

Letztendlich geht es um die Frage, wie groß soll der Hut sein, den Sie für IGeL-Beratungen aufsetzen möchten?



## Patienten-Kommunikation für IGeL: Immer wieder schwierig – und doch so notwendig

Wenn man etwas über IGeL schreibt, hat das immer auch etwas mit „altem Hut“ zu tun, denn immer wieder wird dieses Thema aufbereitet, diskutiert und auch hinterfragt. Ein alter Hut, der aber weiterhin aktuell und aus dem täglichen Ablauf einer Praxis nicht wegzudenken ist. Er gehört einfach dazu. Letztendlich geht es nur um die Frage, wie groß der Hut sein muss oder soll. Ist er zu klein oder soll er Maß angefertigt werden? Das kann jeder selbst bestimmen. Aber es ist wie bei der Wahl eines jeden Kleidungsstücks: Maßanfertigungen bedürfen eines größeren Aufwands, um sich dann aber um ein Vielfaches besser zu fühlen.

Es gibt viele Gründe, nicht zu IGeL und die Diskussion darüber wird konträr geführt, oft emotional und selten sachlich. Immer wieder greifen große Publikumszeitschriften dieses Thema auf und erheben warnend den Zeigefinger. Es entsteht bei den Patienten der Eindruck, als haben wir es mit zwei Kategorien Medizinern zu tun. Die Ärzte, die helfen wollen und die, die verdienen wollen. Patienten kommen hoch sensibilisiert in die Praxen und treffen auf verunsicherte Ärzte und Mitarbeiter: „Dürfen wir denn mit den Patienten überhaupt über Geld sprechen? Laufen wir Gefahr, Patienten zu verlieren, wenn wir IGe-Leistungen anbieten?“ Und außerdem ist die Zeit dafür überhaupt vorhanden? Dies sind nur einige von vielen Fragen, die beispielhaft dafür stehen, dass die Patientenaufklärung in den seltensten Fällen funktioniert. In letzter Konsequenz

haben wir bei diesen Fragestellungen nur Verlierer, denn es wird nicht danach gefragt „Was ist gut für den Patienten?“, sondern eher danach: „Was denkt man über mich und meine Praxis?“. Die Folgen sind fatal. Für alle. Und dagegen stehen unzählige Ratgeber zum Thema Gesundheit, Schönheit bis hin zu Rekordmitgliederzahlen in den Fitnessstudios.

### Bekommen Privatpatienten die bessere Versorgung?

Lassen Sie uns noch eine andere Frage stellen: „Werden Privatpatienten besser versorgt oder bekommen Sie die gleiche Leistung für mehr Geld? Wenn die Antwort lautet, dass sie besser versorgt werden, weil es auch bezahlt wird, beginnt genau hier das Thema „IGeL“. Denn jeder hat grundsätzlich das Recht auf eine bessere

Versorgung. Es gilt daher, drei Dinge zu klären, die unabdingbar sind, damit IGeL funktionieren:

1. Die Leistung muss einen medizinischen Mehrwert bieten,
2. der Patient muss sich für diesen Mehrwert interessieren und
3. er muss in der Lage sein, diesen Mehrwert zu bezahlen.

Nur in dieser Kombination sind IGe-Leistungen sinnvoll in den Praxisablauf zu integrieren, aber dann auch fast schon ein MUSS. Die Aufgabe der Praxis ist es nun, diese drei Punkte abzuklopfen.

### Mehrwert bieten

Jede Praxis sollte IGe-Leistungen dann in den Ablauf integrieren, wenn der therapeutische Mehrwert klar formuliert wor-

den ist. Wenn Sie als Fachärztin/ Facharzt von Ihrer IGe-Leistung überzeugt sind, geht es darum, sie selbstbewusst zu kommunizieren. Ihre Patienten werden Ihnen dankbar sein Sie bezahlen gerne. Jeder bezahlt gerne bei Zufriedenheit. Bedenken Sie, wenn Sie ihnen diese Leistungen aber vorenthalten und Sie erfahren, dass sie sie woanders erhalten können, werden diese Patienten abwandern. Das „Nein“ der Patienten, die diese Leistung nicht in Anspruch nehmen wollen, ist dabei völlig legitim und in Ordnung. Worum geht es also im Grundsatz? Es geht darum, dass es die Praxis lernen muss, den Patienten dort abzuholen, wo er steht? Das ist die Aufgabe der Kommunikation mit einem Vorteil für alle Beteiligten. Sie haben eine Aufklärungspflicht, um dem Patienten auch die Möglichkeit zu geben „Nein“ sagen zu können.

### Wer fragt, der führt

Kommunikation bedeutet, Fragen zu stellen. Der Leitsatz: „Wer fragt, der führt!“, sollte in der Ansprache der Patienten zum Standard werden. In der Regel geht man jedoch in den Praxen umgehend in eine erklärende und empfehlende Sprache über. Damit wird die Chance verbaut, etwas über die Motivation und den Wissensstand des Patienten zu erfahren. Als Resultat werden die Leistungen zu häufig nicht beauftragt – einfach nur, weil der Patient seinen Vorteil nicht versteht. Dazu gehört übrigens auch, dass die an der Rezeption übergebenen Zettel mit Darstellung der IGe-Leistungen zum Ankreuzen aus der Praxis verschwinden sollten. Der Patient wird mit einem Thema alleine gelassen, kann nicht wirklich seinen Nutzen beurteilen und kreuzt daher ein „Nein!“ an. Welche Chance haben Sie dann noch, sinnvoll über dieses Thema zu sprechen? Zumindest haben sie sich drastisch verschlechtert. Natürlich spielt der Faktor Zeit eine entscheidende Rolle, daher geht es darum, gezielte Fragen zu stellen. Mit zwei bis drei „offenen Fragen“ (der Patient hat die Möglichkeit ausführlich zu antworten) zu Beginn des Gesprächs lässt sich erkennen, über welches Wissen der Patient verfügt. Es ergibt sich somit die Möglichkeit, etwas über das Interesse an IGeL zu erfahren.

### Vertrauen schaffen

Patientenberatung hat viel mit Vertrauen zu tun. Patienten kommen zu Ihnen, weil sie von Ihnen Hilfe erwarten. Dazu gehört auch, dass viele wissen möchten, was sie tun können, um sich ihre Gesundheit zu erhalten. Welche Alternativen gibt es? Kommen Patienten mit ganz bestimmten Erwartungen? Wie sehen diese aus? Hat er sich im Vorfeld informiert? Haben Sie die Zeit, dies abzuklären? Viele Patienten beklagen sich darüber, dass ihr Arzt sich nicht genügend Zeit nimmt, ihnen zuzuhören. Zeit ist Geld. Auf der anderen Seite droht aber die Budgetfalle. Unser Rat lautet: Lernen Sie zu kommunizieren, denn die gute Kommunikation hat die Aufgabe, diese notwendige Zeitinvestition honoriert zu bekommen. Sie bekommen sie dann honoriert, wenn Sie es geschafft haben, den Wunsch des Patienten zu erkennen.

### Bestätigung einholen

Wenn Sie mit offenen Fragen arbeiten, gibt Ihnen Ihr Patient Informationen, die es Ihnen möglich machen einzuschätzen, ob sich der Patient für die von Ihnen angebotenen IGe-Leistungen interessieren könnte. Wenn dem so ist, sollten Sie sich in der nächsten Phase die Bestätigung einholen, dass Sie den Patienten richtig verstanden haben. Es handelt sich dann um geschlossene Fragen, die mit „Ja“ oder „Nein“ beantwortet werden. Beispiele: „Ich habe Sie also richtig verstanden? Sie möchten die Vorteile einer besseren Diagnostik erfahren? Sie interessie-

**Haben Sie den individuellen, kommunikativen Draht zu Ihren Patienten gefunden?**



ren sich besonders für alternative Methoden? Sie legen besonders viel Wert auf schonende Behandlungen? Sie interessieren sich besonders für kosmetische Themen usw.? Mit jedem „Ja“ zeigt der Patient seine Bereitschaft, zusätzlich in sein Wohlbefinden zu investieren.

### Kein Druck sondern selbstverständlich und selbstbewusst

Ein „Nein“ ist aber unbedingt zu akzeptieren, da die gute Kommunikation nicht mit Druck arbeitet, sondern ausschließlich die Motivation des Patienten abfragt. Ein Patient, der eine IGe-Leistung nicht möchte, ist kein schlechterer Patient. Er hat seinen Focus in anderen Themen. Aber Sie werden erleben, dass eine selbstbewusste Präsentation des Mehrwerts zu einer hohen Akzeptanz führen wird. Patienten folgen gerne Empfehlungen, wenn sie das Gefühl haben, es geht um sie. Durch Zuhören und Fragen dokumentieren Sie das, und die Patienten werden Ihren Empfehlungen gerne folgen. Vermeiden Sie aber unbedingt Formulierungen wie: „Das kostet aber!“ oder „Leider zahlt das Ihre Kasse nicht!“. Sie entschuldigen sich für etwas, wofür Sie nichts können und stellen den Wert der Leistung in einem falschen Licht dar. Viel besser und wertiger klingt beispielsweise die Aussage: „Sie erhalten diese Leistung für einen Wert von 50 Euro mit diesen Vorteilen ... !“, die Sie dann noch einmal aufzählen. Bauen Sie den Betrag in die laufende Argumentation ein. Damit steht er nicht im Mittelpunkt, sondern fließt in die Erklärung mit ein. Er spielt nur noch eine untergeordnete Rolle.

### Fazit

Die Beratung von IGe-Leistungen ist mehr als sinnvoll, da am Ende nur Gewinner stehen. Der einzige Grund, sie nicht anzubieten, wäre der fehlende medizinische Nutzen.



**Uwe Zoske**  
**ZOSKE & PARTNER**  
 Praxismarketing  
 Herrmannsweg 1  
 65329 Hohenstein  
 Tel.: 06120-903516  
 uz@zoskeundpartner.de