

## Internet für Mediziner immer bedeutender

Das Internet beeinflusst immer stärker den Alltag in deutschen Arztpraxen. Das geht aus einem Bericht der Ärzte Zeitung hervor. Demnach sind bereits zwei von drei Ärzten online, wie eine repräsentative Studie der Unternehmensberatung Boston Consulting Group belegt. Vor allem geht es den Ärzten darum, im Internet ihr Fachwissen aufzufrischen. Durchschnittlich verbringen sie dort drei Stunden in der Woche auf der Suche nach medizinischen Informationen (88 %) oder Fachartikeln (72 %). Bislang kommunizieren aber nur wenige der niedergelassenen Ärzte per E-Mail mit ihren Patienten.

## Dentalkunst im world-wide-web

„... Das Papier zeichnet sich in Verbindung mit der Solid-Ink Drucktechnik, durch seine hervorragende Planlage aus. Auf Grund der exzellenten Oberflächenveredelung des Papiers kommen die

leuchtenden Farben besonders zur Geltung – Poster 100 cm x 70 cm. Canvas ist ein Druckträger, der in seiner Beschaffenheit einer Leinenstruktur-Leinwand gleicht. Der Pigment-Tintendruck sorgt für lange UV-Stabilität bei Indoor-Anwendungen. Dieses edle Material eignet sich besonders zur klassischen Rahmung ohne Glas – Poster 100 cm x 70 cm ...“ So oder so ähnlich klingen sie, die Beschreibungen der Bilder, die sie online auf [www.dental-painting.de](http://www.dental-painting.de) bestellen können. Alle Dental-Paintings sind digital aufbereitet und Sie können sie zum Beispiel für Werbeträger, Flyer, Homepages oder Geschäftsberichte verwenden. Weitere Informationen und der Katalog zum herunterladen finden Sie unter:

[www.dental-painting.de](http://www.dental-painting.de).



Der Dental-Painting-Katalog.

## KZBV erweitert Internetangebot

Einen Überblick über den derzeitigen Stand der Versorgung mit Zahnersatz und Implantaten können Patienten jetzt im Internetangebot der Kassenzahnärztlichen Bundesvereinigung unter [www.kzbv.de/m41.htm](http://www.kzbv.de/m41.htm) abrufen. Die dort aktuell verfügbaren Artikel zum Thema informieren über technische Aspekte und klären über einzelne Behandlungsschritte auf. Verfasser der Artikel ist Prof. Dr. Kerschbaum von der Universität Köln.



## Studie: Sicherheit bei Online-Anbietern gewünscht

In der am 20. Mai 2003 veröffentlichten, vom Marktforschungsinstitut TNS Emnid als repräsentativ bezeichneten Umfrage sehen sich Internetnutzer als erste in der Pflicht, für ihre eigene Sicherheit im Netz zu sorgen. Das heißt, bei der Auswahl des Internetanbieters schauen sie mehr auf die angebotene Sicherheit als

auf den Preis. Sicherheit allgemein stehe in der Kundengunst noch vor der Stabilität des Netzwerks und erst an dritter Stelle entschieden sich künftige Surfer nach dem Preis. Die Studie wurde im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) und des Internetanbieters AOL durchgeführt.

## Werbe-E-Mails und Dosenfleisch

Keiner mag sie, die lästige Reklame im Internet. Der Volksmund verlieh den Werbe-E-Mails den Namen Spam. Wissen Sie was sich eigentlich hinter dem Namen verbirgt? Denn Spam ist eine Dosenfleisch-Marke aus den USA: Der im US-Bundesstaat Minnesota ansässige Hersteller Hormel erfand Spam im Jahre 1937. Der Name ist ein Kürzel für Spiced Ham, das steht für gewürzten Schinken und ist klein geschnittenes, gewürztes und in Blechdosen gepresstes Schweinefleisch. Im Zweiten Weltkrieg

wurde Spam, als Versorgung der Armeen, zu einem Begriff weit über die USA hinaus. Die Computernutzer sollen ihre Idee von einem TV-Sketch der britischen Comic-Truppe Monty Python erhalten haben. Darin sieht man ein Restaurant, in dem nur Spam-Gerichte angeboten werden: Suppe, Eier, Sandwiches, alles mit Spam. Eine Frau schreit „Ich mag kein Spam“, und eine Bande Wikinger grölt daraufhin „Spam, Spam, Spam ...“. So kam die lästige Net-Reklame zu ihrem ausgefallenen Namen.

### info:

Nach einer Studie der Marktforschung Ferris Research zufolge kostet die unerwünschte E-Mail-Flut Unternehmen und anderen Organisationen in den USA in diesem Jahr 10 Mrd. Dollar. Mit verschiedenen Aktionen wollen Internetprovider und Verbände nun auch in Deutschland auf Konfrontation gehen: AOL, Microsoft und Yahoo! haben kürzlich eine Kooperation zur Blockade massenhaft versandter Werbe-E-Mails vereinbart.