

# IGeL - Ich hab's gelesen

WAS STEHT ÜBER SIE UND IHRE PRAXIS IN DER ZEITUNG? DAS, WAS SIE WOLLEN!  
DAS NEUE WARTEZIMMERMEDIUM „MYNEWSPAPER“ MACHT'S MÖGLICH.



„Alles“ liest der Patient im Wartezimmer - nur nichts über die Praxis, in der er sich gerade aufhält.

Wenn interessieren schon die Zeitungen und Zeitschriften im Wartezimmer? Jeden! „Die Zeit im Wartezimmer vergeht elend schleppend. Niemand unterhält sich. Totenstille. Alles glotzt in die von 1000 Händen abgegriffenen Zeitschriften“, schildert zum Beispiel ein genervter Patient im Internet-Forum [www.bambusratte.com](http://www.bambusratte.com) allen Mitlesern seine Wartezimmer-Erfahrungen: „Eine einzige dieser Gazetten liegt noch auf dem Tisch und ich greife sie mir. *Frau und Gesundheit*, auch das noch! Aber in der Not frisst der Teufel Fliegen ...“

Eine unmaßgebliche Einzelmeinung? Keineswegs. Auch bei [www.aerztelatein.de](http://www.aerztelatein.de) lassen sich Patienten darüber aus: „Doch zum Glück gibt es in einem anständigen Wartezimmer jenes Sammelsurium vielfach gelesener Zeitschriften. Bis der Sitznachbar das begehrte Magazin ausgelesen hat, schnell einen flüchtigen Blick in die vorletzte Ausgabe des Sperrmüllkalenders geworfen. Und auch vor Frauen im Spiegel, goldenen Blättern und wirklich wahren Geschichten wird nicht mehr halt gemacht.“

Sogar in der Rundfunksendung „Der Nächste bitte!“ (Deutschlandradio Berlin, 30. März 2004) be-

schäftigte sich die Reporterin erst einmal mit den bunten Lesezirkel-Blättern: „Ich nehme dann so fünf oder sechs Zeitschriften und lese immer alle Horoskope und freue mich darüber, was ich da so finde. Und wenn ich dann noch länger warten muss, dann lese ich z. T. auch Artikel über Königshäuser oder über Mode. Z. B. *Brigitte* oder die *Freundin* oder auch *Neue Post*, *Neues Blatt*, *Frau im Spiegel*, *Bild der Frau*. Das lese ich da alles.“

Horoskope also. Die aktuellen Liebschaften diverser Prinzen. Spekulationen über die Versicherungssumme für Jennifer Lopez' Po. „Alles“ lesen die Patienten im Wartezimmer – nur nichts über die Praxis, das Team, den Arzt. Über seine medizinischen Schwerpunkte. Über interessante IGeL-Angebote. Das geht auch anders. Und zwar mit einer tagesaktuellen Praxiszeitung.

„myNewspaper“ ist ein neues Zeitungsprodukt aus dem 4media-Verlag (Mindelheim), das Patienten über die wichtigsten Ereignisse in der Welt ebenso informiert wie über die Praxis, in der sie sich gerade aufhalten.

## DAS KONZEPT:

- Die Praxis erhält „myNewspaper“ nachmittags gegen 16 Uhr per E-Mail als PDF. Zu einem Termin also, da vor allem Berufstätige verstärkt die Praxis aufsuchen – und mehr als zwölf Stunden früher als die Morgenzeitung. Das wiederum heißt: Auch am darauffolgenden Vormittag sind die Inhalte noch aktuell.
- Die Auflage bestimmt der Arzt – er kann beliebig viele Exemplare ausdrucken, farbig oder schwarz-weiß.
- Auf vier DIN-A-4-Seiten sind die Top-News des Tages aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft redaktionell aufbereitet. Seite 5 ist vollumfänglich dem Arzt und seiner Praxis vorbehalten.
- Der Titelkopf der Zeitung wird vom Praxis-Logo dominiert. Für die Leser wird somit deutlich: „myNewspaper“ ist ein individueller Wartezimmer-Service ihres Arztes.
- Unter dem Rubrikentitel „Neues aus der Arztpraxis“ begrüßt der Arzt auf der Titelseite seine Patienten/Kunden mit einem persönlichen Text. Themen können zum Beispiel sein: Tipps zur Überbrückung der Wartezeit (Hinweis auf Getränke im



Wartezimmer etc.), neue Teammitglieder, Öffnungszeiten, Praxisgebühr und vieles mehr.

- Auf Seite 5 („Praxis aktuell“) findet der Leser ausschließlich Artikel rund um die jeweilige Praxis. Tipps der „myNewspaper“-Redaktion zur inhaltlichen Gestaltung:

- Stellen Sie die in der Praxis angebotenen Selbstzahlerleistungen vor.
- Informieren Sie über Ihre IGeL-Sprechstunde: warum Selbstzahlerleistung, wann Sprechstunde, Terminbesonderheiten.
- Erklären Sie Ihre diagnostischen und therapeutischen Verfahren.
- Behandlungszeiten und -kosten. Gehen Sie auf den Nutzen für den Patienten ein.
- Stellen Sie Geräte oder Reagenzien dar, mit denen diagnostiziert und therapiert wird.
- Weisen Sie auf weiteres Info-Material zum jeweiligen Thema hin.
- Kündigen Sie Veranstaltungen in der Praxis an (z.B. Tag der offenen Tür). Oder Ihre Vortragstermine bei regionalen Einrichtungen wie VHS, Gesundheitstage etc.
- Stellen Sie neue Service-Angebote dar, Sponsoring von Selbsthilfegruppen und andere Praxis-Marketingnachrichten.
- Erläutern Sie Abrechnungsformalitäten oder Kostenstruktur bei Selbstzahlerleistungen.
- Beschreiben Sie zusätzliche, nicht-medizinische Aspekte von IGeL, z.B. „Rezidiv“-Risiken, Gewährleistung bei Misserfolg, posttherapeutischen Service etc.
- Kommunizieren Sie Ihren Internet-Auftritt, weisen Sie auf Besonderheiten hin (z.B. Online-Terminvereinbarung).

Wie aber kommen die praxisindividuellen Texte und Fotos in die Zeitung? Axel Schiel, einer der beiden Geschäftsführer des 4media-Verlags, erklärt auf der Internet-Seite [www.mynewspaper.de](http://www.mynewspaper.de): „Sie schicken uns elektronisch Texte in einem Dateiformat Ihrer Wahl; vielleicht welche, die Sie bereits im Internet oder auf einem Flyer umgesetzt haben. Wir bauen Ihre Edition auf. Sie bekommen ein Korrektur-PDF. Nach Freigabe erscheinen Ihre Texte und Fotos für Sie automatisch in jeder Tagesausgabe. Bis Sie etwas anderes möchten.“

Natürlich gibt's „myNewspaper“ auch ohne praxiseigene Inhalte bzw. mit fertigen Texten zu IGeL-Verfahren und anderen Medizin-News.

Das renommierte Wirtschaftsmagazin „Impulse“ hat das „myNewspaper“-Konzept der individuellen, personalisierbaren Kundenzeitung bereits mit einem Bericht geadelt. Wohl zu Recht. Denn die Pilotstudie ARMAda (Allensbacher Relation-Media-Analyse) förderte unlängst zu Tage, dass Kundenmagazine als „in hohem Maße nützlich empfunden“ werden und deshalb auf eine breite positive Resonanz stoßen.

Kein Wunder, denn: „Die eigentliche Attraktivität der Kundenzeitschriften bildet die Präsenz des Mediums am Point of Sale (POS). Hier gelangen sie in die Hände derjenigen, die in dem Geschäft meist regelmäßig kaufen, wodurch sie als eines der besten Instrumente zur Pflege der Stammkunden prädestiniert sind.“

Und: Mehr als zwei Fünftel der Leser von Kundenzeitschriften loben den Nutzwert dieser Angebote. Laut ARMAda-Studie habe man dort schon „nützliche Tipps und Informationen“ gefunden. Fast jeder Dritte erinnerte sich daran, durch Hinweise in Kundenzeitschriften „schon einmal zu einem Kauf angeregt worden zu sein“. Demgegenüber stehen normalerweise die hohen Kosten eines eigenen Print-Mediums. Nicht in diesem Fall: Das „myNewspaper“-Abo kostet 48 Euro im Monat.

*Bernd Harder*

#### INFOS:

Ein kostenloses und unverbindliches 5-Tage-Probe-Abo können Sie anfordern unter:  
[www.myNewspaper.de](http://www.myNewspaper.de)  
 Telefon: 0 82 61 - 76 31 6 0  
 Telefax: 0 82 61 - 76 31 6 9  
 E-Mail: [info@4media-verlag](mailto:info@4media-verlag)