



© Catherine Yeulet – iStockphoto.com

Patientenzuwendung

Was tun gegen „Ärzte-Hopping“?

ES GIBT IMMER NOCH ÄRZTE, die meinen, vermehrte Patientenzuwendung sei ein Ausdruck mangelnder Wissenschaftlichkeit. Das Gegenteil ist der Fall. Eine distanzierte Position des Arztes und seiner MitarbeiterInnen wird vom Patienten als unnahbar, gefühllos und abweisend erlebt. Dies erzeugt ein Gefühl von Abhängigkeit und Hilflosigkeit. Erhält der Patient nicht die erwartete und erhoffte Aufmerksamkeit, versteht er zudem nichts von den medizinischen Fachbegriffen, mit denen der Arzt aufwartet, trifft er beim Empfang auf abweisende HelferInnen, dann geht er zum nächsten Arzt: „Ärzte-Hopping“ – auf der Suche nach Verständnis.

Erst eine spürbare Zuwendung des Arztes schafft den erwünschten Dialog und ermöglicht damit auch ein Mitarbeiten des Patienten. Der Patient fühlt sich dem Arzt nicht mehr ausgeliefert, sondern vielmehr partnerschaftlich akzeptiert und verstanden. Die Folge: Er wird besser kooperieren, die Compliance steigt. Wie wird nun der Arztbesuch für den Patienten zu einem – im Rahmen des Möglichen – angenehmen Ereignis? Am besten klappt das, wenn Sie und Ihre MitarbeiterInnen sich in die Lage des Patienten versetzen und den Ordinationsbesuch aus seiner Sicht betrachten.

MIT DEN AUGEN DER PATIENTEN

Wann haben Sie sich zuletzt einmal bewusst in die Lage des Patienten versetzt?

Wann haben Sie sich zuletzt gefragt, was er tun muss, welche Mühsal er auf sich nehmen muss, um von Ihnen behandelt zu werden? Wann haben Sie sich zuletzt gefragt, wie Sie ihm dabei helfen können? Wann haben Sie sich zuletzt gefragt, welche Gründe ein Patient hat, ausgerechnet in Ihre Praxis zu kommen? Womit hat sich Ihre Praxis einen besonders guten Namen gemacht? Was bekommt der Patient bei Ihnen, welche außergewöhnlichen Leistungen bieten Sie an? Welche bekommt er nur bei Ihnen, welche könnten Sie ihm zusätzlich anbieten?

Betrachten und erleben Sie Ihre Praxis doch einmal aus Sicht des Patienten! Kommen Sie doch einmal mit dem Rad und ein anderes Mal mit dem Bus zur Praxis. Parken Sie beim nächsten Mal Ihr Auto dort, wo sich Ihre Patienten einen Parkplatz suchen müssen. Gehen Sie einmal auf die Patiententoilette Ihrer Praxis, versuchen Sie Ihr Jackett dort irgendwo aufzuhängen, und laufen Sie anschließend mit einem Urinbecher über den Flur zum Labor (wenn so etwas auch bei Ihnen von den Patienten erwartet wird). Setzen Sie sich für eine etwas längere Zeit in Ihr Wartezimmer, und legen Sie sich einmal halbnackt auf Ihre Untersuchungsliege. Es gibt eine Vielzahl von Möglichkeiten, die Praxis aus der Patientenperspektive zu erleben und dabei viele neue Erkenntnisse zu gewinnen.

BETRIEBSBLINDHEIT VERBIRGT SCHWÄCHEN

Dennoch werden einem viele Schwächen der Praxis verborgen bleiben, weil man einfach „betriebsblind“ ist. Vieles ist so selbstverständlich geworden, man hat es so oft gesehen, dass es einem nicht mehr auffällt. Verändern Sie daher Ihre Perspektive noch weiter, und gehen Sie die Patientenwege doch einfach mal mit einer Videokamera. Filmen Sie alles, was dem Patienten in der Praxis begegnet.

Betreten Sie die Praxis mit der Kamera, sehen Sie Ihre Helferinnen durch das Objektiv an, filmen Sie sitzend im Wartezimmer und liegend im Therapiebereich. Nehmen Sie für die Aufnahmen die typischen Positionen der Patienten ein. Filmen Sie Plakate, Türen, Toilette, Formulare und alles, was auch der Patient zu Gesicht bekommt. Später schauen Sie sich den Film gemeinsam mit Ihren Helferinnen über einen möglichst großen Fernseher an. Sie werden so Ihre „Praxiswelt“ noch eher mit den Augen der Patienten sehen und viele Unzulänglichkeiten entdecken können.

VIKTORIA HAUSEGGER
mehr.wert.

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

