



VIKTORIA  
HAUSEGGER

## In einfachen Schritten zu einer besseren Kommunikation

**PRAxisMARKETING:** Im sensiblen Umfeld der Arztpraxis ist eine hohe Qualität der Kommunikation heute bereits ein entscheidendes Erfolgskriterium.

DIE ERWARTUNGEN der Patienten an ÄrztInnen haben sich in den letzten Jahren stark verändert. Heute werden ÄrztInnen als GesundheitsberaterInnen angesehen, als PartnerInnen, wenn es darum geht, die eigene Gesundheit zu erhalten.

Die Arztpraxis wird als Ort hochwertiger individualisierter Dienstleistung betrachtet – aber nur dann, wenn in der Praxis patienten- und serviceorientiert gedacht und gehandelt wird.

Auf der Liste der Erwartungen an einen Arztbesuch steht das Bedürfnis nach Information sehr weit vorn: Im gleichen Maße wie der Patient vom Zuzahler zum Bezahler wird, wird die Qualität der Kommunikationskultur zum Kriterium für die Wahl der Arztpraxis.

### KOMMUNIKATION IST KEINE NEBENSACHE

Niedergelassene ÄrztInnen verbringen rund 60–80% ihrer Tätigkeit im Gespräch mit den Patienten. Die Tragweite dessen ist jedoch vielen ÄrztInnen nicht bewusst. Im Vergleich mit den Möglichkeiten der modernen Medizin wird die Kommunikation zu Unrecht eher als Nebensache angesehen. Die über die Kommunikation entstehende enge Arzt-Patienten-Bindung ist aber nicht nur wichtig für den therapeutischen Erfolg. Die funktionierende Arzt-Patienten-Bindung ist zudem ein Wirtschaftsfaktor für jede Praxis.

### POSITIVE SPRACHE ALS SCHLÜSSEL

Viele Patienten sind jedoch mit dem Arzt-Patienten-Gespräch unzufrieden. Sie fühlen sich nicht ausreichend geschätzt. Ein

häufiger Grund für Irritationen sind beispielsweise Gesprächsunterbrechungen. Hinzu kommt, dass Patienten in Erklärungen zu ihrer Erkrankung mit vielen Begriffen konfrontiert werden, die sie nicht verstehen und die unter Umständen sogar Angst erzeugen. Ein Grund dafür dürfte auch darin liegen, dass es für Mediziner noch schwieriger ist als für andere Menschen, Positives herauszustreichen. Gerade in der Medizin wird der Fokus auf Defizite gerichtet und nicht auf das, was „funktioniert“.

Eine mögliche Folge mangelhafter Kommunikation ist, dass Patienten die Praxis wechseln.

Von ÄrztInnen und ihrem Team wird die darin begründete Unzufriedenheit von Patienten leider häufig zu spät bemerkt, um reagieren zu können. Mit hoher Wahrscheinlichkeit sind diese Patienten zwischenzeitlich auf der Suche nach jemandem, der mehr auf sie eingeht. Einfache Tipps für eine „positive“ Sprache sind im Kasten zusammengefasst.

### BARRIEREFREI ZU EINER GUTEN KOMMUNIKATION

Gute Kommunikation beginnt mit einer partnerschaftlichen Gesprächsposition. Dies ist gerade in schwierigen Situationen für den Beziehungsaufbau sehr förderlich. Die meisten ÄrztInnen sitzen während des Gespräches aber hinter dem Schreibtisch, d.h. dem Patienten gegenüber. Der Schreibtisch wird zur klaren Grenze zwischen Arzt und Patient.

Hinzu kommt, dass sich auf vielen Schreibtischen in Arztpraxen bewusst oder unbewusst aufgebaute Schutzwälle befinden. Das sind z.B. Bilder der Familie, Aufbewahrungsbehälter für Schreibtischutensilien, gestapelte Ablagekistchen, Blutdruckmessgeräte, Aktenstapel, Zeitschriften usw. Der Patient nimmt diese Barrieren unbewusst wahr – er spürt, dass er auf Distanz gehalten werden soll. Das behindert den so wichtigen „guten Kontakt“ zwischen Arzt und Patient. Betrachten Sie Ihren Schreibtisch kritisch und bauen Sie

### Die Gesprächsposition optimieren

- Partnerschaftliche Gesprächspositionen erleichtern den Beziehungsaufbau und die Untersuchung der Patienten: Neben dem Schreibtisch einander gegenüber ist ideal.
- Störungen sind Zeitfresser und Qualitätshindernisse, sie hinterlassen beim Patienten das Gefühl, nicht wichtig genug zu sein.
- Hindernisse und Barrieren auf dem Schreibtisch erschweren die Kommunikation. Entfernen sie diese!
- Der Bildschirm sollte maximal einen Winkel von 45 Grad zu Ihren Patienten haben. Nutzen Sie Flachbildschirme – sie haben weniger Raumbedarf und bilden im Gespräch eine geringere Barriere.
- Die Dokumentation sollte kurz und knapp während des Gespräches erfolgen.

DOS AND DON'TS IN DER KOMMUNIKATION MIT PATIENTINNEN		
	Don'ts	Dos
Möchten Sie etwas Positives ausdrücken, vermeiden Sie das Wort „nicht“ („nicht schwer“, „nicht schlecht“ ...).	„Als erster Schritt ist es nicht schlecht, dass sie schon 1,5 kg abgenommen haben. Bleiben Sie dran, dann erreichen Sie Ihr Ziel sicher.“	„Toll, dass Sie als ersten Schritt bereits 1,5 kg abgenommen haben ...“
Vermeiden Sie „keine Sorgen machen“, „keine Angst haben“ ...	„Machen Sie sich keine Sorgen. In wenigen Tagen wird das Gelenk abgeschwollen sein und Sie können es wieder normal belasten.“	„In wenigen Tagen wird das Gelenk abgeschwollen sein ...“
W-Fragen (warum, weshalb, wieso usw.) führen in Probleme und nicht zu Lösungen.	„Wieso fällt es Ihnen schwer, Bewegung in Ihren Tagesablauf zu integrieren? Wo liegt das Problem?“	„Morgens 20 Minuten für Bewegung einzuplanen ist ganz einfach ..., gehen Sie z.B. zu Fuß ins Büro, nehmen Sie die Treppen statt den Lift ...“
Das Wort „aber“ erschwert die Kommunikation, „und“ erleichtert sie.	„Bewegung ist gut, aber Sie sollten es nicht übertreiben. Flottes Gehen ist besser als Laufen.“	„Bewegung ist gut und denken Sie daran, dass flottes Gehen derzeit für Sie besser ist als Laufen.“
„Müssen“ erzeugt Druck und dieser automatisch Widerstand.	„Weil Sie im Fuß kein Schmerzempfinden haben, müssen Sie Ihre Füße täglich auf kleine Verletzungen kontrollieren. Sonst können sich daraus Geschwüre entwickeln.“	„Kontrollieren Sie Ihre Füße täglich auf kleine Verletzungen. Da Sie im Fuß kein Schmerzempfinden haben, ist das wichtig, um Verletzungen sofort zu entdecken.“
„Versuchen“ bedeutet nicht, etwas zu tun.	„Wir können versuchen, Ihre Allergie mit einem homöopathischen Mittel zu behandeln. Wenn das nicht ausreichend wirkt, stellen wir die Therapie um.“	„Als ersten Schritt behandeln wir Ihre Allergie mir einem homöopathischen Mittel. Ist die Wirkung nicht ausreichend, stellen wir die Therapie um.“
Vermeiden Sie Weichmacher und Konjunktive in Ihren Gesprächen – Sie verringern Ihre Erfolgchancen enorm.	„Mit Bewegung allein könnten Sie Ihren Blutdruck und Ihren Blutzuckerwert deutlich senken.“	„Bewegung allein reicht schon aus, damit Sie Ihren Blutdruck und Ihren Blutzucker deutlich senken.“

diese Kommunikationskiller ab! Ihr Patient soll sich nicht als „Bittsteller“ auf dem „billigen Platz“ fühlen.

### DIE GESPRÄCHSPOSITION OPTIMIEREN

Empfehlenswert ist es, den Patienten neben dem Schreibtisch Platz nehmen zu lassen. Der Bildschirm sollte zum Patienten einen Winkel von maximal 45 Grad haben. Das ist auch der gleiche Winkel, den Sie beim Schreiben in die Karteikarte einnehmen und wird daher von den Patienten akzeptiert. Bei einem 45-Grad-Winkel müssen Sie die Körperhaltung nicht vom Patienten abwenden. Gerade das „Abwen-

den“ wird unterbewusst als Unterbrechung empfunden. Lassen Sie den Computer nicht zu einem dominanten Bestandteil des Arzt-Patienten-Gespräches werden.

Ideal ist es, direkt dem Patienten gegenüber zu sitzen, eventuell neben dem Schreibtisch. Kleinere Untersuchungen werden dadurch einfacher und schneller durchführbar. Als Faustregel gilt: genug Distanz, um jedem Gesprächspartner eigenen Raum zu geben, und nah genug, um kleinere Untersuchungen durchführen zu können.

Das Bemühen um optimale Bedingungen und eine positive Sprache lohnt sich. Denn

### Buchtipps Erfolgreiches Marketing für die Arztpraxis



von Viktoria Hausegger  
Springer Wien/NewYork, 154 S.,  
ISBN 3-211-69774-8, 24,95 Euro

Marketing steigert die Zufriedenheit Ihrer Patienten und stärkt die Bindung. Professionell umgesetzt, verbessert es Ihren Praxisalltag und hat rein gar nichts mit „marktschreierischem“ Auftreten zu tun. Prägnant und übersichtlich schildert die Autorin das erforderliche Know-how für den gelungenen Marketingprozess. Anhand von Praxis- und Fallbeispielen aus dem Beratungsalltag macht sie verständlich, wie Praxismarketing funktioniert, und erläutert die erforderlichen Methoden und Instrumente, um sich im Wettbewerb künftig erfolgreich zu behaupten.

Das besondere Plus: viele praxisnahe Tipps und übersichtliche Checklisten. Dieses Buch hilft Ihnen dabei, Dienstleistungsmarketing zu integrieren und es zu einem selbstverständlichen Bestandteil Ihres Berufes zu machen. Viktoria Hausegger ist Expertin für Ärztemarketing und Marketing im Gesundheitswesen, Businessstrainerin und Wirtschaftsmoderatorin.

Bestellen Sie per  
Tel. 01/532 25 40-0, Fax Dw 20,  
bestellung@byblos.at

[www.medizinbuch.at](http://www.medizinbuch.at)

Patienten, die sich im Gespräch ernst genommen und verstanden wissen, fühlen sich gut aufgehoben. Sie sind Multiplikatoren und damit ihr effektivstes Werbemedium.

VIKTORIA HAUSEGGER  
mehr.wert. für ärzte und apotheker  
marketing, das gezielt bewegt.

office@mehrwertmarketing.at  
[www.mehrwertmarketing.at](http://www.mehrwertmarketing.at)