

Kampf den Praxiskillern

# Kurze Wartezeiten schaffen und

Steigt oder sinkt die Zahl Ihrer Privatpatienten? Und woran liegt das eigentlich? Wer sich nach dem ersten Besuch auf Nimmerwiedersehen von Ihnen verabschiedet, schreibt in der Regel keinen erklärenden Abschiedsbrief. Mit einer gut gemachten Patientenbefragung lassen sich wenigstens einige der Gründe herausfinden.

[ von Helmut C. Roeder ]

➔ Nach meiner Erfahrung ist es in erster Linie wichtig, dass die Patientenbefragung nicht zu umfangreich ist, sondern sich auf die wesentlichen Fragen konzentriert. Was erwarten Ihre Patienten und Kunden, warum kommen sie gerade zu Ihnen, was vermissen sie, was missfällt ihnen, und was könnten Sie verbessern?

Stellen Sie Ihre Fragen gezielt, nur so erhalten Sie die klaren Antworten, die Sie unbedingt benötigen.

- Welche Antworten würden Ihnen helfen, Ihr Konzept und Ihre Strategie weiterzuentwickeln?
- Welche Antworten würden Ihnen zeigen, wie Sie Ihre Zukunft unbedingt optimieren sollten?
- Welche Antworten würden Ihr Denken und Handeln – und das Ihrer Mitarbeiter – positiv beeinflussen?

### Keine überflüssigen Fragen

Manche der typischen Fragen in Patientenbefragungen sind völlig überflüssig. Wenn die Wartezeiten in Ihrer Praxis beispielsweise zwei Stunden betragen, führt das nicht zu allgemeiner Zufriedenheit. Dazu Fragen? – Lächerlich! „Ich gehe gern zu Dr. Soundso, weil er mich jetzt weniger lange herumsitzen lässt als noch vor einem Jahr“ – so äußert sich niemand. Kein Patient/Kunde möchte lange warten.

Oft wird nach der Kompetenz des Arztes gefragt. Welcher Patient besitzt das erforderliche Hintergrundwissen, um diese Frage wirklich beantworten zu können? Jeder Patient erwartet einen kompetenten Arzt und ärgert sich, wenn Wunden nicht heilen und Krankheiten chronisch werden. Ob ein besserer Arzt den Verlauf hätte abkürzen können – das kann er nicht beurteilen. Patienten bewerten die Kompetenz des Arztes nach äußerlichen Kriterien. Je ähnlicher Sie dem legendären Prof. Brinkmann

aus der Schwarzwaldklinik sind, desto besser könnte Ihre Bewertung ausfallen. Kompetent findet man offenbar auch Prof. Hademar Bankhofer, der zwar nie Medizin studiert hat, aber auf jede Frage eine Antwort weiß, er muss nie etwas nachschlagen. Ist das Kompetenz?

### Was wünschen sich Ihre Patienten?

Fragen Sie nach den Wünschen Ihrer Patienten. Was erwarten sie eigentlich von ihrem Hausarzt? Rezepte? Trost? Je weniger Medikamente verschrieben werden können, desto größer müsste doch eigentlich das Interesse an kostengünstigen alternativen Behandlungsmöglichkeiten sein. Auch Vorsorgeangebote werden logischerweise eine gesteigerte Nachfrage finden. Aber ist das in der hausärztlichen Realität tatsächlich so? Patienten möchten gezielt beraten werden, sie wünschen sich eine konkrete Handlungsempfehlung, ein grünes Rezept oder einen Tipp zum Nordic-Walking-Kurs. Sind Ihre Patienten zufrieden mit dem Umfang Ihrer Präventionsangebote?

### Wichtige Aspekte der Arzt-Patient-Beziehung ...

... lassen sich abfragen: Finden Ihre Patienten/Kunden, dass Sie sich genügend Zeit für sie nehmen? Fühlen sie sich verstanden, dürfen sie ihr Anliegen ausführlich darstellen?

Wichtig für die Akzeptanz Ihrer Praxis ist mit Sicherheit der Empfang. Ihre Helferinnen können mit einem Lächeln eine Wohlfühlatmosphäre verbreiten: Werden sie als hilfsbereit, freundlich und geschickt empfunden? Funktioniert die Praxisorganisation zur Zufriedenheit der Kunden/Patienten? Solche Fragen sind von größter Wichtigkeit, denn auch das interessanteste medizinische Angebot wird durch einen schlechten Service und muffelige Gesichter keine Beachtung finden. Lange Wartezeiten und fehlende Intimsphäre gehören zu den echten Praxiskillern.

### Bauen Sie die Befragung perfekt auf

Insgesamt sollten Sie nicht mehr als 15 Fragen stellen. Klare Fragen mit Noten zum Ankreuzen sorgen dafür, dass die Antworten auch tatsächlich vergleichbar sind. Rund 75 Patientenfragebogen sollten Sie bereithalten, und dann kann es losgehen. Wenn man wirklich kritische Stimmen zur eigenen Praxis hören möchte, muss man zufällig ausgewählte Patienten befragen. Die Meinung Ihrer Lieblings- und Stammpatienten bietet Ihnen keinen Gesamtüberblick. In anonymen Befragungen werden Sie etwas mehr Kritik ernten als in offenen. Schauen Sie den

## Gezielte Fragestellung mit:

- schriftlicher Info für die Patienten
- Plakat für den Empfang und das Wartezimmer
- Infos für das Team
- Stiften, Schreibunterlage („Klembrett“)
- Service: z.B. Lesebrille für die Patienten
- „Wahlurne“ für die Antwortbogen der Patienten (verschlossener Karton mit Einwurfschlitze)

Bildnachweis: BilderBox (2), privat (1)

# Intimsphäre wahren



**Haben Sie Zeit für ein ausführliches Beratungsgespräch?**



**Hier würden sich sicher auch Ihre Patienten wohlfühlen.**

Befragten nicht über die Schulter, damit sie unbefangen antworten. Und dann wird am Befragungstag allen erwachsenen Patienten ein Fragebogen zusammen mit einer schriftlichen Info angeboten.

## **Am wichtigsten ist die Nachbereitung**

Die Auswertung kann per Strichliste oder am PC durchgeführt werden. Schön, wenn Sie danach wissen, dass fast alle

Befragten mit den meisten Praxisabläufen zufrieden sind. Aber irgendein Schwachpunkt findet sich immer: ob es nun die dunkle Toilette ist oder das zu laut klingelnde Telefon, die hektische Angestellte oder Ihr unaufgeräumter Schreibtisch. Wie Sie mit diesen Negativergebnissen umgehen wollen, ist die interessante Frage nach der Befragung.

Besprechen Sie die Ergebnisse unbedingt mit Ihren Angestellten, und ergreifen Sie gemeinsam Maßnahmen, sonst machen Sie sich gegenüber Ihren Patienten unglaubwürdig. Tun Sie das Ergebnis nicht mit einem „Ist doch egal“ ab, sonst hätten Sie sich die Befragung schenken können.

Reagieren Sie und Ihr Team nicht beleidigt und gekränkt auf die Ergebnisse. Erwarten Sie bei solchen Umfragen nicht, dass Sie umfassend gelobt werden. Lob mag schmeicheln, viel mehr hilft Ihnen allerdings eine ehrliche Kritik.

Wenn Sie auf Schwachpunkte gestoßen sind, müssen Sie nämlich etwas verbessern. Und darum ging es doch eigentlich bei der ganzen Sache, oder?

## **Was bringt Ihnen die Befragung?**

Wenn ein Privatpatient bei Ihnen schon nach 30 Minuten drankommt, haben Sie einen echten Wettbewerbsvorteil. Sind Ihre Kollegen aber so perfekt organisiert, dass man schon nach durchschnittlich 15 Minuten im Sprechzimmer sitzt, sehen Sie mit Ihrer Wartezeit von 30 Minuten relativ alt aus.

Was ich damit sagen will: Es kommt bei einer Befragung nicht nur auf Ihre Ergebnisse an, sondern auf Ihre Ergebnisse im Vergleich zu Ihren Kollegen. Sinnvoll ist es, sich beim Hausarztstammtisch miteinander abzustimmen. Oft ist so ein Schritt unter Kollegen aber umstritten, in dem Fall können Sie wenigstens Ihr eigenes Controlling durchführen. Wiederholen Sie die Patientenbefragung einfach im übernächsten Quartal, und sehen Sie, wo sich was verändert hat.

## **Ärztbewertungen im Internet**

Eine ganz andere Form von Patientenbefragung beginnt allmählich im Internet. In verschiedenen Portalen werden anonym positive und negative Kommentare veröffentlicht. Vielleicht lauern hier neue Chancen, ganz sicher aber neue Gefahren. Unter [www.helpster.de](http://www.helpster.de) und [www.qype.com](http://www.qype.com) findet man positive Bewertungen diverser Arztpraxen. Etliche weitere Arztbewertungsportale stehen in den Startlöchern, können jedoch bisher nur wenige Bewertungen vorweisen. Hier ist meiner Ansicht nach noch einiger Sprengstoff verborgen! ■

## **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](mailto:hroider@vitamed.de)