

Königsweg zum Erfolg

*E*in Teilnehmer des IGeL-Seminars war richtig aufgebracht: „Das ganze bringt überhaupt nichts“, polterte er los. „Ich habe jetzt zwei Jahre darauf gewartet, dass Patienten wegen IGeL-Leistungen zu mir kommen. Und was ist passiert? Ein Einziger ist gekommen! Also, was soll das Ganze?“

Besser lassen sich die Probleme vieler Ärzte mit dem praxisgerechten Angebot von sinnvollen Zusatzleistungen kaum beschreiben. Noch heute werden im Durchschnitt 80 Prozent aller „IGeL-Wünsche“ erst im Sprechzimmer des Arztes überhaupt gebahnt. Nur 20 Prozent der Patienten kommen bereits mit dem Wunsch ins Sprechzimmer. Das optimale Verhältnis sieht genau gegenteilig aus: 80 Prozent der Patienten müssen schon vor dem Arztgespräch auf Angebote aufmerksam geworden sein, nur etwa 20 Prozent werden dann im Verlauf der Behandlung auf Zusatzleistungen aufmerksam.

Warum dies so sein sollte, liegt auf der Hand: Zum einen ist der Arzt alles andere als ein Verkäufer. Sätze wie: „Da hätte ich noch was für Sie“, gehen dem Arzt verständlicherweise äußerst schwer über die Lippen. Doch auch die passive Ansprache, also der Hinweis, dass eine vom Patienten gewünschte Leistung keine Kassenleistung ist, ist den meisten Ärzten unmöglich. In Rollenspielen lässt sich leicht erkennen, dass selbst erfahrene Ärzte in solchen Situationen zu einer äußerst nervösen Gesprächsführung neigen. Vielen Ärzten verleidet die Vorstellung, private Zusatzangebote selbst „an den Mann bringen“ zu müssen, jeglichen Einstieg in diesen Markt.

Die Lösung dieses fundamentalen Problems liegt in der richtigen Platzierung der Angebote: Der Königsweg kann auf einen Nenner gebracht werden: Die Ansprache muss vor dem Sprechzimmer erfolgen. Hierfür gibt es inzwischen eine ganze Reihe von Hilfen. Zu den wichtigsten zählen

- è die Bekanntmachung der in der Praxis angebotenen Leistungen,
- è die Benennung der hierfür verlangten Preise und
- è die Auslage entsprechender Patienten-Infos.

All dies läuft jedoch ins Leere, wenn die Mitarbeiterinnen nicht einbezogen werden. Der natürliche Solidarisierungseffekt der Arzthelferin mit dem Patienten behindert in der Regel das Angebot privat zu finanzierender Leistungen. Daher muss die Arzthelferin von den zwei Hauptgründen für diese Angebote überzeugt werden:

1. Angesichts der schwindenden kassenärztlichen Umsätze kann das erfolgreiche Angebot von privaten Zusatzleistungen zum Überleben der Praxis und damit auch zur Sicherung der Arbeitsplätze in der Praxis beitragen.

2. Das Angebot privater Zusatzleistungen ist auch in ethischer Hinsicht korrekt, da es unverantwortlich wäre, dem Patienten sinnvolle Zusatzleistungen vorzuenthalten.

Viele Ärzte fühlen sich nicht in der Lage, dies in geeigneter Weise ihren Mitarbeiterinnen zu verdeutlichen. In diesen Fällen können Seminare für Arzthelferinnen weiterhelfen. Die größte Motivation geht jedoch immer noch von finanziellen Anreizen aus. Besonders erfolgreich ist hierbei eine Beteiligung der Mitarbeiterin am Umsatz.