Viktoria Hausegger, Wien

Der Patient im Wartezimmer

Problemfall Wartezeiten

Fakt ist: Das Sitzen im Wartezimmer einer Praxis wird von vielen Patienten als besonders unerfreuliche Nebenwirkung eines (Zahn-)Arztbesuchs empfunden. Fakt ist aber auch: Sie können das ändern.

Es ist erstaunlich: Wenn Patienten die Qualität einer (Zahn-)Arztpraxis beurteilen, steht die Dauer der Wartezeit nicht nur auf einem oberen Platz in der Prioritätsliste, ja sie wird von vielen ähnlich hoch bewertet wie die fachliche Kompetenz des Arztes. Wie kommt das?

Um diesen Umstand zu begreifen, ist es hilfreich, sich ein wenig mit der menschlichen Psyche zu befassen. Zeit wird nämlich höchst subjektiv empfunden:

45 Minuten Warten in *positiver* Stimmung werden wie 30 Minuten wahrgenommen
45 Minuten Warten in *negativer* Stimmung dagegen werden wie 90 Minuten wahrgenommen

... also dreimal so lange

Für Sie als Arzt geht es daher nicht primär darum, die objektive Wartezeit zu verkürzen (nicht immer möglich, besonders nicht in Kassenordinationen), sondern die nicht zu vermeidende Wartezeit für den Patienten weniger belastend zu gestalten.

Auswirkungen des Wartens

Es existieren so genannte „Wartegesetze", die zu berücksichtigen sind:

- Warten macht pessimistisch
- Warten macht aggressiv

Diese Grundsätze beruhen auf den biologischen Auswirkungen, die das Warten hat: Es erzeugt Stress, und Stress wiederum beeinflusst das Denkvermögen und die Stimmung. Sie können diesen Umstand selbst testen: Erinnern Sie sich an Begebenheiten, bei welchen Sie selbst lange warten mussten (evtl. bei Ämtern, Post, Behörden,...) und rufen Sie sich Ihre eigenen Empfindungen dabei ins Gedächtnis.

Dann setzen Sie sich an einem freien Tag für 45 Minuten in Ihr Wartezimmer (ohne sich irgendeine Arbeit oder Ablenkung mitzunehmen) und überprüfen Sie, was Ihr Wartezimmer an Zeitvertreib, Entspannung oder Ermunterung bietet. Ihnen werden sicher interessante Dinge auffallen.

Warten ohne Belastung

Wenn Sie das Problem „Warten" bekämpfen wollen, gehen Sie ganz systematisch vor und stellen zu Beginn eine Diagnose, wie lange Patienten bei Ihnen warten müssen. Dazu lassen Sie Ihre Sprechstundenhilfe für eine Woche die Ankunftszeit jedes Patienten vermerken, während Sie sich notieren, wann Sie das Gespräch mit demselben Patienten begonnen haben. Das Ergebnis gibt Ihnen eine Überblick über die durchschnittliche Wartezeit in Ihrer Praxis, außerdem ersehen Sie daraus: Wie viele Stunden Wartezeit fallen insgesamt an, und wie ist das Verhältnis Wartezeit zu Behandlungszeit?

Sie müssen im Endeffekt drei Phasen berücksichtigen und entsprechend gegensteuern: Präventivmaßnahmen hinsichtlich des Wartens, Maßnahmen für die eigentliche Wartezeit und Maßnahmen nach der Wartezeit.

1. Prävention

Diese Phase betrifft die Zeit vor dem Warten und bezieht sich auf den Umstand, dass der erste Eindruck, den der Patient von Ihrer Praxis bekommt, entscheidend ist. Dabei sind Kriterien wie Hygiene (vom glänzenden Praxisschild über das saubere Stiegenhaus bis hin zur Beleuchtung), Platzangebot (geräumige Garderobe) und Freundlichkeit

© microsoft.com

Der Patient muss das Gefühl bekommen, das Warten habe sich gelohnt.

der Arzthelferin (sie begrüßt den Patienten, nennt ihn – falls bekannt – beim Namen, u. v. m.) von immanenter Bedeutung. Der Patient wird als Gast behandelt.

2. Das Warten selbst

Laut verschiedenen Befragungen, sind dem Patienten u. a. folgende Dinge besonders wichtig:

- Prinzip der vorbeugenden Informationslieferung: Wie lange werde ich vermutlich warten müssen?
- Genügend und bequeme Sitzmöglichkeiten
- Lesestoff: aktuelle, spannende Zeitschriften, große Auswahl
- Infos über Leistungen der Praxis (professionell gestaltete Präsentation für Wartezimmer-TV)
- Stil und Liebenswürdigkeit der Arzthelferin beim Vertrösten, wenn es länger als erwartet dauert
- Klare Reihenfolge, wer an die Reihe kommt
- Geräumigkeit
- Wartezimmer nicht überheizt, gut belüftet, funktionierende Klimaanlage
- Sauberkeit und Hygiene (Toiletten, Teppich,…)
- Schreibmaterial vorhanden
- Einen Anamnesebogen kann man bereits im Wartezimmer ausfüllen.
- Falls der Arzt überraschend zu einem dringenden Termin muss, informiert er die Patienten persönlich.

3. Nach dem Warten

Diese Phase bietet Ihnen die Möglichkeit, eine negative Stimmung, die während des Wartens beim Patienten möglicherweise entstanden ist, ins Positive umzukehren. Dabei ist Folgendes wichtig:

Warten ist eine Leistung!

Aus psychologischer Sicht ist das Warten eine Leistung, die der Patient erbringt - und von der er sich im Gegenzug etwas erhofft. Warten ist der „Kaufpreis“ für die folgende Zuwendung, es ist gewissermaßen eine Vorleistung für eine erwartete Gegenleistung. Warten ist gegenwärtiges Alleinsein, um anschließend im Mittelpunkt zu stehen.

Geförderter Lehrgang

Der Patient muss das Gefühl haben, dass sich das Warten gelohnt hat *(siehe Kasten)*. Das heißt auch, dass es am Arzt liegt, dem Patienten dieses Gefühl zu vermitteln. Er widmet sich während der Untersuchung und Behandlung ganz dem Patienten, lässt sich möglichst durch nichts ablenken. Die Atmosphäre ist geprägt von Konzentration in einem ruhigen Umfeld. Dadurch wird das Warten nachträglich nicht mehr als Belastung empfunden, und der Patient verlässt zufrieden Ihre Ordination.

„Ist-Zustandes“ stellt einen guten Ausgangspunkt dar. Das Warten selbst kann in drei Phasen unterteilt werden, welche verschiedene Ansatzpunkte für die Gestaltung der Situation bieten.

Wenn Sie das Problem „Warten“ bekämpfen wollen, gehen Sie ganz systematisch vor und stellen zu Beginn eine Diagnose, wie lange und unter welchen Bedingungen Patienten bei Ihnen warten müssen.

Die Behandlung selbst stellt das Ziel und den Lohn für das Warten dar – sie sollte eine intensive Befassung des Arztes mit dem Problem des Patienten ermöglichen. Im Idealfall empfindet der Patient konklusiv: „Das Warten hat sich für mich gelohnt!“ ■

Fazit für die Praxis

Wartezeiten sind bei Ärzten systemimmanent, das Praxisteam muss sich daher mit dem Thema Warten befassen. Eine systematische Objektivierung des

Korrespondenz:
Viktoria Hausegger
mehr.wert.
für ärzte und apotheker
marketing, das gezielt bewegt
Tel. 0664/460 16 35
E-Mail: office@mehrwertmarketing.at
Internet: www.mehrwertmarketing.at
Wien