

Gelebte Patientenorientierung

Zunächst war Fitness angesagt. Im Mittelpunkt stand die körperliche Ertüchtigung, die Stählung des Körpers. Dieser Trend wurde abgelöst vom Wellness-Boom. Die genüssliche Entspannung und das Verwöhntwerden sollen helfen, in einer immer anspruchsvolleren Leistungsgesellschaft Ausgleich zu finden. Vor uns liegt jetzt das Zeitalter des Selfness: Beginnend mit dem Nomadentum über die Zeit der Ackerbauern, das Industriezeitalter bis zur Informationsgesellschaft war der Mensch bisher vor allem damit beschäftigt, sich mit der Umwelt auseinander zu setzen. Jetzt gilt es, dass er Innenschau hält, Eigenverantwortung übernimmt für sein Wohlbefinden von Körper, Geist und Seele – wie die WHO Gesundheit definiert. Alle Trendforscher sind sich einig, dass Gesundheit einer der Megatrends unserer Gesellschaft ist. Es steigt die Bereitschaft, Zeit und Geld in das eigene Wohlbefinden zu investieren. Gleichzeitig ändern sich damit die Erwartungen der Patienten an den Arzt. Schon spannend, dass „Pharmazie“ vermutlich die gleiche griechische Sprachwurzel hat wie der „Sündenbock“. Statt Eigenverantwortung zu übernehmen werden die unerwünschten Symptome in die Wüste geschickt. Vordergründig eine einfache, rasche Lösung. Mehr und mehr spricht es sich jedoch herum, dass Ärzte vor allem die Patienten unterstützend begleitende Vertrauenspersonen sein sollen, die zu nachhaltiger Gesundheit und nicht nur zur akuten Symptombereinigung beitragen.

Die Gespräche zwischen Arzt und Patienten gewinnen an Bedeutung. Sie sind unerlässlich, dass sich der Arzt ein umfassendes Bild von den die Gesundheit beeinflussenden Lebensaspekten verschaffen kann. Patienten wollen in die Entscheidungen der Diagnostik und Therapie eingebunden werden. Neben der fachlichen Richtigkeit geht es um die Verständlichkeit und die Aussagekraft der Informationen für die Patienten. Dass sich der Arzt Zeit nimmt für die Anliegen der Patienten, dass er für die gesundheitlichen Probleme ein offenes Ohr und Verständnis bietet, dass er respektvoll und wertschätzend auf den Patienten zugeht, sind zentrale Qualitätskriterien für Ärzte als Gesundheits-Dienstleister.

Das deutsche Wort „Dienst-Leistung“ bringt es auf den Punkt: die ärztlichen Leistungen, das Fachwissen, die Expertise ist nur eine Seite der Medaille. Was es vor allem auch noch braucht, ist die Bereitschaft und die Demut des Dienens. Und dabei gilt der Grundsatz „die Kunden sind kundig“ – für ihre Empfindungen und die von ihnen wahrgenommene Qualität z.B. „Mein Arzt hat Verständnis für mich und meine gesundheitlichen Belange.“ „Ich fühle mich von meinem Arzt ernst genommen, er wahrt meine Intimsphäre.“ „Ich vertraue meinem Arzt in gesundheitlichen Belangen.“ „Ich fühle mich gut ärztlich betreut.“ „Ich kann den Arzt weiterempfehlen, auch wenn ich für die ärztlichen Leistungen zahlen bzw. sie vorfinanzieren muss.“ Diese subjektiven Sichtweisen der Patienten sind letztendlich ausschlaggebend für das Image der Ärzte.

Auch für ärztliche Leistungen gilt zunehmend, dass man sich auf einem Gesundheits-Kundenmarkt behaupten muss. Während früher in einem Anbietermarkt Patienten dankbar waren, überhaupt vom Arzt einen Termin zu bekommen, ist es zunehmend so, dass Patienten von ihren Wahlmöglichkeiten Gebrauch machen. Betriebswirtschaftlicher Erfolg ist für Arztpraxen nicht mehr selbstverständlich. Gerade Wahlärzte müssen sich der Frage stellen: „Warum bin ich für meine Patienten der beste Partner?“ „Worin besteht der (Mehr-)Wert meiner Leistungen?“ „Warum ist es für die Patienten eine sinnvolle Investition, mich für meine gesundheitlichen Beratungen zu bezahlen?“ Eine Spezialisierung der Arztpraxis und zusätzliche, ergänzende Leistungen inkl. der erforderlichen Marketingaktivitäten können betriebswirtschaftlich überlebenswichtig werden. Neben ärztlicher Expertise und engagiertem Idealismus braucht es zunehmend auch unternehmerische Klugheit und strategische Weitsicht um den Erfolg der Praxis nachhaltig zu sichern.

Neben der Qualität der ärztlichen Leistungen im engeren Sinn nehmen Patienten aber auch die Struktur- und Prozessqualität wahr. Zunehmend informieren sich Gesundheitsinteressierte und Krankheitsgeplagt im Internet über Angebote. Der Webauftritt kann da der erste vertrauensstiftende Meilenstein sein. Zeit ist gerade bei der Zielgruppe der Wahlärzte ganz ausschlaggebend. Da schätzt man das unkomplizierte Service der Terminvereinbarung per Web oder mail. Will man sich aber telefonisch informieren, kommt der Sprechstundenhilfe große Bedeutung zu: Es gibt nur eine Chance für einen ersten Eindruck. Kranke Menschen befinden sich in einer Ausnahmesituation und das ist mit Stress verbunden. Die Atmosphäre im Empfang und Wartezimmer sind daher umso wichtiger. Flexibilität bei der Terminvereinbarung ist gefragt. Unzumutbare Wartezeiten trotz vereinbarter Termine gehören zu den größten Unmutserregern bei Patienten. Nicht gerade entspannungs- und gesundheitsförderlich!

Daraus folgt, dass neben der fachlichen und Kommunikations-Qualität vor allem auch die Führungs- und Organisations-Qualitäten für Wahlärzte entscheidend sind. Der Patient nimmt das gesamte Team in der Arztpraxis wahr. Spannungen zwischen den Mitarbeitern wirken dabei höchst störend. „Schau Dir an, wie Du mit Deinen Mitarbeitern sprichst und dann weißt Du, wie sie mit Deinen Patienten sprechen werden.“ Internationale Studien belegen eindeutig: Je persönlicher Dienstleistungen sind, desto enger korrelieren Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit. Wenn ich Wert auf einen würdevollen Umgang mit Patienten lege ist ein würdevoller Umgang mit den Mitarbeitern dafür die beste Voraussetzung.

Eine wohl-durchdachte, möglichst reibungsfreie Organisation hilft Wartezeiten zu minimieren. Außerdem sind effiziente organisatorische Abläufe die beste Voraussetzung, dass der Arzt die Zeit für das Wesentliche aufbringen kann – für seine Patienten.