



VERSCHENKEN SIE GESUNDHEIT!

PRAXISMARKETING

Gesundheit ist ein ideales Geschenk

Geschenkgutscheine für IGEL werden inzwischen in immer mehr Arztpraxen angeboten. Wenn man es richtig macht, kommt dieses neue Angebot auch bei vielen Patienten sehr gut an.

VON SWANETT KOOPS

Gutscheine sind eine beliebte Variante, wenn Geburtstage oder Weihnachten vor der Tür stehen und die zündende Idee für ein Geschenk ausbleibt. Doch etwas wirklich Besonderes ist der folgende Kinobesuch oder das Einlösen des Warengutscheins im nächsten Kaufhaus nicht.

Persönlicher ist da schon ein Gutschein für eine Portion Gesundheit und Wohlfühlen. Mit entsprechenden Individuellen Gesundheitsleistungen (IGeL), die als Gutscheine in der Praxis gekauft und verschenkt werden können, haben niedergelassene Kollegen die Möglichkeit, ihr IGeL-Konzept noch attraktiver zu

gestalten. Das belegen jedenfalls die vielen positiven Erfahrungen von Kollegen, die diese relativ junge Idee bereits in ihren Praxen umgesetzt haben.

„Gutscheine für IGeL sind eine tolle Sache. Man hat die Möglichkeit, noch mehr Patienten zu gewinnen und leichter zu vermitteln, was man alles anzubieten hat“, sagt Caroline Beil, Praxisberaterin aus Hamburg. Doch wie sollten Kollegen vorgehen, wenn sie die Gesundheit zum Verschenken in ihrer Praxis anbieten wollen?

Als erstes sollte man überlegen, ob Gutschein-taugliche IGeL überhaupt ins individuelle Praxisspektrum passen. Nach Beils Angaben

eignen sich für die Gutscheine besonders Leistungen aus dem Wohlfühl- oder Wellnessbereich – wie etwa die Vitamin-Aufbaukur, die Sauerstoff-Mehrschritt-Therapie, die Airnergy-Therapie oder eine Wassermassage mit dem Hydrojet.

Weniger geeignet, aber grundsätzlich auch möglich sind Gutscheine für Leistungen, die zuvor eine spezielle Diagnostik erfordern. Hier nennt Beil als Beispiel etwa die Tonsillektomie bei Kindern mit Laser oder die Allergiediagnostik mit Biofeedback.

Ist klar, welche IGeL auch über Gutscheine angeboten werden sollen, kommt als zweiter Schritt die Gestaltung: „Die Gutscheine sollten schon etwas her machen. Dafür eignet sich kein billiges Papier, und auch die Produktion im Copyshop ist nicht zu empfehlen“, sagt Caroline Beil. Die Praxisberaterin rät zu einer ansprechenden Gestaltung mit einer Optik, die in das Konzept der Praxis

paßt, etwa mit dem individuellen Logo der Praxis – soweit vorhanden. Die Gutschein-Vordrucke sollten zwei Leerzeilen haben: In die erste kann der Betrag, in die zweite die verschenkte Leistung eingetragen werden. Der Käufer des Gutscheins erhält eine Rechnung und eine Quittung, auf der auch die entsprechende GOÄ-Ziffer für die ausgewählte Leistung aufgeführt ist.

Am besten ist es, das Gutscheinkonzept gemeinsam mit dem Praxisteam zu entwickeln. Dann ist gewährleistet, daß die Mitarbeiterinnen die Idee auch begeistert mittragen. Sie sind es schließlich in erster Linie, die die Patienten für die neue Geschenkidee gewinnen können. Bei der Patienteninformation sollte man sich aber nicht nur aufs persönliche Gespräch verlassen. Auch Infotafeln und Plakate sind sinnvoll, weil sie auf die Gutscheine aufmerksam machen und die mündlichen Informationen visuell unterstützen.

Die Gutscheine können das ganze Jahr über angeboten werden, doch empfiehlt Beil: „Gerade solche Durchhängermonate wie November oder Januar/Februar sind gute Zeitpunkte, um auf die Gut-

scheine aufmerksam zu machen, da dann Wellness-Angebote besonders gern genutzt werden.“

Eine ganz besondere Art von Gutschein hat Dr. Lutz-Ingo Fischer, Hausarzt-Internist aus München, im Angebot: „Wir bieten ein Gesundheitsabonnement über ein Jahr an,

bei dem die Patienten alle drei Monate zu einer Routineuntersuchung kommen.“ Diese Checks werden individuell angepaßt und enthalten Untersuchungen, die nicht zum GKV-Katalog gehören. Das Abonnement bietet er für 47 Cent pro Tag an, am Ende des Jahres wird abgerechnet, welche Leistungen in Anspruch genommen wurden. Seine Patienten seien begeistert, so Fischer, „da sie einen echten Gegenwert für ihr Geld bekommen“.

Auch Jörn Wartenberg vom Arzneimittel-Hersteller Jenapharm ist vom Konzept, Gesundheit zu verschenken, überzeugt. Das Unternehmen unterstützt Ärzte bei ihren Aktivitäten, indem es Gutscheine und Praxisplakate zur Verfügung stellt. „Eine Gutscheinaktion lebt von der Aktivität des Arztes. Wenn das Ganze nicht mit Leben gefüllt ist, hat es wenig Erfolg“, sagt Wartenberg.



„Mit Infotafeln und Plakaten kann man auf die Gutscheine hinweisen.“

CAROLINE BEIL

Checkliste für Geschenkgutscheine

- **Habe ich passende IGeL im Angebot?**
Alle Leistungen aus dem Wohlfühl- und Wellnessbereich eignen sich gut.
- **Bei der Gestaltung des Gutscheins sollte nicht gespart werden:**
Kein billiges Papier, ansprechendes Layout, hochwertiger Druck.
- **Der Gutschein sollte zwei Leerzeilen enthalten:** eine für die Leistung, eine für den Betrag.
- **Gutscheinaktionen sollten besonders kommuniziert werden:**
Visuelle Unterstützung der mündlichen Information durch Plakate.
- **Für eine Gutscheinaktion** eignen sich besonders die tristen Monate November, Januar und Februar, in denen sich jeder über eine Portion Wellness freut.
- **Wer den Gutschein kauft**, erhält eine Rechnung/Quittung mit entsprechender GOÄ-Ziffer.