

- 3 **Smalltalk**
29 Impressum

POLITIK

- 4 **Polittalk**
6 **Just in Berlin**
8 **Ausblick 2010**
„Die Schlachtfelder der Häuptlinge“
17 **Gutachten:**
Auch Fachärzte verschwenden kein Geld
18 **Erster Selektivvertrag für Kardiologen:**
Sachertorte statt trocken Brot
20 **Aus dem Alltagsleben eines Kassenarztes**
Praxis-TÜV kommt – Medizin geht

MEDIZIN

- 23 **Medtalk**
24 Risikomanagement bei Typ-2-Diabetes
24 Gefahr fürs Herz
25 Pneumokokkenimpfung für Kinder
25 Koronare Herzkrankheit
26 **Kassenarzt-Praxis-Preis 2010**
Ehrung für ein pfundiges Konzept
30 Sublinguale Immuntherapie
33 Diabetische Polyneuropathie
34 **Diskussion um IQWiG-Chef:**
Sawicki weg – wirklich ein Gewinn?

UNTERNEHMERARZT

- 36 **Patienten mögen Nadeln**
38 **Die HzV-Abrechnung**
Gesamtvergütung geklärt
40 **Die KV-Abrechnung**
- eGk – Lesegeräte
- Meldepflicht für die Neue Grippe A/H1N1
- PCR-Untersuchung A/H1N1
- Tests vor künstlicher Befruchtung
- Formulierung von Altersangaben
45 **GOÄ-Abrechnung**
Sonografien in der Privatliquidation

Beilagenhinweis: Bitte beachten Sie die Beilage von Delta-V in dieser Ausgabe.

Leser wollen Medien, die sich nicht beirren lassen!*



Dr. med. Uwe A. Richter,
richter@kassenarzt.de

Puh, das gerade zu Ende gegangene Jahr war heftig, nicht nur publizistisch, sondern vor allem wirtschaftlich. Die Werbekrise hat die Medienhäuser – seien es Fernsehsender, Publikums- oder Fachverlage – heftig gebeutelt. Ein Minus in 2009 von fast 17 Prozent weniger Anzeigenseiten für die Publikumsverlage tat mehr als nur weh, es ist eine existenzielle Bedrohung für viele Medienhäuser. Auch die Medizinverlage konnten sich dem seit Jahren vorherrschenden Trend rückläufiger Anzeigenumsätze nicht entziehen. Mit der Konsequenz, dass an allen Ecken und Enden gespart wird. Nur – wo muss man, wo sollte man, aber wo darf man keinesfalls den Rotstift ansetzen?

Auf solcherart Fragen folgen üblicherweise langwierige Diskussionen – aber auch sinnvolle Entscheidungen? Ich bin fest davon überzeugt, dass die dabei oft gehörten Aussagen wie „Print ist im Zeitalter des Internet doch eh tot“ oder „Wenn Ärzte was wissen wollen, googeln sie“ in die Irre führen. Erlauben Sie mir an dieser Stelle eine Frage: Was ist die für Ärzte (und natürlich auch die meisten anderen arbeits- und fortbildungsintensiven Berufe) knappste und damit wertvollste Ressource? Zeit und damit verbunden die gewährte Aufmerksamkeit! Das Internet bietet Informationen in Hülle und Fülle und erlaubt blitzschnellen Zugriff auf diese. Aber spart das auch Zeit? Nach meiner Erfahrung nur dann, wenn man weiß, was man sucht, und wenn man die dargebotenen Informationen in ihrer Relevanz einschätzen kann.

Und deshalb lebt Print! Es geht nämlich kein Weg an einer guten Redaktion vorbei, die sichtet, auswertet, bewertet – und reduziert! Seriös, nachvollziehbar, unbeirrt. Die die Hintergründe aufzeigt, um die Aktivitäten der Politiker und Funktionäre zu verstehen. Die Ihnen den roten Faden in den Geschehnissen aufzeigt, statt nur ein rotes Wollknäuel hinzuwerfen. Kurz: Informationsrelevanz statt Redundanz. Und die eine Orientierung bietet in diesem unsäglichen und jeden Tag erneut stattfindenden „information overload“.

Deshalb darf ein Magazin wie „Der Kassenarzt“ auch nicht stehen bleiben, muss sich weiterentwickeln. Wir haben für uns die Aufgabenstellung daher so formuliert: Wenn das Internet in der Aktualität nicht zu schlagen ist, muss „Der Kassenarzt“ den Rahmen liefern, um all die Informationen einordnen, bewerten zu können. Das heißt ab sofort in jedem Heft konzentriert alles Wichtige aus den abrechnungsrelevanten Bereichen der GKV wie auch PKV: HzV, KV und GOÄ. Und IGeL!

Auch der Lesespaß darf nicht zu kurz kommen. Besonders ans Herz möchte ich Ihnen unsere neue Rubrik „Just in Berlin“ legen. Mit einem Augenzwinkern werden hier die Handlungsfäden der Gesundheitspolitiker zum Vorschein gebracht. Ab der Februarausgabe werden wir uns mit der Rubrik „Praxis-EDV“ intensiver diesem Markt widmen. Und ab der Märzangabe wollen wir uns immer mit einem medizinisch-therapeutisch relevanten Thema intensiv auseinandersetzen.

Klasse statt Masse, alles mit dem Ziel, Ihre Zeit nicht zu sehr zu strapazieren. Konzentriert und auf den Punkt. Monat für Monat und nicht mehr 14-täglich. Womit wir wieder bei den eingangs erwähnten schmerzhaften Entscheidungen angekommen wären ...

PS: ... aber wir machen das Beste daraus. Versprochen!

* Tyler Brülé, Chef des britischen Magazins „Monocle“ in der „Zeit“