



Hausarzt-Team gewinnt Wettbewerb

Was eine Praxis-Website erfolgreich macht

GROSS-BIEBERAU – Dass eine Praxis-Website nicht langweilig sein muss, beweist der Sieger des diesjährigen Wettbewerbs „Deutschlands Beste Praxis-Website“. Doch auch auf diesem Siegel will sich die Gemeinschaftspraxis Bieberau nicht ausruhen.

Übersichtlich und zweckgebunden ist die Website der Gemeinschaftspraxis Bieberau, und trotzdem bietet sie einiges an Service sowie die Möglichkeit der Interaktion zwischen Websitebesucher und Praxis. Wir wollten nun genauer wissen, wer hinter dieser Website steht und vor allem, mit welchem Arbeitsaufwand die Website entstanden ist und gepflegt wird.

Selbst programmiert ganz ohne Agentur

Zwei bis drei Monate hat Dr. RALF FRÖHLICH, Allgemeinarzt aus Groß-Bieberau, an der Website gebaut. Die Ideensammlung für die Gestaltung hat allerdings länger gedauert. Da kann schon einmal ein halbes Jahr vergehen, so Dr. Fröhlich. Aber mit dem Ergebnis ist er sichtlich zufrieden. Und wie das Beispiel zeigt, muss keine Agentur die Gestaltung übernehmen. Wer sich ein biss-



Aufwändige Untersuchungen wie die Langzeitblutdruckmessung erklärt die Website.

chen einarbeitet, kann so eine Website auch selbst programmieren. Das spart nicht nur Kosten, sondern erhöht auch die Flexibilität. Änderungen können kurzfristig selbst durchgeführt werden. Die Aktualisierung der Website bleibt damit in der Hand der Praxis. Aber wozu überhaupt eine Praxis-Website? Für Dr. Fröhlich ist die Website ganz klar eine neue Möglichkeit der Interaktion zwischen Patient und Arzt. Hier können den Patienten Informationen gegeben werden, für die man in der Sprechstunde nicht immer Zeit hat. Und auch die Patienten haben die Möglichkeit, über ein

Dabei liegen die Schwerpunkte der Website auf Grundinformationen zur Praxis. Das sind die Sprechzeiten, die genaue Adresse sowie eine Anfahrtsskizze, aber ebenso die Vorstellung des Praxisteams. Zu jedem Teammitglied – auch zu den Helferinnen – gibt es Infos zu Arbeitsschwerpunkten und Ausbildung. Und zwecks Wiedererkennung in dem großen Team von immerhin fünf Ärzten und sieben Helferinnen ist noch ein Foto dabei. Zudem erhält der Website-Besucher einen Einblick in das Leistungsangebot der Praxis. Um Patienten die Angst vor unbekannten Untersuchungen zu neh-

men, werden dort auch einzelne Extraktformulare Wünsche zu äußern.

men, werden dort auch einzelne Verfahren wie z.B. das EKG erklärt. Und zwar möglichst in Laiensprache, betont Dr. Fröhlich.

Ein anderer Bereich der Website sind die allgemeinen Gesundheitsthemen, die je nach Jahreszeit und Aktualität wechseln. Zu finden sind hier Beiträge zum Thema „Fit durch den Winter“ oder „Reisemedizin“. Zusätzlich werden Themen aufgenommen, die wiederholt von Patienten in den Sprechstunden angesprochen werden, erklärt Dr. ALEXANDRA FRÖHLICH, die ebenfalls als Allgemeinärztin in der Praxis tätig ist. Das sind z.B. Fragen zum Thema Cortison oder zu Antibiotika.

Jede Woche 5000 Websitebesucher

Das Serviceangebot auf der Website wird leider noch zu wenig genutzt. So bietet die Website die Möglichkeit, Wiederholungsrezepte online vorzubestellen. Augenblicklich kommt es jedoch gerade einmal zu zwei Bestellungen pro Woche, erklärt Dr. Ralf Fröhlich. An der Werbung für die Praxis-Website kann dies nicht liegen, denn die wird auf den eigenen Rezepten, Medikamentenübersichten u.Ä. beworben. Dennoch plant Dr. Ralf Fröhlich den Service-Bereich der Praxis-Website weiter auszubauen. Das Feedback der Patienten sei durchaus positiv. Der ein oder andere würde in der Sprechstunde schon einmal erzählen, dass er sich auf der Website umgeschaut hat. Und zum gewonnenen Website-Wettbewerb habe es sogar Blumengeschenke gegeben.

Sowohl die Website als auch alle anderen Informationsmaßnahmen zielen eher auf eine „passive Ansprache“ der Patienten ab, wie es Dr. Ralf Fröhlich benennt. Die Patienten sollen die Möglichkeit haben, sich zu

Das ist nur ein Teil des Teams der Gemeinschaftspraxis Bieberau, die aus fünf Ärzten und sieben Helferinnen besteht. Ganz links vorne Dr. Ralf Fröhlich der die Website programmiert.



Wiederholungsrezepte gibt's auch online.



Palmen wecken Lust auf Reisemedizin.

Den Mieter für Schönheitsreparaturen verpflichten

Flexible Vertragsklauseln machen's möglich

KARLSRUHE – Schönheitsreparaturklauseln in Mietverträgen sind durchaus wirksam, solange es sich nicht um einen „starrten Fristenplan“ handelt und der tatsächliche Zustand der Wohnung berücksichtigt wird.

Regelungen in Mietverträgen wie das Durchführen von Schönheitsreparaturen in Küche und Bad spätestens nach drei Jahren oder in Wohn- und Schlafräumen nach fünf Jahren sind rechtmäßig. Das entschied jetzt der Bundesgerichtshof (BGH). Allerdings nur dann, wenn auch der Zustand der Wohnung berücksichtigt wird. Es muss folglich ein Passus im Vertrag ent-

halten sein, der es beiden Vertragsparteien erlaubt, Fristen bei gutem Zustand der Wohnung zu verlängern oder eben auch – bei einem schlechteren Zustand der Räume – zu verkürzen (Az.: VIII ZR 378/03).

Ausgangspunkt für das Urteil war die Klage einer gemeinnützigen Wohnungsbaugenossenschaft. Die wollte gerichtlich gegen eine Mieterin vorgehen, die am 30. April 2002 aus einer stark abgenutzten Wohnung ausgezogen war, ohne Schönheitsreparaturen durchgeführt zu haben. Die Klägerin verlangte daher Renovierungskosten sowie Schadensersatz wegen entgangener Mieteinnahmen von Mai bis Juli 2002.

Das Amtsgericht hatte der Klage stattgegeben, mit Ausnahme des

Schadensersatzanspruchs für Mietausfälle im Monat Juli. Die Beklagte legte jedoch Berufung ein und war damit zunächst auch erfolgreich: Das Landesgericht wies die Klage mit der Begründung ab, dass der Mietvertrag es auch ermögliche, den Mieter „für eine Abnutzung der Wohnung vor Beginn des Mietverhältnisses in Anspruch zu nehmen“.

Anders sah dies aber der BGH, der das Urteil des Amtsgerichtes nun wiederherstellte. Denn laut BGH regelt der Vertrag die Fristen für Schönheitsreparaturen erst ab Beginn des Mietverhältnisses. Zudem sei eben kein „starrer Fristenplan“ vorgesehen. Die Reparaturen würden sich am tatsächlichen Zustand der Wohnung orientieren. *reh*

informieren, werden aber nicht mit Infomaterial überhäuft. Selbst aktiv werden, heißt der Standpunkt der Praxis. Das zeigt sich auch darin, dass die gesamte Gemeinschaftspraxis eine werbefreie Zone ist. Stattdessen zieren Bilder die Wände. Blöcke, Selbstzahlerrezepte u.Ä. schmückt das eigene Praxislogo.

Seit ca. zwei bis drei Wochen läuft auch ein Fragebogen, der die Zufriedenheit der Patienten mit den Abläufen und der Atmosphäre in der Praxis abfragt. Dieser wird persönlich an die Patienten verteilt und kann auf der Website heruntergeladen werden. Doch auch hier ist die Online-Beteiligung gering, und das obwohl die Website wöchentlich um die 5000 Besucher zählt. Scheinbar überwiegt eben doch der Anteil der Website-Besucher, die sich nur informieren wollen. *reh*

@ www.praxis-bieberau.de