

Einsatz neuer Medien in Zahnarztpraxen – Teil 1

Erfolg für Praxis und Patient

Ein Beitrag von Dipl.-Ing. Steffen Konrad und Jens Schlerf

Der Einsatz von neuen Medien in Zahnarztpraxen spielt eine immer größere Rolle. Der Praxisablauf wird in allen relevanten Prozessschritten durch EDV mit der richtigen Software unterstützt. Die Dokumentation während der Behandlung wird durch Multimedialität im Behandlungsraum gefördert, die Behandlung wird für den Patienten mit der richtigen Unterhaltung angenehmer. Durch einen ansprechenden Internetauftritt können neue Patienten gewonnen werden, mit Hilfe von digitaler Kommunikation per E-Mail ist ein ständiger Informationsfluss zu Patienten möglich. In dieser fünfteiligen praxisorientierten Beitragsreihe wird der effektive Einsatz neuer Medien behandelt.

Einführung

In den letzten Jahren haben sich die vielfältigen Möglichkeiten des EDV-Einsatzes in Zahnarztpraxen und Online-Marketing enorm verbessert. Ein Computer in der Praxis ist heute Standard und insbesondere für die Abrechnung unabkömmlich. Ebenfalls ist der Einsatz von Printmedien wie eine Praxisbroschüre und das Ausstellen von Visitenkarten auch in kleineren Praxen üblich.

Damit sind die Möglichkeiten von moderner EDV und die Vorteile für Praxis und Patient allerdings nur ansatzweise umgesetzt: Der Computer im Behandlungsraum ermöglicht erst die karteikartenlose Praxis und die direkte Dokumentation einer Behandlung. Multimedialität im Behandlungsraum über intraorale Kameras oder etwa digitales Röntgen helfen bei der patientenbezogenen „Online-Dokumentation“, denn ein Bild sagt bekanntlich mehr als 1000 Worte.

Die Behandlung wird durch eine spannende Unterhaltung für den Patienten angenehmer: Eine Videosequenz oder eine Bilderserie lenkt von der eigentlichen Behandlung ab oder hilft Wartezeiten zu überbrücken. Diese Zeiten können Sie beispielsweise nutzen, um den Patienten über Ihre Leistungen ansprechend in digitaler Form zu informieren. Auch extern helfen Ihnen Online-Medien, den Praxiserfolg zu steigern. Ein Internetauftritt erlaubt eine multimediale Präsenz, das heißt der Patient kann Ihre Stimme hören, einen Videofilm über die Praxis sehen oder Ihre Patientenbroschüre aus dem Netz herunterladen. Aber auch „nüchterne Informationen“ wie eine Leistungsbeschreibung, Kontaktdaten oder eine Anfahrtsskizze mit Parkmöglichkeiten führen den Patienten auf direktem Weg in Ihre Praxis.

Insbesondere die jüngere Generation verwendet das Internet sehr aktiv, um die richtige Praxis für die benötigte Behandlung zu finden. Hier bieten sich eine Suchmaschinenoptimierung Ihrer Internetpräsenz sowie Online-Werbung an. Damit ist Ihre Praxis überregional mit vergleichsweise geringen Kosten präsent.

Über die digitale Kommunikation per E-Mail ist ein ständiger personalisierter Kontakt zum Patienten möglich. Der Recall sowie die Terminerinnerung per E-Mail sparen Zeit, eine regelmäßige Information mit einem ansprechenden Newsletter hält den Patienten über die Praxis oder etwa neue Behandlungsmethoden „auf dem Laufenden“.

Voraussetzungen

Die wichtigste Voraussetzung innerhalb der Praxis ist der Computer. Dieser stellt die „Schaltzentrale“ für multimediale Funktionen dar. Ist die Praxis mit einer Einplatzlösung am Empfang ausgestattet, kann diese allerdings nur der Patientenverwaltung dienen und ist für den Umgang mit Multimedialität und Online-Medien kaum einsetzbar. Nötig ist eine Vernetzung innerhalb der Praxis und, soweit möglich, ein Computer pro Behandlungsraum.

Hier lassen sich nun unterschiedliche Modelle beispielsweise über eine Dual-Monitor-Lösung implementieren. Zu beachten ist bei der Anschaffung die Wahl der richtigen Hardware. Diese sollte die nötigen Voraussetzungen für einen effektiven Einsatz im Behandlungsraum bieten.



Abb. 1
Patientenmonitor am
Behandlungsstuhl
der Praxis Dr. Berg-
mann & Partner in
Viernheim

Ebenfalls spielen die rechtlichen Rahmenbedingungen im Behandlungsraum sowie am Empfang eine wichtige Rolle und sind bei der Entscheidung für eine Hardwareausstattung zu berücksichtigen. Relevant sind hier das Medizin-Produkte-Gesetz (MPG) sowie die Datenschutzrichtlinien.

Ein häufig vernachlässigter Aspekt ist die Zukunftssicherheit einer EDV-Anlage. Ärztliche Aufzeichnungen sind mindestens bis zehn Jahre nach der Behandlung aufzubewahren, nach der Röntgenverordnung (RöV) sind Röntgenaufnahmen bis zu 30 Jahre nach der letzten Behandlung aufzubewahren. Dies erfordert Hard- und Software, die auch nach der vorgeschriebenen Laufzeit auf die benötigten Daten zugreifen kann.

Der Einsatz von neuen Medien wird nur „gelebt“, wenn die Bedienung und die Pflege einfach und intuitiv möglich sind. Wichtig dabei ist die homogene Verwaltung sämtlicher Medien an einer zentralen Stelle und das damit mögliche direkte Aufrufen je nach Bedarfsfall.

Als erste Voraussetzung für die Online-Präsenz sollte die Praxis ihren Namen, das heißt die begehrte Webadresse, im Internet sichern. Dabei ist darauf zu achten, dass die Webadresse originell, kurz und einprägsam ist und ohne einen Schreibmaschinenkurs eingegeben werden kann. Die Adresse sollte natürlich im direkten Bezug zu der Praxis oder den Leistungen der Praxis stehen (zum Beispiel oralchirurgie.com, praxis-dr-schmidt.de). Ob Ihre Wunschadresse noch frei ist, können Sie hier überprüfen: www.visionmaxx.net/domaincheck.html.

Trinon 1/3
62 x 260 mm

Auf dieser Grundlage sind nach der Einrichtung durch den Provider sowie durch den EDV-Betreuer der Versand und das Empfangen von E-Mails möglich. Hier sollte ein einheitliches Auftreten der Praxis beachtet werden: E-Mail-Adressen mit definierter Normierung (zum Beispiel info@oralchirurgie.com) sind Pflicht, ebenso eine identische Signatur am Ende einer E-Mail für jeden E-Mail-Absender. Natürlich benötigt die Praxis für die Kontaktaufnahme die E-Mail-Adressen der Patienten. Diese müssen analog der telefonischen Erreichbarkeit registriert und entsprechend verwaltet werden.

Auch der eigene Internetauftritt der Praxis kann auf dieser Grundlage aufgebaut werden. Bei der Erstellung sollte auf den Einsatz eines „Content-Management-Systems“ geachtet werden. Dies spart in der weiteren Pflege der Internetpräsenz Zeit und senkt die Kosten, da Sie Änderungen selbst einfach einpflegen können.



Abb. 2 Videosequenzen im Internetauftritt der Praxis Dr. Bergmann & Partner in Viernheim

Bei der Erstellung der eigenen Internetpräsenz sind einige Aspekte zu beachten. Zunächst sind die rechtlichen Rahmenbedingungen einzuhalten, die primär in Form des Impressums erfolgen. Dieses muss laut Teledienstegesetz (TDG) leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein. Pflichtangaben sind hier: Komplette Kontaktdaten der Praxis, zuständige Aufsichtsbehörde (KZV), zuständige Kammer, Angabe der berufsrechtlichen Regelungen (zum Beispiel Gebührenordnung für Zahnärzte) und, falls vorhanden, die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer. Des Weiteren empfiehlt sich ergänzend ein Haftungshinweis mit folgendem Wortlaut: „Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle übernehmen wir keine Haftung für die Inhalte externer Links. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.“

Bevor die Umsetzung des Internetauftritts beginnt, sollte die eingesetzte Technologie sorgfältig ausgewählt werden. Insbesondere Suchmaschinen können einen Internetauftritt im so genannten Frame-Layout nicht auswerten. Die Folge davon wäre, dass die umfassend erstellte Internetpräsenz in Suchmaschinen nicht gefunden wird und neue Patienten nicht den Online-Weg zur Praxis finden. Auch bei der Textgestaltung sollte die Suchmaschinenoptimierung eine Rolle spielen. Beispielsweise müssen Schlagworte in den Überschriften genannt werden und mit einer bestimmten Häufigkeit im folgenden Text auftauchen.

Auf diese und weitere Aspekte werden wir im Verlauf der Beitragsserie ausführlich eingehen.



Vitae

Dipl.-Ing. Steffen Konrad und Jens Schlerf

Die Autoren unserer Beitragsserie zum Einsatz neuer Medien sind Geschäftsführer der VisionmaxX GmbH und betreuen Zahnarztpraxen im Bereich EDV und Online-Vermarktung. Das Portfolio umfasst Komplettlösungen der Hard- und Software sowie das Erstellen und die Pflege von Internetauftritten.

Kontaktadresse:

Steffen Konrad; VisionmaxX GmbH
Schlossgartenstr. 16
64331 Weiterstadt
info@visionmaxx.net
www.it-arztpraxis.de