

*Damit die IGeL zum Patienten kommen*

## Tipps für Praxisposter



**Ob reisemedizinische Beratung, Laktattest, Akupunktur gegen chronische Schmerzen, Angebote zur Raucherentwöhnung oder ein jährlicher umfassender Gesundheits-Check: Die meisten Allgemeinpraxen haben mittlerweile Selbstzahlerleistungen im Repertoire, von deren medizinischem Nutzen die Ärzte überzeugt sind. Doch wie gelingt es, den Patienten geeignete individuelle Gesundheitsleistungen (IGeL) schmackhaft zu machen, ohne zum Marktschreier zu werden?**

Vom Marketing in der Allgemeinpraxis zu sprechen mag vielleicht hochgestochen klingen – aber im Grunde geht es genau darum: Den Patienten muss das erweiterte Leistungsspektrum einer Praxis bekannt gemacht und sie gezielt über Angebote informiert werden, die individuell sinnvoll sein können. Ziel ist natürlich, dass sie solche Selbstzahlerleistungen auch in Anspruch nehmen.

Doch viele Teams scheuen davor zurück, Patienten, die aus ihrer Sicht für eine Leistung in Frage kommen könnten, von sich aus offensiv darauf anzusprechen. Als weniger aufdringlich werden da schriftliche Informationen empfunden.

### Blickfang beim Anmelden und Warten

Als augenfällige und gleichzeitig wenig aufwändige Marketingmaßnahme bieten sich Poster an: Im Anmeldebereich und im Wartezimmer aufgehängt ist ein Plakat ein effektives Instrument, um Aufmerksamkeit für eine IGeL oder die aktuelle Impfkampagne einer Praxis zu schaffen. Zugleich können erste Informationen vermittelt werden. Vertieft werden die Inhalte dann in einem Flyer und im persönlichen Gespräch mit dem

**Unverwechselbar und besonders günstig sind natürlich von Hand gestaltete Poster. Nutzen Sie doch die nächste Teamsitzung als Kreativ-Workshop!**

Arzt oder einzelnen, ggf. spezialisierten Teammitgliedern (s. Kasten S. 35).

### Welche Inhalte gehören aufs Plakat?

Natürlich ist aber Poster ist nicht gleich Poster. Für eine möglichst effiziente Patientenansprache sorgen folgende Regeln:

1. Das gesundheitliche Problem benennen, z. B. „Haben Sie Rückenschmerzen?“, „Schlafstörungen?“ oder „Sie wollen endlich mit dem Rauchen aufhören?“ Die direkte Ansprache weckt die Aufmerksamkeit des Patienten und motiviert ihn zum Weiterlesen.
2. Die Bedürfnisse des Patienten ansprechen: „Möchten Sie wieder schmerzfrei leben?“, „Jede Nacht durchschlafen – das ist kein Traum“ oder „Gewinnen Sie mehr Lebensqualität“.
3. Eine Empfehlung aussprechen, z. B. „In unserer Praxis können Sie Ihre Schmerzen in den Griff bekommen. Wir empfehlen Ihnen...“, „Hier bekommen Sie Hilfe“ oder „Bei uns können Sie mit Akupunktur Ihre Nikotinsucht besiegen“. Neben der Information über das jeweilige Angebot bekommt

der Patient zusätzlich das Gefühl, in der Praxis gut aufgehoben zu sein.

4. Ein persönliches Gespräch anbieten. Das kann ganz einfach geschehen mit: „Sprechen Sie uns an!“ In diesem persönlichen Gespräch lässt sich am besten deutlich machen, warum diese Maßnahme individuell sinnvoll ist.

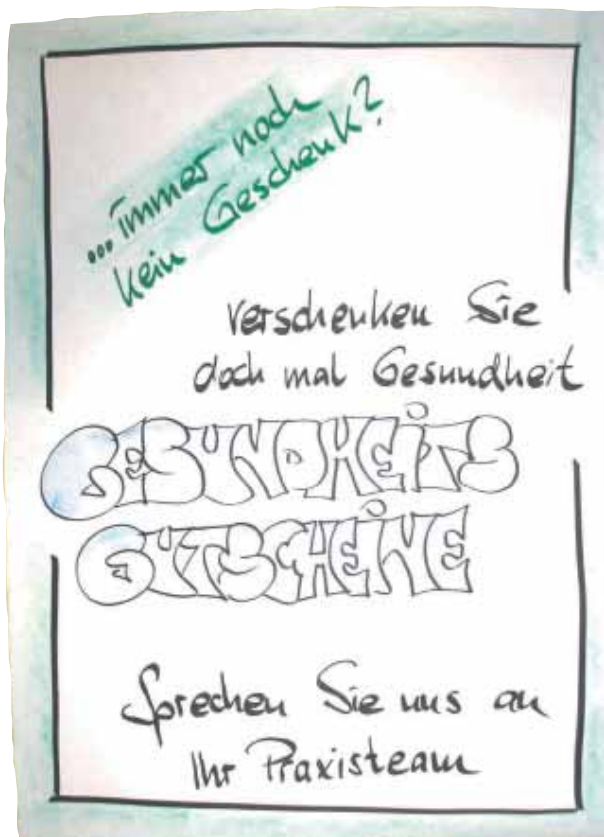
#### Je weniger Text, desto besser

Ein Poster soll ein Blickfang und erster „Aufmerksamkeitsfänger“ sein. Das erreichen Sie mit großer Schrift und einem ansprechenden Bild. Zu viel Text schreckt die Patienten dagegen eher ab.

#### Frei Hand oder am PC gestalten?

Ob das Praxisposter von Hand oder am Computer gestaltet wird, hängt maßgeblich von der Vorliebe des Teams ab:

- Handgeschriebene Poster haben eine persönliche Note. Gerade in kleinen Praxen können sie die familiäre Atmosphäre unterstreichen und Vertrauen fördern.
- Am Computer entworfene Plakate betonen die Professionalität. Allerdings sollte stets gut erkennbar bleiben,



dass es sich um ein Poster der eigenen Praxis handelt. Eine Verwechslung mit anderen Plakaten, z. B. von Verbänden, Organisationen, Krankenkassen oder Pharmafirmen sollte möglichst ausgeschlossen werden.

Hat die Praxis ein eigenes Logo, sollte dieses auf dem Poster deshalb keinesfalls fehlen (Tipps zum Logo: vgl. *Der Allgemeinarzt* 7/2010). Wenn es ein Praxisdesign gibt, z. B. bestimmte Kernfarben, Regeln für die Dokumentengestaltung etc., sollten diese Richtlinien beim Poster ebenfalls berücksichtigt werden. So wird auf den ersten Blick erkennbar, dass es sich um ein hauseigenes Angebot handelt.

Am besten ins Auge fällt das Plakat natürlich, wenn es mit möglichst wenigen anderen Aushängen um die Aufmerksamkeit der Patienten buhlen muss.

#### Poster kostengünstig erstellen

Insgesamt sind Plakate einfach und kostengünstig in der Herstellung: Am günstigsten sind natürlich handgestaltete Poster: Hier fallen lediglich Kosten für Stifte – am besten dicke Filzstifte oder Wachsmaler – und das Papier an. Ein Flipchartblock mit 20 Blättern der Größe 68 x 99 cm kostet ca. 6 €.

Am PC gestaltete Praxisposter können von einer Druckerei oder im Copy-Shop professionell gedruckt werden. Die Kosten für einen Druck im Format A0 (84 x 118 cm) betragen etwa zwischen 17 € für einen Schwarz-weiß-Abzug im Copy Shop und 45 € für ein farbiges Poster in der Druckerei. Diese Preise sind lediglich als Orientierungsmarken gedacht: Denn gerade Druckereien im Internet bieten teilweise äußerst günstige Angebote für den Druck von Postern und Flyern. Surfen und vergleichen kann sich also lohnen!

*Bodo Pauly*  
Geschäftsführer der Pauly Sales GmbH  
56295 Lonnig

#### Mitarbeiterinnen im IGeL-Verkauf schulen

Wenn Selbstzahlerleistungen nicht länger ein Schattendasein fristen sollen, ist es unerlässlich, das gesamte Team intensiv in das Thema IGeL einzubeziehen. Engagierte Mitarbeiter entlasten den Arzt, und die Patienten fühlen sich vom gesamten Team seriös betreut.

Beispielsweise bietet die Pauly Sales GmbH dreitägige Kompaktschulungen für medizinische Fachangestellte (MFA) zur IGeL-Praxis-Managerin (IPM) an. Neben Grundwissen zur Thematik und der Konzeption geeigneter Marketinginstrumente lernen die Teilnehmerinnen, das Praxisumfeld zu analysieren, die Patienten zu ansprechen und zu beraten, Kollegen zu coachen sowie die rechtlichen und buchhalterischen Anforderungen zu bewältigen. Seit 2004 haben bereits mehr 3 000 MFA diese Fortbildung erfolgreich abgeschlossen.

Im Herbst 2010 finden im Raum Frankfurt, München und Hamburg wieder Kurse statt. Die Kosten betragen 750 Euro inkl. MwSt., Verpflegung und einen Leitfaden, wie sich Selbstzahlerkonzepte in der Praxis einfach umsetzen lassen. Weitere Informationen und aktuelle Termine: [www.ipm-forum.de](http://www.ipm-forum.de)



Unter [www.fotolia.de](http://www.fotolia.de) können sich Praxen hochauflösendes Bildmaterial für die Verwendung auf Praxispostern günstig herunterladen.