

Marketing

# Kein Mensch wartet gern

Auch nicht im schönsten Wartezimmer der Welt. Und kein Patient findet seinen Arzt super, weil dessen Wartezimmer so genial gestylt ist. Mein (nicht ganz ernsthaftes) Plädoyer lautet deshalb: Schafft endlich die Wartezimmer ab!

[ von Helmuth C. Roider ]

➔ Ein Wartezimmer, in dem ich mich wohlfühle, müsste in erster Linie ruhig sein. Kein Straßenlärm, keine ratternden Nadeldrucker, keine mysteriösen Geräusche aus Behandlungszimmern. Ich will weder hören, wie oft und wie lange das Telefon klingelt (kann man den Klingelton nicht leise stellen?), noch will ich gezwungen sein, die Gespräche am Empfang mitzuhören.

Mir geht es schlecht, wenn ich auf meinen Arzttermin warte. Das wird nicht besser, wenn ich mit anhören muss, dass Herr Meier keine Luft mehr bekommt und Frau Schmitt seit Tagen Brechdurchfall hat.

Im Wartezimmer wünsche ich mir eine freundliche Atmosphäre. Keine undefinierbaren Flecken auf dem Boden oder an den Wänden, keine Einrichtung aus dem vergangenen Jahrtausend, keine düsteren Ecken. Besonders trostlos finde ich den Anblick von vertrockneten Pflanzen.

Und der Gipfel der Trostlosigkeit sind Fische, die in einer grünlichen Brühe vor sich hin dümpeln. „Guck mal, Mama, da hängt ein kleiner Fisch in der Pumpe fest“ – nein, ich mag keine Aquarien.

Im Wartezimmer möchte ich mich gedanklich auf das Arztgespräch einstellen und Kraft tanken. Das kann ich nicht, wenn ich von einer Flut von Informations- und Verkaufsangeboten überrollt werde.

### Arztbesuch – Vertrauenssache

Ich möchte keinen flimmernden Bildschirm betrachten, auf dem mir eine Dame beschreibt, welche Krankheiten ich durch welche IGeL erkennen oder heilen könnte. Und auch die Verkaufsstände mit Prospekten der Pharmaindustrie machen

mich unglücklich. Ich bin doch nicht Opfer einer Rheumadecken-Bustour, oder vielleicht doch? Ich wollte einen Arzt aufsuchen, dem ich vertrauen kann. Und ich werde misstrauisch, wenn mich das Gefühl beschleicht, dass schon im Wartezimmer die Vorbereitungen dafür getroffen werden, mir geschickt das Geld aus der Tasche zu ziehen. Warum darf ich nicht einfach in meinem Auto warten? Da habe ich eine Musikanlage, frische Luft und einen bequemen Sitz. Aber da würde niemand bemerken, dass ich warte.

Das Wartezimmer ist meine einzige Chance, ins Sprechzimmer vorzurücken. Obwohl auch das nicht immer klappt: Ich bin vor nicht allzu langer Zeit in einem Wartezimmer vergessen worden.

Der Wartebereich dieser Privatpraxis war Ehrfurcht gebietend groß, fast schon eine Eingangshalle. Am Empfang bat mich eine junge Angestellte, noch einen Moment auf dem Ledersofa Platz zu nehmen – dann verschwand sie wieder. Vom Sofa aus hatte ich den Empfang zwar im Blick, aber die Angestellten, die dort auftauchten, wenn das Telefon klingelte, würdigten mich keines Blickes mehr. Andere Patienten kamen und gingen. Auf meinem Ledersofa hatte ich es zwar wunderbar bequem, die Einrichtung war sicherlich nach den allerbesten Feng-Shui-Kriterien zusammengestellt. Aber nach 20 Minuten wusste ich, dass ich in dieser Praxis fehl am Platz war. Ich ging, ohne dass es jemandem aufgefallen wäre.

### Wartezimmer-Informationen

In den meisten Praxen liegt im Wartezimmer Lesestoff aus. Oft sind es abgelegte Magazine, die schon durch viele Hände gegangen sind. Gibt es wirklich Menschen, die solche

## Wartezimmerfehler

- Warten auf engstem Raum
- Abgegriffene Zeitschriften
- Kampagnen/Flugblätter gegen das Gesundheitswesen
- Indirekte Werbung für Kollegen
- Werbesendungen im Wartezimmer-TV
- Unverständliche Therapieangebote
- Vernachlässigte/ungepflegte Grünpflanzen
- Musikberieselung/störende Geräuschkulissen
- Persönliche Fotos und Bilder
- Prospekte/Verkaufsflyer der Industrie
- Geruchsautomaten





Zeitschriften gerne in die Hand nehmen? Wenn schon Zeitschriften, dann sollten sie frisch aussehen. Inhaltlich muss sich die Auswahl an der Kernzielgruppe der Praxis ausrichten. Nicht jeder Wartende teilt Ihre Begeisterung für Großwildjagd oder interessiert sich für die Frauenzeitschriften, die Ihre Frau bevorzugt.

Wer soll sich in Ihrer Praxis besonders wohlfühlen? Gehen Sie im Kopf Ihrer wichtigsten Patienten spazieren, wenn Sie auswählen! „Irgendetwas“ zum Lesen ist schlimmer als gar nichts.

Die wirklich wichtigen Praxisinformationen suche ich im Wartezimmer meistens vergeblich. Zwar gibt es am Empfang in der Regel einen kleinen Ständer mit Flyern. Aber diese Handzettel enthalten oft ein Sammelsurium von Praxisinformationen: ein Praxismotto, die Telefonnummer und den Hinweis auf „Schwerpunkte“ wie Gutachten, Gehirnjogging und Gripeschutzimpfungen. Nun ja. Interessant.

Ein echter Service wäre es dagegen, in einem gut gemachten Informationsblatt die wichtigsten organisatorischen Fragen zusammenzufassen.

Solche Informationen sind für das Team sinnvoll, weil sie dabei helfen, den Praxisablauf zu glätten. Und die Patienten freuen sich über den Service. Am besten, jeder Patient erhält so einen Flyer mit allen relevanten Praxisinfos.

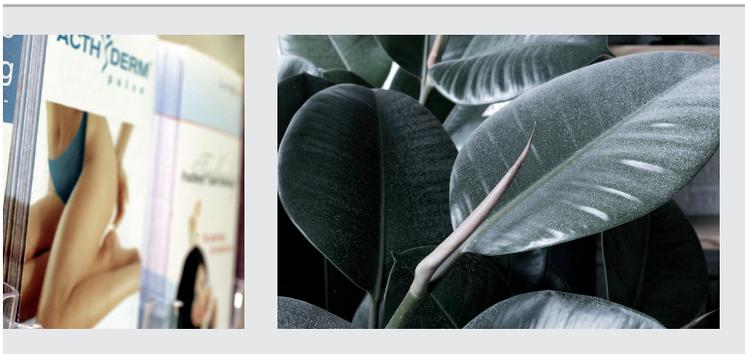
### Politik?

Dass Sie als Ärzte von der aktuellen Gesundheitspolitik betroffen sind – keine Frage. Und dass der Wähler jeden Grund hat, sich mit gesundheitspolitischen Themen zu befassen – auch klar. Das ist aber noch lange kein Grund, im Wartezimmer politische Informationen oder berufspolitische Stimmungsmache auszulegen. Zu Ihnen kommen nämlich keine Wähler, sondern Patienten. Menschen, die bei Ihnen Lösungen für ihre Beschwerden, Sorgen und Ängste suchen.

Ihre Patienten möchten sicher über die aktuelle Lage informiert werden – soweit sie selbst betroffen sind. Sie wollen wissen, wie viel Geld sie wann zuzahlen müssen oder wie sie ohne Auto zum Krankenhaus kommen.

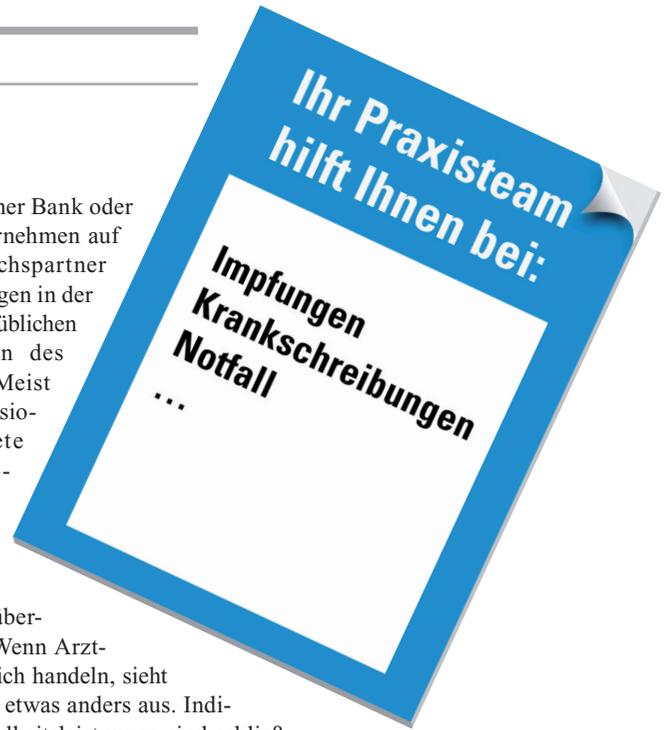
Solche Fragen können Ihre Arzthelferinnen vermutlich schon im Schlaf beantworten.

Aber Wände, auf denen Plakate den Bürger aufhetzen oder beeinflussen sollen, passen meiner Meinung nach nicht in eine Arztpraxis. Sie sind kein Wahlkampfbüro – weder für eine Partei noch für die Interessen Ihrer Berufsgruppe. Ihre Aufgabe ist die Heilkunst.



### Werbung?

Wenn ich in einer Bank oder in einem Unternehmen auf einen Gesprächspartner warte, dann liegen in der Wartezone die üblichen Infomaterialien des Hauses aus. Meist sind es professionell gestaltete Hochglanzbrochüren, die mich zum Kauf von Fonds oder Vierradautos überreden wollen. Wenn Arztpraxen so ähnlich handeln, sieht die Sache doch etwas anders aus. Individuelle Gesundheitsleistungen sind schließlich keine Rheumadecken für den schnellen Profit, sondern „nur“ ärztliche Leistungen, die von der Gesetzlichen Krankenversicherung nicht übernommen werden. Deshalb sollte man sie meiner Auffassung nach auch nicht bewerben wie Sonderangebote. Wenn die Angebote des eigenen Praxisschwerpunktes nicht von den Kassen übernommen werden, wird sich zwangsläufig immer wieder ein Informationsbedarf über diese Leistungen ergeben. Dazu sind schriftliche Informationen sicher vernünftig. Aber sie sollten vom Arzt und seinem Team nur gezielt an die Patienten abgegeben werden, die mit diesem Thema konfrontiert sind.



### Meine Wartezimmerwunschlister

- Ruhe
- Frische Luft
- Angenehme Temperatur
- Freundliche Farben
- Sauberkeit
- Bequeme Sitzmöbel
- Wichtige Praxisinformationen
- Aktuelle News

Noch vor einigen Jahren habe ich diese Zusammenhänge weniger klar erkannt. Heute weiß ich, dass das Vertrauen zwischen Arzt und Patient die unabdingbare Grundlage für die gemeinsame Arbeit ist.

Erfolg hat nicht der Arzt, der sich besonders geschickt in einen Medizin-Supermarkt verwandelt. Menschen suchen gerade in schweren Zeiten nach Ärzten, auf die sie sich verlassen können. Das ist die eigentliche Grundlage der menschlichen und geschäftlichen Beziehung. ■

### 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

