

re ich Ihnen für weitergehende Informationen sehr dankbar.

Dr. med. Michael Goerig, Abteilung für Anästhesiologie, Universitäts-Krankenhaus Eppendorf, Martinstraße 52, W-2000 Hamburg 20

SCHWEIGEPFLICHT

Zu dem Beitrag „Ärztliche Schweigepflicht: Verrechnungsstellen, Praxisverkauf und andere umstrittene Punkte“, von Sabine Dauth in Heft 49/1991:

Umfang unklar definiert

Eigentlich gibt es gar keine ärztliche Schweigepflicht mehr.

Mein Beispiel: Die BG fordert wegen Auseinandersetzungen mit der Krankenkasse Abschrift der Krankengeschichte nach Unfallbehandlung. Auf meine Bitte um Vorlage einer Schweigepflichtentbindung beehrt man mich folgendermaßen:

„Nach § 100 SGB X ist jeder Arzt oder Angehörige eines Heilberufes verpflichtet, den Sozialleistungsträgern im Einzelfall auf Verlangen Auskunft zu erteilen, soweit die Auskunft für die Durchführung der gesetzlichen Aufgaben erforderlich ist. Auch nach den Vorschriften der Reichsversicherungsordnung (§ 1534 d RVO) ist der behandelnde Arzt verpflichtet, dem Unfallversicherungsträger Auskunft über die Behandlung und den Zustand des Verletzten zu erteilen.“

Hinter den meisten Patienten stehen Sozialleistungsträger. Laut Gesetz bedürfen diese noch nicht einmal einer pauschalen formellen Schweigepflichtentbindung durch ihre Klienten. Der Umfang der Auskunft ist unklar definiert und steht allemal im Ermessen der anfordernden Stelle – im Zweifelsfall totale Auskunft, nämlich die komplette Krankengeschichte.

Dr. med. Eberhard Grundmann, Hauptstraße 8, W-8412 Burglengenfeld

Medizin und Wissenschaft

Hintergrund Kultur. Psychotherapie unter der Lupe. Kongreßbericht aus Berlin von Ulrike Müller. **Drittes Fernsehen West, 24. Februar, 21.35 Uhr.**

Medizin-Magazin. Ratschläge zur Gesundheit, mit Dr. med. Marianne Koch. Themen heute: 1. Hämorrhoiden – Erkrankungen des Enddarms; 2. Muskelschwund und Spina Bifida - angeborene Querschnittslähmung bei Kindern. Redaktion: Karl Franken. **Drittes Fernsehen West, 24. Februar, 21.45 Uhr.**

Journal am Vormittag. Sprechstunde. Informationen aus der Medizin. Hörertelefon zum Thema Arzneimittel: Nutzen und Risiken. Studiogast: Prof. Jürgen Frölich, Medizinische Hochschule Hannover. Am Mikrophon: Gerd Klindt. **Deutschlandfunk, 25. Februar, 10.10 Uhr.**

Journal am Vormittag. Was meinen Sie? Ist Organspenden Christenpflicht? Am Mikrophon: Herbert A. Gornik. **Deutschlandfunk, 26. Februar, 10.10 Uhr.**

Computerservice

Die neue Folge des Wirtschaftsmagazins „WiSo. Wirtschaft und Soziales“ im ZDF am 27. Februar, 21.15 Uhr, hat zwei Schwerpunkte: Ein Porträt des Managers Daniel Goeudevert, 50. Das WiSo-Kamerateam begleitete den geborenen Franzosen flämischer Abstammung bei einer Betriebsversammlung und beobachtete, wie dieser Top-Manager bei den Arbeitern „ankommt“. Goeudevert erlaubte den Blick hinter die Kulissen der Automobilindustrie (er war Vorstandsvorsitzender der Ford AG in Köln).

Im zweiten Beitrag geht es um den Durch- und Über-

blick über die unterschiedlichen privaten Versicherungen.

Kein anderer Bereich umfaßt so viele Kombinationsmöglichkeiten von Leistungen wie die private Krankenversicherung. Gemeinsam mit dem Wirtschaftsmagazin „Capital“ entwickelte die WiSo-Redaktion einen Fragebogen und ein Computerprogramm, das die jeweils besten Preis-Leistungs-Verhältnisse unter den Angeboten der Versicherungsgesellschaften berechnen läßt – gleichgültig ob Sie bereits privat versichert sind, den Übergang zur privaten Krankenversicherung erwägen oder sozialversichert bleiben wollen und eine private Zusatzversicherung anstreben.

TV-Spot prämiert

Die Fernsehzuschauer des Senders „Tele 5“ wählen jeden Monat die besten Fernsehspots. Aus diesen Monatsiegern werden die fünf Jah-

ressieger gewählt. Zu den besten fünf Fernsehspots von 30 des Jahres 1991 gehört der im Auftrag des Bundesgesundheitsministeriums produzierte Aids-Aufklärungsspot „Supermarkt“.

Hier kauft ein junger Mann im Supermarkt Kondome und legt sie verschämt auf das Band an der Kasse. Die Kassiererin kennt den Preis nicht und fragt laut im Laden nach „Was kosten die Kondome?“.

Der Aufklärungsspot will zeigen, daß sich niemand beim Kondomkauf zu schämen braucht.

Die drei weiteren Aids-Aufklärungssspots „Rolfi“, „Das Problem“ und „Urlaub“ gehören zu den Monatssiegern des Jahres 1991.

Die Auszeichnung verdeutlicht, daß die Aids-Spots in der Bevölkerung als gut und originell empfunden werden und einen hohen Aufmerksamkeitsgrad erzielen. Dabei sind der Schutz vor HIV-Infektionen und die Solidarität mit den HIV-Infizierten und Aids-Kranken die zentralen Botschaften. BMG

1991 saßen die Bundesbürger täglich durchschnittlich über zweieinhalb Stunden vor der Mattscheibe. Rund zwei Drittel dieser Zeit entfielen auf die Öffentlich-Rechtlichen, wobei die ARD leicht vorn lag. Die dritten Programme der ARD hatten einen Marktanteil von 8,9 Prozent. Den Rest der Zeit teilten sich die Privatsender, die noch nicht in allen TV-Haushalten empfangen werden können.

