

■ **AKTUELL**

- Telemedizin-Portal „TempoBy“ 2
- KBV stellt die Pflege des DOS-Prüfmoduls ein 2
- MCS und Docexpert verlassen den VDAP 2

■ **PRAXIS-MANAGEMENT**

- Marketing: Die Praxis-Broschüre als Patientenservice 3

■ **DURCHBLICK**

- Datensicherheit: Virenplage in Praxisrechnern 6

■ **PRAXIS-EDV**

- Sicher kommunizieren 8
- XML-Schnittstelle für das Disease Management 8

■ **KOMMUNIKATION**

- Qualitätsmanagement: Online-Qualitätszirkel für ärztliche Communities 10

- Das Internet als therapeutisches Medium: Selbsthilfe und Intervention 14
- Verbesserung der Schlaganfallversorgung 16

■ **SOFTWARE**

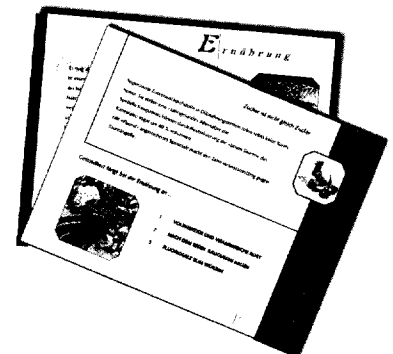
- Arzneimitteltherapie: Genetisch bedingte Nebenwirkungen vermeiden 17
- PhOSCo: Open-Source für klinische Studien 19



- Computergestützte Sehtherapie: Gesichtsfeldtraining zu Hause am PC 20
- Impressum 16

Praxis-EDV-Service online: Zusätzliche Informationen zum Thema „EDV in der Arztpraxis“ sind im Internet unter www.aerzteblatt.de/pc abrufbar.

Titelbildgestaltung: Eberhard Hahne
Fotos: Teltra GmbH, Bochum



Marketing in der Arztpraxis: Praxis-Flyer, Broschüren und Websites sind nicht nur Werbemedien, sondern bieten dem Arzt vielfältige Möglichkeiten, mit seinen Patienten zu kommunizieren. Seite 3



Qualitätsmanagement: Online-Qualitätszirkel für ärztliche Communities ermöglichen die bequeme und kostengünstige Teilnahme an zertifizierten Fortbildungsveranstaltungen. Seite 10

S T A N D P U N K T

Mit der RFID(Radio Frequency Identification)-Technologie könnte die Überwachung der Verbraucher künftig in völlig neue Dimensionen vorstoßen, befürchten Daten- und Verbraucherschützer. RFID-Chips in Kombination mit dem Electronic Product Code sollen demnächst die auf Verpackungen aufgebrachten Strichcodes zur Warenerkennung ersetzen. Jedes einzelne Produkt – und nicht nur wie bisher die Produktsorte – lässt sich damit weltweit eindeutig mit einer Seriennummer kennzeichnen. Ein „RFID-Tag“ besteht aus einem kleinen Transponderchip, auf dem die Daten gespeichert sind, und einer Antenne. Die Daten lassen sich per Funk auch über größere Entfernungen und ohne Sichtkontakt von Lesegeräten auslesen. Die Großhandelskette Metro hatte zum Testen bereits 10000 Kunden-

RFID-CHIPS

Lückenlose Kontrolle

denkarten ihres Future Store in Rheinberg mit RFID-Chips statt herkömmlicher Barcodes ausgestattet. Datenschützer kritisieren, dass damit Kunden unbemerkt ausspioniert werden können. So lassen sich genaue Bewegungsprofile der Kunden erstellen. Außerdem könnten die RFID-Codes mit Daten in einer Datenbank verknüpft werden, etwa mit dem Namen und Alter des Inhabers der Kundenkarte, um Informationen über das Kaufverhalten zu sammeln. Auf Proteste von Datenschützern (siehe www.foebud.org) hat die Metro die Kundenkarten zwar vorerst gestoppt, doch sollen die neuen RFID-Etiketten noch Ende 2004 eingeführt werden. Das Misstrauen lässt sich, sollte man meinen, nur durch größtmögliche Transparenz für den Verbraucher ausräumen. Hier sind der Handel und die Hersteller in der Pflicht. **KBr**