

## Service in der Arztpraxis (5)

## Die Patienten müssen begeistert sein

**WIEN – Ärzte können sich gegenüber Mitbewerbern behaupten, wenn sie ihre Patienten nicht nur zufrieden stellen, sondern sie begeistern. Viktoria Hausegger, Geschäftsführerin der Agentur „mehr.wert. für Ärzte und Apotheker“: „Einfühlsame Mitarbeiter machen Patienten zu begeisterten Empfehlern.“ Notwendig sind dafür vorbildliche Vorgesetzte und auch motivierte Mitarbeiter, die ihre Begeisterung an den Patienten weitergeben.**

Der Patient von heute sucht nicht nur nach einem Arzt – er möchte ein Behandlungserlebnis, das ihn begeistert. Auch Ärzte müssen sich



Viktoria Hausegger

etwas einfallen lassen, um die Patienten zu begeistern und sich dadurch Wettbewerbsvorteile zu verschaffen. „Das angestrebte Ziel sollte sein, dass die Menschen genau Ihre Praxis gerne haben und ein gutes Gefühl bekommen, wenn sie Ihr Logo irgendwo sehen“, erklärt die Marketingexpertin.

Der Begriff Patientenbegeisterung darf aber nicht mit Patientenzufriedenheit gleichgesetzt werden. Patientenzufriedenheit bedeutet lediglich, dass der Patient die Leistung, die er erwartet auch bekommt. Zumindest hat in diesem

Fall die Wahrnehmung der erbrachten Leistung seine vorherige Erwartung erfüllt. Unzufriedenheit entsteht, wenn die Erwartungen höher sind als die wahrgenommene Leistung. Patientenbegeisterung hingegen bedeutet, dass die Erwartung sogar übertroffen wird.

Hausegger: „Optimal ist, wenn die Patienten glauben, dass sie mehr erhalten haben, und deshalb überrascht sind.“ Die Überraschung ist ein wesentlicher Bestandteil der Patientenbegeisterung, sie ist spannend und vermittelt einem das Gefühl, etwas ganz Besonderes zu erleben.

### Erwartungshaltungen

Um einem potenziellen Patienten mehr bieten zu können, als er erwartet, muss man zunächst wissen, welche Erwartungen er überhaupt hat. Das Verhalten hat sich in den letzten Jahren drastisch geändert. „Was jeden Patienten beeinflusst, sind Emotionen“, so Hausegger. Die Entscheidungen für oder gegen eine Praxis finden nicht im Kopf statt, sondern im Bauch. Dabei punkten Leistungen, Services und



Die Entscheidungen für oder gegen eine Praxis finden nicht im Kopf statt, sondern im Bauch. Letztlich wollen sich Patienten wohl fühlen.

Erlebnisse, die gute Gefühle vermitteln, anstatt nur Fakten zu bieten.

Gute Gefühle werden unter anderem geschaffen durch:

- ▶ Ästhetik,
- ▶ sinnliche Erlebnisse,
- ▶ Spaß,
- ▶ Einzigartigkeit,
- ▶ Ambiente,
- ▶ Vertrautheit und
- ▶ Prestige.

Mit den richtigen Bildern wird Kino im Kopf erzeugt. Das ist wichtig für die Nachfrage der Leistungen und auch für die Compliance der Patienten.

Zwei einfache Beispiele dazu:

- ▶ **Im Restaurant:** Essen ist nicht gleich Essen. Es ist ein Unterschied, ob man nur satt werden will oder ob man ein exklusives

Restaurant auswählt, das einen besonderen Ruf genießt. Wenn man dann Champagner statt Sekt bestellt, vermittelt das noch stärker das Gefühl, etwas Besonderes „zur Feier des Tages“ zu genießen.

- ▶ **Beim Friseur:** Geht man zum Friseur, kann man sich nur die

Haare schneiden lassen, oder aber der Friseur vollzieht bei einer Person eine Typveränderung, die zehn Jahre jünger macht. Das vermittelt zusätzlich noch ein neues Lebensgefühl.

Um den Patienten glücklich zu machen, muss er sich geborgen, verstanden, akzeptiert und umsorgt fühlen. Einfach ausgedrückt, er möchte „geliebt“ werden. „Mit einem guten, authentischen Patientenservice können Sie dieses Gefühl dem Patienten vermitteln. Gelingt dem Praxisteam dies, empfiehlt der Patient auch garantiert die Ordination weiter“, so Hausegger. *red*

Foto: Bilderbox

Viktoria Hausegger ist Geschäftsführerin der Agentur mehr.wert. für Ärzte und Apotheker.  
www.mehrwertmarketing.at  
E-Mail: office@mehrwertmarketing.at

i

### Qualität durch Patientenbefragung

## Wie zufrieden sind die Patienten?

**WIEN – Schon mehr als 200 Ordinationen haben das Angebot von der ÖQMed<sup>1</sup> genutzt, bei ihren Patienten eine Umfrage über die Zufriedenheit mit der Praxis durchzuführen. Das Ergebnis: Von den bisher über 13.000 Patienten waren 83,9 % mit ihren Ärzten zufrieden.**

„Viele Patienten trauen sich nicht, im direkten Gespräch mit dem Arzt ihre Kritik zu äußern. Die schriftliche Befragung ist daher die ideale Möglichkeit, ein Feedback der Patienten zu erhalten“, erklärte Dr. OTTO PJETA, Präsidentsreferent für Qualitätssicherung und Qualitätsmanagement der Österreichischen Ärztekammer. Initiiert wurde das Projekt von der Bundeskurie niedergelassene Ärzte, mit der Durchführung wurde das „Ärztliche Qualitätszentrum“ beauftragt. Träger des Projektes ist seit 2008 die ÖQMed in Kooperation mit dem „Ärztlichen Qualitätszentrum“.

Dr. ESTHER THALER, ÖQMed-Geschäftsführung: „Das Projekt Patientenbefragung in Ordinationen gibt niedergelassenen Ärzten die Möglichkeit, ihren Status quo in der Patientengunst zu reflektieren und anonym mit Kollegen zu vergleichen.“ Dadurch erhalten niedergelassene Ärzte eine kompetente und kostengünstige Möglichkeit zur Evaluierung der Patientenwünsche. „Das ist ein wichtiger Beitrag zur Qualitätsförderung. Jeder teilnehmende Arzt, die Mitarbeiter und die Pa-

tienten profitieren davon“, so Dr. Thaler. Ziel der Patientenbefragung ist es Stärken und Verbesserungspotenziale der Ordination auch im Vergleich mit anderen Kollegen herauszuarbeiten.

Die Befragung ist nach wissenschaftlich abgesicherten Qualitätsvorgaben erstellt. Der Fragebogen kann von der Webadresse www.patientenfragebogen.at heruntergeladen werden und besteht aus einem Basisteil und einer Auswahl von individuell auf die Ordination abgestimmten Ergänzungsfragen. Dr. Thaler: „Abgedeckt werden die für die Patientenzufriedenheit wichtigen vier Themenblöcke Kommunikation, Organisation, Kompetenz und Information.“ Die Patienten erhalten die Fragebögen, füllen sie anonym daheim aus und retournieren sie an das Ärztliche Qualitätszentrum. Die Ordination bekommt einen Auswertungsbericht und eine telefonische Besprechung der Ergebnisse. *TS*

<sup>1</sup>Österreichische Gesellschaft für Qualitätssicherung und Qualitätsmanagement

Pressegespräch „Patientenbefragung“; Wien, Oktober 2008

### Patientenbefragung

**Leistungsumfang:** Beratung und Durchführung der Befragung und Auswertung  
**Kosten:** 480 Euro  
**Info:** ÖQMed,  
Tel.: 01/512 56 85-43;  
www.patientenbefragung.at

## Steuertipp

### MT-Serie zum Thema Steuer

## Begünstigter Fahrtkostenersatz für die Mitarbeiter

**WIEN – Gestiegene Benzinpreise und eventuell auch ein erhöhtes Umweltbewusstsein verleitet immer mehr Menschen dazu, auf öffentliche Verkehrsmittel umzusteigen. Als Dienstgeber können Sie Ihre Mitarbeiter dabei finanziell unterstützen.**

beitragsfrei. Hinsichtlich anderer Abgaben besteht jedoch Pflichtig-



Mag. Wolfgang Leonhart

Alles, was letztlich mehr Geld im Börsel bedeutet, freut den Mitarbeiter und bindet ihn mehr an den Dienstgeber. Nicht immer muss das viel kosten: Ersetzt der Dienstgeber dem Dienstnehmer die tatsächlichen Kosten für Fahrten zwischen Wohnung und Arbeitsstätte mit Massenbeförderungsmitteln, so sind diese Kosten in der Sozialversicherung und für die betriebliche Vorsorgekasse

keit. Woran kann man sich orientieren?

- ▶ Benutzt der Dienstnehmer öffentliche Verkehrsmittel, kann die dafür gekaufte Jahreskarte herangezogen werden.
- ▶ Benutzt der Dienstnehmer keine öffentlichen Verkehrsmittel, können die Kosten bei ÖBB, Post etc. erfragt werden.

- ▶ Verkehrt zwischen Wohnung und Arbeitsstätte kein Massenverkehrsmittel bzw. ist die Benutzung auf Grund zu großer Distanz unzumutbar, kann ab 1. Juli 2008 ein beitragsfreier Fixbetrag von Euro 0,11 pro Straßenkilometer herangezogen werden.

Steuerberater

Mag. Wolfgang Leonhart  
1070 Wien, Mariahilferstr. 74a  
www.leonhart.at



Wenn Sie eine Frage oder eine Anregung zum Thema Steuer haben, helfen wir Ihnen gerne weiter:  
Medical Tribune  
Tel.: 01/54600-320  
redaktion@medical-tribune.at  
www.medical-tribune.at