

Medizinische Vorträge

Polieren Sie Ihr Image auf!

Immer häufiger wird Ärzten empfohlen, ihr Image durch Vortragstätigkeiten aufzupolieren. Die Idee ist gut, aber die Umsetzung muss stimmen. Vorträge sind die hohe Kunst der Kommunikation! Einen guten Vortrag kann fast niemand aus dem Stegreif halten. Auch Ärzte, das möchte ich ganz deutlich sagen, müssen oft erst lernen, Vorträge lebendig zu gestalten.

[von Helmuth C. Roeder]

➔ Der erste Schritt zu einem guten Vortrag ist die Auswahl des Referenten. Haben Sie sich schon einmal gefragt, ob Sie überhaupt Lust dazu haben und auch in der Lage dazu sind, einen guten Vortrag zu halten?

Die Vorbereitung

Irgendwie nebenbei wird aus der Idee kaum etwas werden. Wer introvertiert ist und schon Lampenfieber bei einem Geburtstagsgedicht hat, für den sind Vorträge vielleicht ein ungeeignetes Marketinginstrument. Nicht jeder Arzt ist der geborene Alleinunterhalter. Für manche Mediziner ist es die richtige Entscheidung, eine Vortragstätigkeit abzulehnen!

Wenn Sie Vorträge halten wollen, ist inhaltliche und formale Vorbereitung nötig – auch das Lampenfieber sinkt dadurch übrigens. Gerade für den ersten Vortrag ist es unbedingt empfehlenswert, die freie Rede im kleinen Kreis zu üben, etwa vor den eigenen Angestellten.

Ganz wichtig ist meiner Erfahrung nach die Wahl eines griffigen Titels. Nehmen wir an, Sie wollen beispielsweise vor Laien über Ihre Erfahrungen mit der Sauerstoff-Mehrschritt-Therapie und/

oder anderen Methoden zur Stressreduktion sprechen. Der Titel „SMT gegen Stress“ wäre zwar wunderbar kurz, aber leider für fast alle potenziellen Interessenten unverständlich. Besser wäre etwa „Natürliche Methoden zum Stressabbau“ oder „Ist der Infarkt unvermeidlich?“. Wenn das Konzept steht, kann die inhaltliche Vorbereitung beginnen.

Natürlich kennen Sie sich mit Ihrem Thema – nennen wir es einmal „Gesunder Umgang mit Stress“ – gut aus. Aber haben Sie auch schon entschieden, was Sie nicht sagen wollen? Nach meiner Erfahrung ist es wichtig, dass Sie die Zuhörer nicht mit Neuigkeiten überlasten. Rund 70 Prozent des Gesagten sollte bekannt sein: Auf diese Weise bestätigen Sie Ihre Zuhörer, und die Gefahr der Überforderung sinkt.

Die richtige Atmosphäre

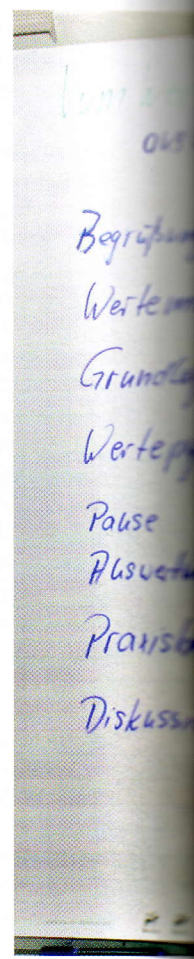
Ihre Sprache sollte sich unbedingt an Ihre Zuhörer anpassen. Wenn Sie einen Laienvortrag über Ihre Angebote zur Stressreduktion halten, muss die Wortwahl verständlich sein. Anders ist es, wenn Sie einen Vortrag über evidenzbasierte Präventionsmöglichkeiten im Rahmen des kardiologischen Kongresses vor Kollegen halten. Vielleicht halten Sie „nur“ einen Vortrag im Wartezimmer Ihrer Praxis, vielleicht haben Sie aber den Gemeindesaal der Kirche oder einen Raum in einem Businesshotel gemietet. Die technischen Anforderungen sind je nach Größe, Beleuchtung und technischer Ausstattung der Räume ganz unterschiedlich. Das eigene Wartezimmer bietet üblicherweise nur für wenige Interessenten Platz, aber dafür bringt es die Atmosphäre Ihrer Praxis auch am besten rüber. Größere Räume wirken professioneller, vielleicht aber auch deutlich unpersönlicher. Nehmen Sie Ihr eigenes Notebook mit, wenn Sie Vorträge halten, und zur Sicherheit auch noch die Powerpoint-Daten auf CD oder USB-Stick, und reisen Sie nicht auf „den letzten Drücker“ an! Besser ist, ein bisschen Zeit zu haben, um die Technik vorzubereiten.

Redezeit einhalten

Die Länge eines Vortrages sollten Sie sehr genau bedenken. Es ist ärgerlich, wenn Veranstalter einen Zeitrahmen vorgegeben haben, an den sich niemand hält. Noch schlimmer ist es für den Referenten, wenn er nach Ablauf seiner Redezeit einfach gestoppt wird und den Rest seines Vortrages nicht mehr halten

Das richtige Konzept

- Welches Ziel verfolgen Sie mit dem Vortrag?
- Wer ist Ihre Zielgruppe?
- Haben Sie ein Konzept zur praxisinternen Ansprache?
- Welche Bedürfnisse hat Ihre Zielgruppe?
- Sind die technischen Mittel vorhanden (z.B. Beamer, Overheadprojektor, Mikro)?
- Haben Sie ein praxisexternes Werbekonzept entwickelt (Kontakt zur regionalen Tageszeitung, zum Radiosender, schriftliche Infos, Pressemitteilung)?
- Passen der Raum und die Tageszeit des Vortrages zur Zielgruppe?
- Passt die Jahreszeit (im Winter werden Vorträge kaum besucht)?
- Ist es ein Einzelvortrag oder Teil eines Gesamtkonzeptes?
- Wählen Sie einen verständlichen Titel!
- Lesen Sie nicht von Ihren Folien wörtlich ab!
- Drehen Sie Ihrem Publikum nicht den Rücken zu!
- Sprechen Sie mit lebhafter Stimme!
- Arbeiten Sie mit kurzen Folientexten oder Statistiken!
- Sorgen Sie für einen störungsfreien Ablauf der Veranstaltung!





kann. Sie können sich positiv von unprofessionellen Kollegen abheben, indem Sie die vereinbarte Zeit einhalten. Ein Test mit der Stoppuhr daheim gibt Ihnen Sicherheit!

Der Auftritt

Gerade wenn Sie aufgeregt sind, sollten Sie sich für den Einstieg Zeit nehmen: Sammeln Sie sich, wenn Sie ans Mikro treten. Stellen Sie sich betont ruhig Ihrem Publikum, und nehmen Sie einen ersten Blickkontakt auf, bevor Sie in das Thema einsteigen. Sie wollen die Herzen Ihrer Zuhörer erreichen. Es kommt nicht darauf an, dass Sie klug wirken, sondern dass Sie die nötige Aufmerksamkeit erzielen, damit Ihre Worte überzeugen können. Ein lebendiger Vortrag sorgt für ein waches Publikum, das im Idealfall emotional beteiligt ist. Dazu können Sie beitragen, indem Sie selbst Gefühle zulassen: Mitgefühl für den Manager oder die Mutter, beide arbeiten unter Zeitdruck. Oder Ärger über unnötige Erkrankungen, weil präventiv nichts unternommen wurde. Sie sollten auch Freude zeigen. Anlässe zum gemeinsamen Lachen sind immer willkommen, dazu sind auch kleine Anekdoten oder Fallbeispiele erlaubt. Ob Overheadfolien oder Power-Point-Datei: Diese Hilfsmittel sollten Sie nur unterstützen bei dem, was Sie mündlich vortragen. Das Thema müssen Sie beherrschen, Ablesen ist out! Lassen Sie sich bei Power-Point-Vorträgen auf Ihrem Laptop die Folien zusammen mit Ihren Kommentaren anzeigen, so können Sie sicher sein, dass Sie nichts vergessen.

Aufgaben delegieren

Zur Vorbereitung eines Vortrages gehört auch das Anwerfen der Werbetrommel. Diese Tätigkeit sollten Sie so wichtig nehmen, als wären Sie die Werbeabteilung für einen großen Star! Wollen Sie Inserate schalten, Patienten per Recall informieren, Handzettel und Plakate für die Praxis erstellen?

Solche Aufgaben können im Team organisiert werden, wenn die Verantwortlichkeit klar gegliedert ist. Manche Ärzte delegieren auch Teile von Schulungen an entsprechend weitergebildete Arzthelferinnen. Aber zwei Voraussetzungen sollten Sie klären: Beherrscht Ihre Mitarbeiterin die Inhalte, über die sie spricht, und vertritt sie den Stil Ihres Hauses? Mit dem erhobenen Zeigefinger verbreitete Weisheiten erzeugen negative Reaktionen bei den Zuhörern!

Moderator bei Diskussionsveranstaltungen

Das zunehmende Interesse an Gesundheitsthemen führt dazu, dass mittlerweile auch Diskussionsveranstaltungen zu medizinischen Fragen angeboten werden. Oft wird die Moderation von Journalisten übernommen, manchmal aber auch von Ärzten. Dies ist eine besonders gelungene Lösung – und allzu schwer ist es auch nicht. Ein Moderator sollte in der Lage sein, zielgerichtet durch die Veranstaltung zu führen. Dazu muss er gut auf das Thema vorbereitet sein, muss ein Konzept für das Gespräch im Kopf haben und darf den roten Faden nicht verlieren. Mit der nötigen Konsequenz muss er auch Referenten wieder einfangen, die vom Thema abkommen. Gleichzeitig muss er sachlich und unparteiisch bleiben, denn es wirkt unsympathisch, jemanden lächerlich zu machen. Besonders wichtig ist eine allgemein verständliche Sprache des Moderators. Er muss in der Lage sein, zwischen Medizinisch und Deutsch zu übersetzen. Das Moderieren selbst kann jeder Arzt lernen, etwa durch die Moderation innerhalb eines Qualitätszirkels. Und wer kennt die Probleme des Publikums besser als ein Arzt? Das ist ein Vorteil gegenüber Journalisten: Auch bei „heiklen“ Themen wie Sexualität, Schwangerschaftsabbruch bis hin zu Sterbehilfe kennt der Arzt die typischen Fragen der Patienten. Und genau das sind die Fragen, die der Moderator den Experten stellen muss, damit ein interessantes Frage-Antwort-Spiel in Gang kommt.

Wagen Sie den Schritt

Ob durch einen Vortrag oder im Rahmen einer Moderation: Ich würde mich freuen, wenn mehr Ärzte den Schritt in die Öffentlichkeit wagen würden. Oft werde ich gefragt, ob man dazu ein Medientraining oder einen Rhetorikkurs absolvieren sollte. Ich antworte Ihnen ehrlich: Sparen Sie sich dieses Geld! Stellen Sie sich einfach vor, mit welchen Gedanken Sie die Herzen Ihrer Zuhörer erreichen, und gönnen Sie sich mindestens einen halben Tag Ruhe, um sich gefühlsmäßig in die Thematik einzuspüren – das bringt Ihnen mehr als ein Wochenendseminar!

ZUR PERSON



Helmut C. Roider

Mayer+Roider Praxis-Marketing GmbH | Edekastraße 1 |
93083 Obertraubling
Tel.: 0 94 01 / 60 73 20 | Fax: 0 94 01 / 60 73 33
E-Mail: hroider@vitamed.de