

17. November 2005

# Unnötiger Stunk im Wartezimmer

Langes Warten ohne ersichtliche Gründe und vorgezogene Patienten können so manchen Patienten in Rage bringen

Je klarer Patienten Abläufe in der Arztpraxis verstehen, desto großzügiger sind sie im Umgang mit Verzögerungen oder Ausnahmen. Die meisten nehmen persönliche Aufmerksamkeiten wahr und fühlen sich dadurch nicht so schnell übervorteilt.

„Wer kennt nicht das Problem, dass sich Patienten in der Reihenfolge übergangen fühlen? Dieser Fall tritt meist dann ein, wenn jemand aufgerufen wird, der offensichtlich erst später gekommen ist“, präzisiert Viktoria Hausegger, Spezialistin für Ärztemarketing in Wien.

## Wer zuerst kommt, ...

Manche Helferinnen können jedenfalls ein Lied davon singen. Sie kennen die Kommentare der enttäuschten Patienten, die sich oft auf die vermeintlich bessere Behandlung von Privatpatienten beziehen. „Dieser Eindruck kann womöglich vermieden werden, wenn man beim Aufruf die entsprechende Untersuchung betont, die ja nicht für jeden Patienten in Frage kommt“, so Hausegger. Natürlich gilt das nur für Untersuchungen, die für den Patienten nicht in irgendeiner Form unangenehm sind. Damit ließe sich aber in vielen Fällen vermeiden, dass sich Patienten in der Reihenfolge übergangen fühlen.

Jeder Patient weiß Aufmerksamkeiten zu schätzen. Deshalb empfiehlt Hausegger, Patienten persönlich aus dem Wartezimmer abzuholen und nicht nur per Sprechanlage aufzurufen, was unpersönlich wirkt und vielen unangenehm ist. Viele der in Praxen eingesetzten Sprechanlagen klingen auch nicht besonders angenehm. „Kratzende, scheppernde Lautsprecherdurchsagen, die kaum zu verstehen sind, lassen nicht gerade auf Professionalität schließen“, weist Hausegger hin. „Sofern die Patienten per Sprechanlage aufgerufen werden, sollte man sich zumindest einmal im Jahr selber im Wartezimmer aufrufen lassen, um den Eindruck zu testen, den die Patienten bekommen.“

Neben dem Serviceaspekt ist durch die persönliche Begleitung nicht selten auch noch der gesamte Ablauf beschleunigt. „Schließlich werden Rückfragen beim Personal und zusätzliche Wartezeiten des Arztes vermieden, die beispielsweise entstehen, wenn Pati-

enten die Durchsage nicht richtig verstanden haben“, so die Marketingexpertin.

Ein Arztbesuch beginnt für den Patienten dennoch mit Warten. „Natürlich möchte er wissen, wie lange es dauert“, gibt Hausegger zu bedenken. Das sollte ihm die Helferin offen und ehrlich sagen, und zwar von sich aus. Die Aussage: „Es dauert nur noch einen Moment!“, schürt die Erwartungshaltung und die Hoffnung, er käme gleich dran.

## Schlechte Taktik: Hinhalten

Nach etwa zehn Minuten beginnt dann der innere Kampf. Der Patient schaut erfahrungsgemäß auf die Uhr. Ab diesem Zeitpunkt ist ihm langweilig. Er sucht sich eine Zeitschrift und beginnt zu lesen. Muss er die zweite Zeitschrift beginnen, dauert es eindeutig zu lange. Er fragt sich nun, ob er aufstehen und nachfragen, rausgehen und seinen Ärger loswerden oder doch noch einen weiteren Moment warten soll.

Irgendwann reicht es auch dem diszipliniertesten Patienten. Er stürmt aufgeregt zum Empfang mit der Frage, ob man ihn wohl vergessen hätte. Wenn absehbar

>> Wenn absehbar ist, dass es länger dauert als geplant, sollte die Helferin den Patienten besser gleich von sich aus informieren. <<



**Viktoria Hausegger**  
mehr.wert. für Ärzte und Apotheker. Tel. 0664/460-16-35  
www.mehrwertmarketing.at

ist, dass es länger dauert als geplant, informiert die Helferin den Patienten besser gleich von sich aus. „Und sie sollte Vorschläge machen, wie er die Wartezeit überbrücken kann“, empfiehlt Hausegger.

Kommen Notfälle dazwischen, dann muss die Helferin oder noch besser der Arzt kurz in das volle Wartezimmer gehen und die Hiobsbotschaft verkünden. „Auch wenn das unangenehm ist“, so Hausegger, „gebührt es die Fairness gegenüber den Wartenden.“

Im Wartezimmer sollte der Patient eine gemütliche, heimelige, aber zugleich saubere und ordentliche Atmosphäre vorfinden, in der

er sich wohl fühlen und entspannen kann, in der Ängste schwinden. Wer seine Patienten bei Laune halten will, verwandelt sein Wartezimmer in eine Wohlfühlounge. Hausegger: „Wartezimmer können sich zu Entspannungsräumen entwickeln, und zwar vor und nach der Behandlung. Auch das hilft, unangenehme Wartezeiten zu überbrücken.“

MD ■

## AKTION

### Aktion: Marketing-Check für Ihre Praxis

#### Expertenanalyse sichert wirtschaftlichen Erfolg

Zu wissen, weshalb Patienten ausgerechnet in Ihre Ordination kommen (sollen), ist Voraussetzung zur erfolgreichen Führung des „Unternehmens-Arztpraxis“:

- Haben Sie die Patienten, die Sie sich wünschen?
- Wie oft werden Sie weiterempfohlen?
- Wie hoch ist Ihr Bekanntheitsgrad?
- Sind Sie als Spezialist bekannt?
- Wie und wo unterscheiden Sie sich von Kollegen?
- Was vermittelt Ihr Außenauftritt?

Die Kooperation der ÄRZTE WOCHE mit der Ärzte-Marketing-Agentur mehr.wert. für ärzte und apotheker ermöglicht es Ihnen, rasch Klarheit auf diese Fragen zu finden!

Der umfassende mehr.-wert.-Marketing-Check© gibt Antwort auf diese und viele anderen Fragen und zeigt Ihnen rasch Potenziale und Verbesserungsmöglichkeiten. Gleichzeitig erhalten Sie mit dem Ergebnis die Basis für die Etablierung eines maßgeschneiderten und wirkungsvollen Praxismarketings zur nachhaltigen Sicherung Ihres wirtschaftlichen Erfolgs.

#### So einfach geht's:

- Wir schicken Ihnen einen umfangreichen Fragebogen zu.
- Anschließend erhalten Sie eine telefonische „Bedienungsanleitung“.
- Sie füllen den Fragebogen aus und senden ihn retour.
- Die Spezialisten von mehr.wert.-marketing werten Ihre Antworten aus und kommentieren die Ergebnisse eingehend.
- Das Ergebnis der Analyse wird an Sie retourniert.
- Im ausführlichen Abschlusstelefonat erläutern Ihnen die mehr.wert.-Spezialisten das Ergebnis detailliert.

**Nützen Sie unsere Aktion und melden Sie sich rasch an!**  
Der Preis für dieses Komplettpaket beträgt Euro 490,- exkl. Umsatzsteuer.  
Infos und Anmeldung unter 0664/460-16-35.