

# Verschaffen Sie sich **Klarheit**

## Patientenbefragungen zielsicher durchführen.

DIE PATIENTENBEFRAGUNG ist ein hervorragendes Instrument, um sich in regelmäßigen, nicht zu knappen Abständen Klarheit über seine Ordination zu verschaffen. Aber sie muss mit Vorsicht durchgeführt werden. Damit Sie ein brauchbares Ergebnis erhalten, müssen die Fragen richtig gestellt werden.

Sehr oft sehe ich im Rahmen meiner Beratungstätigkeit Patientenfragebögen im Einsatz, die kein Ergebnis bringen können: Muss der Patient beispielsweise zwei Punkte in einer einzigen Frage beantworten, erhalten Sie kein klares Ergebnis. Ein Beispiel: „Sind unsere Mitarbeiter freundlich und qualifiziert?“ Was soll nun beantwortet werden? Jede Frage Ihres Patientenfragebogens darf nur einen einzigen Punkt überprüfen.

### WAHL DER RICHTIGEN SKALA

Bieten Sie für die Beurteilung eine Skala von 1–5 an, so werden Ihre Patienten sehr, sehr viele Antworten im Mittelfeld – nämlich bei 3 – ankreuzen. Ganz einfach weil es bequemer ist, sich in der Mitte zu positionieren, als eine klare Aussage im Bereich „gut“ (1 + 2) oder „schlecht“ (4 + 5) zu treffen. Bieten Sie immer eine Skala von 1–4 an, damit muss der Patient eine klare Aussage treffen und kann sich nicht im Mittelfeld „einpendeln“.

Planen Sie auch offene Fragen ein, die individuell beantwortet werden können. Damit nützen Sie die Chance, auf Punkte hingewiesen zu werden, die Sie beim Erarbeiten Ihres Fragebogens vielleicht übersehen haben. Zum Beispiel: „Womit sind Sie besonders zufrieden?“, „Was sollten wir Ihrer Meinung nach verbessern?“.

### BEIM PATIENTEN BEDANKEN

Welche Fragen Sie Ihren Patienten stellen, hängt natürlich von Ihrer Praxis und Ihren Zielen ab. Ich darf Sie hier vor Standardlösungen oder „selbst gebastelten“ Fragebögen warnen: Ist diese Analyse nicht auf Ihre Situation zugeschnitten oder sind die

Fragen nicht richtig gestellt, erhalten Sie keine brauchbaren Ergebnisse. Im schlimmsten Fall beeinflussen dann total verzerrte Informationen die weiterführende Planung sogar negativ.

Arbeiten Sie als ersten Schritt einen Fragebogen aus – und lassen Sie diesen von einem Profi prüfen. Mit dieser Vorgangsweise sparen Sie sich aufgrund der Vorarbeit einiges an Kosten und können gleichzeitig sicher sein, dass Ihre Befragung auch brauchbare Ergebnisse bringt. Bedanken Sie sich nach einer Patientenbefragung schriftlich bei Ihren Patienten, ein kurzer Brief oder eine Postkarte reichen völlig aus.

### REGELMÄSSIGKEIT TUT NOT

Informieren Sie Ihre Patienten beispielsweise in Ihrer Patientenzeitung, einem E-Mail-Newsletter oder einfach einem Brief grob über das Ergebnis. Geben Sie gleichzeitig bekannt, welche (Verbesserungs-)Maßnahmen Sie planen. So sieht der Patient, dass sein Ausfüllen nicht „umsonst“ war; die Bereitschaft, bei der nächsten Befragung wieder mitzumachen, steigt.

Ärzte haben oft Angst, Ihren Patienten mit einer Befragung lästig zu sein. Doch führt man eine solche Befragung im angemessenen Zeitraum von jeweils zwei Jahren mit einem professionell gestalteten Fragebogen durch, erweist sich die Patientenbefragung als hervorragendes Instrument zur Steigerung der Patientenloyalität: Sie signalisieren damit eindeutig, dass Ihnen die Meinung Ihrer Patienten wichtig ist und Sie Wünsche und Beschwerden ernst nehmen.

### SPRECHEN SIE GEZIELT MIT DEM PATIENTEN

Fragen Sie ihn ganz einfach auch, was ihm gefällt, wie er Ihr Leis-

tungsangebot sieht, welche Wege er durch die Praxis nimmt, welche Vorstellungen, Erwartungen und Ängste er hat, wie er mit Wartezeiten umgeht. Informieren Sie sich darüber, welche Fragen er Ihren Mitarbeitern stellt. „Erforschen“ Sie auf diesem Wege auch, welche Meinung er von Ihrer erbrachten „Dienstleistung“ hat, um diese laufend verbessern zu können.

Platzieren Sie einen Patientenwunschbriefkasten gut sichtbar im Wartezimmer. Stellen Sie auch Papier und Stifte zur Verfügung. Damit verkürzen Sie Ihren Patienten zum einen die Wartezeit und haben andererseits die Chance, laufend direkte Hinweise und Tipps für die Weiterentwicklung Ihrer Praxis zu erhalten.

VIKTORIA HAUSEGGER,  
mehr.wert.  
für ärzte und apotheker  
marketing, das gezielt bewegt  
Tel. 0664/460 16 35  
office@mehrwertmarketing.at  
www.mehrwertmarketing.at



In der nächsten Ausgabe  
der Ärzte Krone lesen Sie

#### HONORARGESTALTUNG UND RÜCKERSATZ

Wie Wahlärzte ihre Tarife kalkulieren

#### ANLAUFVERLUSTE CLEVER NUTZEN

Bei Ordinationseröffnungen ist steuerliche Vorsicht geboten

#### FINANZIERUNGSBERATUNG „STATE OF THE ART“

Um einen Kredit richtig zu beurteilen, reicht der Zinssatz bei weitem nicht aus

#### INFORMATIONSBESCHAFFUNG MIT GRÖSSTEM NUTZEN

Die Patienten sehen das, was Ärzten und Mitarbeitern gerne entgeht