aber letztlich nicht die Bedenken in Hinblick auf einen Verstoß gegen die Schweigepflicht“, sagt Motz.

Sensible Informationen schwärzen

Anders bei Anwälten: Da hat der Bundesfinanzhof entschieden, dass sensible Informationen im Fahrtenbuch vor der Prüfung durch das Finanzamt geschwärzt werden dürfen (Az. VIII R 78/05). „Daher sollte das auch für Ärzte gelten“, so Motz.

Fundraising als Marketing-Instrument

Gute Taten bringen Kliniken unbezahlbaren Imagegewinn

Um die laufenden Kosten zu decken, beschreiten Kliniken zusehends neue Finanzierungswege. Mit professionellem Fundraising gelingt es einigen Trägern, pro Jahr Spenden in Höhe von 0,5 bis 3 Millionen Euro einzunehmen. Das ergab die Studie „Privat statt Staat – Erste deutsche Studie zum Potenzial von Fundraising in Krankenhäusern“ des Deutschen Fundraising Verbands und der Roland Berger Strategy Consultants.

Gemeinnützige Projekte fördern

Darüber hinaus können Kliniken ihr Engagement im Fundraising gezielt für das Klinik-Marketing einsetzen. Das haben zum Beispiel die Kliniken Essen-Mitte (KEM) getan. Zuerst missglückte der erste klassische Versuch, durch Spendenakquise Klinikprojekte umzusetzen. Unter dem Motto „Medizin braucht Möglichmacher“ haben die KEM daher den gemeinnützigen Verein „Menschenmögliches“

ins Leben gerufen. Die Besonderheit: Sie nutzen das Fundraising nicht für eigene Projekte, sondern unterstützen benachteiligte Menschen so-



Fördervereine haben sich zu gängigen Instrumenten des Fundraisings entwickelt. Ihre Aktionen eignen sich gut, um Spenden zu sammeln.

wie soziale Einrichtungen in Essen. Dafür veranstalten sie unter anderem einen Ladies Brunch, Waffelbacken am Krebsstag (Foto) oder ein Charity Golfturnier. Der Marketing-Clou: Je-

de Veranstaltung ist als eine Initiative der KEM erkennbar gestaltet.

Emotionen stärken das Image

„Dieser Imagegewinn ist für uns unbezahlbar“, sagt Björn Kasper, Marketingleiter KEM und Geschäftsführer des Vereins. „Bei der Konzeption ging es darum, ein emotionalisierendes Organ zu schaffen, das als gemeinnützige Initiative wahrgenommen wird und auch wichtige Persönlichkeiten der Stadt an die Klinik bindet“, berichtet Kasper.

In den ersten sechs Monaten wurde ein neues Netzwerk für die Klinik mit über 50 Firmen und Mitgliedern gegründet, es gab große Medienresonanz sowie erfolgreiche Spendeneinnahmen von über 150.000 Euro.

Falls Ihnen die gemeinnützige Arbeit der Stiftung Gesundheit zusagt, unterstützen Sie diese mit Ihrer Spende: Kontonummer 1516975964, BLZ 25050000, Nord LB.

Praxistipp: „Kittel-Paragraph“ im Heilmittelwerbe-gesetz entfällt

Der Gesetzgeber lockert die Werberichtlinien für Ärzte

Ob Patientenbroschüren oder Praxis-Website: Bevor sie werben, sollten Ärzte einen Blick ins Heilmittelwerbe-gesetz (HWG) werfen. Der Gesetzgeber hat dieses nun gelockert. Besonders die Neuerungen im Paragraph 11 sind für Ärzte entscheidend.

Kittel-Paragraph fällt

Bereits das Urteil des Bundesgerichtshofs vom 1. März 2007 erlaubte es Ärzten, sich in Berufskleidung abbilden zu



Dr. Britta Specht: „Fachtermini sind in der Werbung zwar erlaubt. Bei Ihren Patienten punkten Sie aber mit verständlichen Inhalten.“

lassen. „Jetzt müssen Mediziner auch nach dem HWG keine Abmahnungen mehr fürchten, wenn sie auf Werbefotos Berufskleidung tragen“, sagt Dr. Britta Specht, Vorsitzende des Medizinrechts-anwälte e.V.

Vorher-Nachher-Bilder erlaubt

Die Abbildungen sind nur untersagt, wenn sie Veränderungen des menschlichen Körpers in missbräuchlicher,

abstoßender oder irreführender Weise darstellen oder für Schönheitsoperationen werben.

„Ärzte nehmen die HWG-Novelle am besten zum Anlass, ihre Website und Drucksachen zu prüfen“, rät Specht.

Impressum

Herausgeber: Stiftung Gesundheit
Gemeinnützige Stiftung bürgerlichen Rechts
Behringstraße 28 a, 22765 Hamburg
Tel. 040 / 80 90 87 - 0, Fax: - 555
E-Mail: info@stiftung-gesundheit.de
Verantwortlich: Dr. Peter Müller
Redaktion: Medienbüro Medizin (MbMed)
ISSN 1619-0386 (Print)
ISSN 1614-1156 (Internet)