

Ökoleider, bequeme Schuhe ...

Gesundheit hat viele Facetten

Wer es sich zum Lebensziel gemacht hat, möglichst gesund zu leben, der sucht fast notwendigerweise nach einem guten Arzt. Nach einem Menschen, der sich nicht nur medizinisch und ökologisch auskennt, sondern auch noch auf derselben Welle schwimmt wie er selbst. Passt das zu Ihnen?

[von Helmuth C. Roider]

➔ „Wissen Sie, warum ich zum Heilpraktiker gehe?“, fragte mich kürzlich eine ehemalige Lehrerin, die sich selbst gerne als gesundheitsbewusst bezeichnet. „Ärzte verstehen mich einfach nicht“, erklärte sie und zählte gleich die angeblichen Beweise für ihre Behauptung auf (s. Kasten).

Überzeugungsarbeit ist nicht erforderlich

Gesundheitsbewusste Patienten sind bereit, selbst für ihre Gesundheit aktiv zu werden oder ihre Lebensanschauung zum Mittelpunkt ihrer Lebens- und Gedankenwelt zu machen. Sie erschaffen sich ein ökologisch gesundes Heim, bilden sich zu Freizeit-Naturheilkundlern weiter und kochen mit regionalen Produkten. Anstatt Supermärkte werden Biobauern, regionale Märkte und Bioläden besucht. Auch die Ärzte werden zur „Szene“ passend ausgewählt. Eine besonders wichtige Rolle

spielen in gesundheitsbewussten Familien die Kinder. Sie sollen möglichst gesund aufwachsen und ohne Gifte leben können. Dieser Gesichtspunkt ist vielen Müttern und Vätern so wichtig, dass sie richtig viel Engagement in dieses Anliegen stecken: Für sie ist es die Hauptsache, dass ihre Kinder einen gesunden und erfolgreichen Start ins Leben haben. Bei diesen Familien stehen nicht Antibiotika, sondern verständlicherweise Naturheilverfahren jedweder Couleur hoch im Kurs.

Bewegung und Entspannung sind weitere Bedürfnisse, die intensiv gepflegt werden. Pilates, Krafttraining oder Yoga sind in, gemeinsam wird geklettert oder gesegelt. Solche Familien liegen selten mit der obligatorischen Tüte Chips vor dem Fernseher. Nein, sie bewegen sich allesamt möglichst viel an der frischen Luft. Im Gegengewicht zum hektischen Alltag sind häufig Mentaltrainings, Meditationen sowie spirituelle und geistige Angebote ebenfalls beliebt.

Arzt oder Heilpraktiker?

- Bei Ärzten muss sie erst einmal viel zu lange warten. Offenbar wird ihr Anliegen also nicht besonders wichtig genommen.
- Dann kommt sie im Sprechzimmer nicht ausreichend lange zu Wort („Ärzte können einfach nicht zuhören“).
- Kein Arzt nimmt ihre – zugegebenermaßen manchmal etwas ungewöhnlich klingenden – Fragen und Beschwerden wirklich ernst.
- Die Ärzte wissen folglich auch nicht, was mit ihr los ist.
- Ihr Fazit: Ärzte können und/oder wollen ihr nicht helfen, ein Arztbesuch lohnt sich für sie nicht.

Heilpraktiker dagegen verhalten sich ihrer Erfahrung nach in der Regel fast spiegelbildlich zu den Ärzten:

- Sie kommt sofort zum vereinbarten Zeitpunkt dran, muss nie länger als fünf Minuten warten.
- Ihr Heilpraktiker hat immer genug Zeit für sie und hört geduldig zu.
- Er nimmt ihre Beschwerden ernst.
- Ihre bisherigen Heilpraktiker haben zwar unterschiedliche und auch wechselnde, aber immer in sich stimmige Erklärungen für die Beschwerden gefunden („Das erleichtert“).
- Ihr Fazit: Besuche beim Heilpraktiker kosten zwar mehr Geld als der Arztbesuch, aber die Heilpraktiker sind sympathisch und sie versuchen wenigstens, ihr zu helfen.

Allzu oft fehlt das richtige Maß

Doch auch das angeblich so gesundheitsbewusste Leben hat bekanntlich seine Risiken. Im Rahmen von Volksläufen kommt es regelmäßig zu unerwarteten Todesfällen. Langstreckenläufer leiden nicht nur unter Gelenkergüssen und Eisenmangel. Hier braucht gerade der gesundheitsbewusste Mensch Ihre kompetente Unterstützung. Sie kennen seine Vorgeschichte, seine Wehwehchen und Krankheiten, seine Medikamente und Therapien. Wer sonst kann besser als Sie beurteilen, welche Nahrungsergänzungsmittel substituiert werden sollen, kann zwischen gesundem und weniger gesundem Lebensstil unterscheiden und die falschen Überzeugungen der allzu gesundheitsbewussten Menschen korrigieren?

Ich bin davon überzeugt, dass nur der Hausarzt in der Lage ist, seinen Patienten und Kunden entsprechend fundiertes Wissen zur Verfügung zu stellen. Hier besteht ein echter und ernst zu nehmender Beratungsbedarf, den die Ärzte meiner Ansicht nach bisher nur ausnahmsweise erfüllen.

Praxisorganisation

Wie lässt sich diese Kundengruppe überhaupt in den normalen Praxisalltag integrieren? Reibungslos funktioniert das sicher nicht immer. Bekanntlich haben gesundheitsbewusste Patientinnen und Kundinnen häufig ein ausgeprägtes Bedürfnis, ihre Sorgen und Beschwerden mit Ihnen zu diskutieren. Das kann dann durchaus Blüten treiben, die den Arztalltag nicht unbedingt leichter machen. Das Themenspektrum des gesunden Lebens ist bekanntlich riesig:

- Sind Solariumsbesuche, Lakritze oder Blutspenden gesund?
- Wie oft sollte man joggen, fasten oder sein Arbeitszimmer lüften?
- Womit darf man die Wohnung renovieren, den Kamin befeuern und das Gesicht eincremen?
- Wie viel Mineralwasser, grünen Tee und Traubensaft sollte man pro Tag trinken?
- Welche Vitaminkombinationen, Vorsorgeuntersuchungen und Naturheilverfahren sind empfehlenswert?
- Wie kommt man agil durch die Wechseljahre, die Pollensaison oder durch den trüben Herbst?
- Wie schädlich sind Feinstaub, Amalgam und Handystrahlen?

Sie werden kaum jede Frage beantworten können – und es hoffentlich auch gar nicht wollen. Manche dieser Bedürfnisse – aber sicher nicht alle – lassen sich in Form von Selbstzahlerleistungen befriedigen. Ob es sich aus betriebswirtschaftlicher Sicht für Sie lohnt, solchen Patienten doppelt so viel Zeit zur Verfügung zu stellen, muss eine sorgfältige Analyse der Praxisdaten zeigen. Zusätzlichen Aufwand bringen übrigens auch die immer häufiger gewünschten Stempel für Bonusheftchen. Ich hoffe, Sie lassen sich diese Tätigkeit angemessen bezahlen!

Schließlich sind diese Stempel keine Therapie, sondern dazu gedacht, den Versicherten einen Anreiz für gesundheitsbewusstes Verhalten zu geben (SGB V, § 65a). Und so ein Bonus ist in der Regel deutlich wertvoller als die wenigen Euro, die Ärzte für dieses Attest verlangen.

Kennen Sie Ihre Zielgruppe?

Anders gefragt: Leben Sie selbst eigentlich gesundheitsbewusst? Vermutlich eher nicht. Denn eine postalische Untersuchung an je 350 männlichen und weiblichen Rechtsanwälten und Hausärzten ergab, dass Hausärzte nicht gesundheitsbewusster lebten als Rechtsanwälte. Warum also sollten gerade Sie besonders überzeugend für Präventionskonzepte werben können? Wenn Sie mehr über die Zielgruppe „Gesundheitsbewusste Menschen“ erfahren wollen, lohnt sich der Gang in den örtlichen Bioläden.

Wer hier einkauft, will etwas für seine Gesundheit tun und hier finden Sie auch handfeste Informationen über Ihre Zielgruppe: Wie alt sind die Kundinnen, wie sehr achten sie auf die Preise, haben sie Kinder, was wird eingekauft? Vielleicht ergibt sich gelegentlich auch ein Gespräch mit dem Personal, das vermutlich gut informiert ist über die Stammkundschaft. Gerade in kleinen Bioläden hat man oft den Eindruck, dass sich hier eine Gruppe Bekannter trifft. Neben der Mund-zu-Mund-Propaganda findet sich in vielen solchen Geschäften ein Schwarzes Brett, an dem die verschiedensten Kurse und Therapien angeboten werden. Sie erhalten nicht nur einen ersten Überblick über die regionale Wettbewerbssituation, sondern auch über die übliche Preisgestaltung.

Ihr Angebot für gesundheitsbewusste Menschen muss einen klar umrissenen Leistungsumfang haben. Erst nach der Definition dieses Leistungsrahmens machen Sie Ihre Praxisbesonderheiten bekannt. Beispielsweise könnten Sie schwerpunktmäßig orthomolekulare oder energiemedizinische Diagnostik und Beratung anbieten, daneben vielleicht auch Ernährungs- und Sportberatungen sowie Raucherentwöhnungskurse.



Die gesundheitsbewusste Familie von heute liebt gemeinsame Unternehmungen in der Natur.

Marketing für Gesundheitsbewusste

In der Öffentlichkeitsarbeit müssten Sie in diesem Fall über die Möglichkeiten sprechen, die Lebensqualität Ihrer Patientinnen und Patienten – auch im Alter – auf höchstem Niveau zu erhalten. Erklären Sie ihnen, dass sich durch eine veränderte Lebensführung manche Krankheiten verhindern oder hinauszögern lassen, dass sich auch die biologische Alterung und die Lebenserwartung positiv beeinflussen lassen. Besonders wichtig ist der Hinweis auf die Lebensqualität: Wer gesund lebt, hat mehr vom Leben! Und natürlich sind die Risiken des missverstandenen Gesundheitsbewusstseins ein fester Bestandteil Ihrer Öffentlichkeitsarbeit. Der Zeitschriftenmarkt zum Thema „Gesundes Leben“ ist riesig. Wenn Sie also eine informative Anzeige schalten oder selbst Ihr Wissen zur Verfügung stellen wollen, lohnt sich der Gang zum nächsten gut sortierten Kiosk. Auch die regionalen Anzeigenblätter bieten manchmal die Möglichkeit für ein solides Marketing. Durch eine kleine Serie über naturheilkundliche Möglichkeiten der Prävention haben Sie beispielsweise die Chance, neue Kunden zu gewinnen. Die richtig gute Nachricht habe ich mir allerdings bis zum Schluss aufbewahrt: Eine Untersuchung zeigt, dass Informationen zu gesundheitsbewussten Verhaltensweisen heute nicht mehr nur aus Büchern, Zeitungen und Apothekeninformationen geschöpft werden. Als häufigste Informationsquelle wird der Arztbesuch genannt! Es liegt an Ihnen, diese Kundenwünsche zu erfüllen und eine Win-win-Situation aus dem Bedürfnis nach Gesundheit zu machen. ■

Literatur in der Redaktion

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