

PRAXISFÜHRUNG

Der erste Eindruck ist prägend

Der Empfang und seine Bedeutung für die Arztpraxis

Als medizinische Laien beurteilen die meisten Patienten die Qualifikation eines Arztes nach dem Umfeld und dem Personal. Sind der Empfang unordentlich und die Mitarbeiter inkompetent und unfreundlich, wird dieser Eindruck negativ auf die Kompetenz des Arztes übertragen („Halo-Effekt“). Die Mitarbeiter sind die besten Werbeträger einer Arztpraxis und eine Investition in sie auf Dauer die beste Anlage. Denn in Zeiten, in denen die Krankenkassen zunehmend nur noch eine Basisversorgung bezahlen, ist der Patient stärker als früher pekuniär gefordert. Wer nicht auf Umsatz verzichten möchte, wird sich mit einem neuen Status der Patienten auseinandersetzen müssen und sich dabei die Frage stellen, ob die eigenen Dienstleistungen noch ausreichend sind. Denn in dem Maß, wie der Patient zuzahlt, steigen auch seine Erwartungen. Arztpraxen sollten sich daher zunehmend auch als Dienstleistungsunternehmen verstehen.

Ein Negativbeispiel

Um das Praxisklima zu optimieren, kann auf professionelle Hilfe zurückgegriffen werden. Durch Schulungen wird das Praxispersonal in Bezug auf den Umgang mit dem Patienten so trainiert, dass dieser sich wohlfühlt und als eigene Persönlichkeit wahrgenommen wird. Und: Ein zufriedener Patient wird die Praxis eher weiterempfehlen.

Der erste Eindruck ist auch beim Besuch einer Arztpraxis prägend. Dieser beginnt bereits mit dem Öffnen der Tür, welche in der Regel den Blick auf den Empfangsbereich – dem Herz der Praxis – freigibt. Wie wenig allerdings dort auf die Bedürfnisse des Patienten eingegangen wird, erstaunt manchmal schon. Es beginnt bereits am Telefon: Ein Zahn

oder der Bauch schmerzt plötzlich stark, die Arbeitstermine sind dicht gedrängt, und man hängt seit einer gefühlten Ewigkeit in der Warteschleife der angewählten Arztpraxis. Endlich ertönt eine Stimme und bittet einen im Stakkatoton, am Apparat zu bleiben, man hätte noch zu tun. Spätestens hier hängt man als geplagter Patient genervt ein und versucht es beim Kollegen.

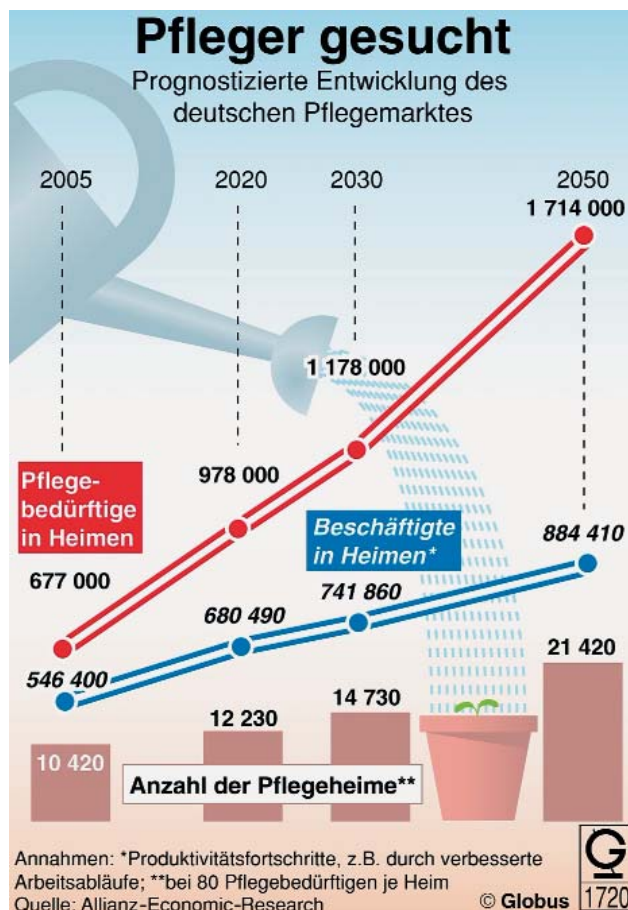
Aber es geht auch anders: In einer optimierten Praxis mit serviceorientiertem Personal lächelt die freundliche Stimme durchs Telefon und fragt höflich nach dem Grund des Anrufs

oder wie sie helfen könne. Der Patient fühlt sich angenommen und verstanden und fängt an, Vertrauen aufzubauen. Erste Vorschusslorbeeren werden geerntet, obwohl noch kein Termin vergeben wurde. Hat er schließlich einen Termin vereinbart und wird von sozial kompetentem Personal empfangen, festigt sich dieses Vertrauen und ist der Beginn einer perfekten Patientenbindung. Die Visitenkarte jeder Praxis ist der Empfang. Deshalb setzt genau hier gezielt die Arbeit von Trainern an. Auch Umgangsformen können durch Seminare geschult werden.

Die Kompetenz und die Persönlichkeit des Arztes sind entscheidend. Wichtig ist auch die Etablierung einer patientenorientierten Organisation. Die Praxis, die Einfühlungsvermögen großschreibt und in der man auf Wünsche und Bedürfnisse des Einzelnen eingeht, macht erfolgreich Werbung in eigener Sache. ■

Sabine Neuwirth

E-Mail: info@muenchen-coaching.de



Die Pflege ist eine Wachstumsbranche.

Einer Prognose zufolge werden im Jahr 2050 in Deutschland 884 410 Beschäftigte in Pflegeheimen arbeiten, 2005 waren es 546 400. Diese Steigerung werde notwendig, weil sich die Zahl der Pflegebedürftigen auf mehr als 1,7 Millionen verdoppelt, rechnete die Allianz-Economic-Research vor.