

Von der Maus lernen

Individuelle Gesundheitsleistungen Rund zwei Milliarden Euro Honorarumsatz werden laut Virchowbund in Deutschland jährlich über IGeL erwirtschaftet. Schaut man sich aber die Bilanz in der einzelnen dermatologischen Arztpraxis an, werden dort im Regelfall nur minimale Umsätze verbucht.

Über diese Diskrepanz und die oftmals noch ungenutzten Potenziale von IGeL in der Dermatologie sprachen wir mit Wolfgang Apel von MediKom, der in den letzten 17 Jahren rund 350 niedergelassene Arztpraxen beim Thema Praxis-Wirtschaftlichkeit betreut hat.

Hoher wirtschaftlicher Druck und wenig Umsatz bei IGeL: Wie passt das zusammen?

„Viele Ärzte z. B. arbeiten 59 Wochenstunden plus die Zeit, in der sie zusätzliche Last auf den Schultern tragen - wenn z. B. eine bewährte MFA schwanger wird. Was am Ende übrig bleibt, ist ein vernünftiges Einkommen - aber eben nicht für das Maß an täglichem Aufwand und für die Dauer der med. Ausbildung. Gleichzeitig liegt in fast allen niedergelassenen Arztpraxen bei IGeL Potenzial brach, auch weil es an der Zeit fehlt, sich mit dem Thema zu beschäftigen.“

Dabei gibt es nur zwei Dinge im Leben, die unwiederbringlich sind: Zeit und Gesundheit. Deswegen ist es wichtig, dass Mediziner ihren Patienten die gesundheitlichen Leistungen, die für sie geeignet sind, auch nahebringen. Unabhängig davon, wie man persönlich die finanziellen Kapazitäten dieser Patienten einschätzt.“

IGeL-Beispiele

Laserung von Warzen, Blutschwämmchen, Äderchen, Milien, Einlagerungen, Sonnenschäden, Altersfältchen; Faltenentfernung und Lippenaufbau; Krampfadern- und Besenreisertherapie; PDT; Fruchtsäuretherapie (z. B. bei Akne, Rosacea); Akupunktur (z. B. bei Juckreiz); Iontophorese bei übermäßigem Schwitzen bzw. Botox; Stielwarzenentfernung; Tattoo-Entfernung.

Praxistipp: „In der Dermatologie scheitert das Thema IGeL in erster Linie daran, dass die Ärzte denken, zu wissen, was sich ihre Patienten leisten können - gerade wenn es um ästhetische Dienstleistungen geht. Davon sollte man sich frei machen. Die Patienten entscheiden, wie sie ihre ‚Summe X‘ investieren und was ihnen wichtig ist: die Tattoo-Entfernung, der minimalinvasive Anti-Aging-Eingriff oder das neue Smartphone. Wenn sich eine



Für die erfolgreiche Kommunikation von IGeL kann man von der „Sendung mit der Maus“ noch einiges lernen.

Praxis mit dem Thema Ästhetik beschäftigt, genügt ein Internetauftritt, der sachlich richtig ist, aber optisch kein Sternchen verdient, nicht.“

Wie findet man die passenden IGeL für die eigene Praxis?

„Es macht keinen Sinn, dass ein externer Berater dem Fachmann bzw. der Fachfrau sagt, welche IGeL aus finanzieller Sicht in der jeweiligen Arztpraxis angeboten werden sollen. In der dermatologischen Praxis gehören z. B. die Früherkennung von Hautkrebs und das Entfernen von Altersflecken zum Angebot. Mit der sogenannten Gleichstromtherapie wiederum kann Patienten geholfen werden, die unter krankhaftem Schwitzen leiden - auch das fällt unter IGeL. Gerade im Bereich der ästhetischen Dermatologie wäre bei Weitem mehr möglich (von Lasertherapie bis Faltenunterspritzung).“

Muss der Arzt dafür zum Verkäufer werden?

„Ärzte verstehen sich als Berater, die ihre Patienten über Möglichkeiten von Therapie bis Vorsorge informieren. Sie sind gerade keine Verkäufer - und auch auf Patien-

tenseite wäre es abstrus, wenn man merkt, dass das Gegenüber einem etwas verkaufen möchte. Im Gespräch mit den Betroffenen bringen Ärzte ihre fachliche Erfahrung



Auch das Entfernen von missratenen Tattoos oder verblasstem Permanent-Make-up fällt in diesen Bereich.

und das Vorwissen zur Geschichte dieser Patienten ein. Genau das lässt sich auch sehr gut bei den IGeL umsetzen. Woraus resultiert denn der potenzielle Widerstand von Patienten, in IGeL investieren zu wollen? Es geht nicht ums Geld: Knapp 85% der Patienten wünschen sich laut einer Emnid-Studie, von ihrem Arzt über solche Leistungen aufgeklärt zu werden. Sie sagen nicht, dass sie definitiv ‚kaufen‘ - aber sie wollen in der Arztpraxis informiert werden. Ein klares Gegenstück zur Aussage ‚Die Menschen hier vor Ort haben kein Geld dafür‘. 75% geben an, wenn sie eine solche Leistung als sinnvoll erachten (= den Nutzen für sich erkennen), dann würden sie diese auch in Anspruch nehmen. Ich persönlich halte diese Prozentzahlen für hoch gegriffen, aber entscheidend ist, dass sich ein Großteil der Menschen Aufklärung zum Thema IGeL wünscht.

Gehen wir nun zurück in den Alltag unseres Arztes, der Überstunden anhäuft - auch weil er sich eine zusätzliche Fachkraft in der Praxis bei den aktuellen Umsätzen leisten kann. Woher soll sich dieser Mediziner die Zeit nehmen, in Ruhe und ausführlich zu informieren - sodass auch Patienten im höheren Alter oder mit Migrationshintergrund alles verstehen? Die Zeit gibt es nicht. Also braucht es auch ein anderes Kommunikationskonzept.“

Wie kommuniziert man das Thema IGeL in der Arztpraxis richtig?

„Die Sendung mit der Maus‘ zeigt, dass man komplexe Themen in wenigen Minuten erklären kann: komprimiert und in der Sprache des Empfängers. Auf diesem Weg versteht z. B. auch ein Kind, wie ein Atomkraftwerk funktioniert. Genauso komprimiert ist die Aufklärung zum Thema IGeL zu gestalten. Früher liefen in vielen Arztpraxen auf großflächigen Bildschirmen immer wieder medizinische ‚Erklärungsfilme‘ - heute schaut im Wartezimmer jeder auf sein Handy. Wir raten den Arztpraxen daher, die zu ihrer Praxis passenden IGeL mithilfe von Videoclips über den Anamnesebogen an die Patienten zu bringen.“

Praxistipp: „Eine vergleichbare patientengerechte Kommunikation kann z. B. beim Erstbesuch (in der Praxis oder von zu Hause aus) erfolgen. Im Regelfall erhalten die Patienten hier einen Aufklärungsbogen - als Ausdruck oder multimedial z. B. auf dem Tablet. Hier lassen sich 2-3 Punkte ergänzen, die sich auf das Thema IGeL beziehen.“

Formulierungsbeispiel: Die gesetzliche Gesundheitsversorgung bietet Ihnen als Patient eine wichtige Grundversorgung. Ergänzend dazu gibt es individuelle Gesundheitsleistungen (IGeL), mit denen Sie selbst für Ihre Gesundheit aktiv werden können. Gerne informieren wir Sie auf Wunsch über die IGeL, die für Ihre gesundheitlichen Problemstellungen und Zielsetzungen

Kontakt

Wolfgang Apel
Praxisberater sowie
Gründer und MdGL der
MediKom Consulting GmbH
w.apel@medikom.org
www.mediKom.org



MediKom Consulting GmbH

passend sind. Wenn Sie Interesse haben, mehr über solche individuellen Gesundheitsleistungen zu erfahren (individuelle Aufklärung; z. B. Hautkrebsvorsorge unter 35), lassen Sie es uns wissen. Wir informieren Sie gerne - neutral, unabhängig und unverbindlich.

Praxistipp: „Es gibt wohl kaum eine Frau in Deutschland, die nicht weiß, was Botox ist. Und jeder von uns hat irgendeine Vorstellung, was damit erreicht werden kann. Aber es existiert auch meist Zurückhaltung und Angst vor dem ersten Mal. Wenn ich das Thema mit einem QR-Code in den Standard-Anamnesebogen packe, kann sich der interessierte Patient, ohne dass es jemand merkt, tonlos per Video informieren. Dieser Patient kann dann durchaus auch kein Ja ankreuzen, sondern sich vielleicht auch nur neutral aufklären lassen. Von Praxisseite liefere ich eine Information, die sich der Patient wünscht und für die er sich entscheidet, ich kann Ängste nehmen - und die Patienten, die kein Kreuzchen bei Ja machen, trauen sich dann eher, im Arztgespräch selbst aktiv zu werden und nachzufragen. Das bedeutet auch: Es werden keine Extra-Arbeitsschritte notwendig, auch nicht für die Mitarbeiter in der Praxis. Auch soll-

„Einen Anamnesebogen mit optimierten Buchstaben und einer besseren Formatierung kann auch ‚Oma Erna‘ gut entziffern.“

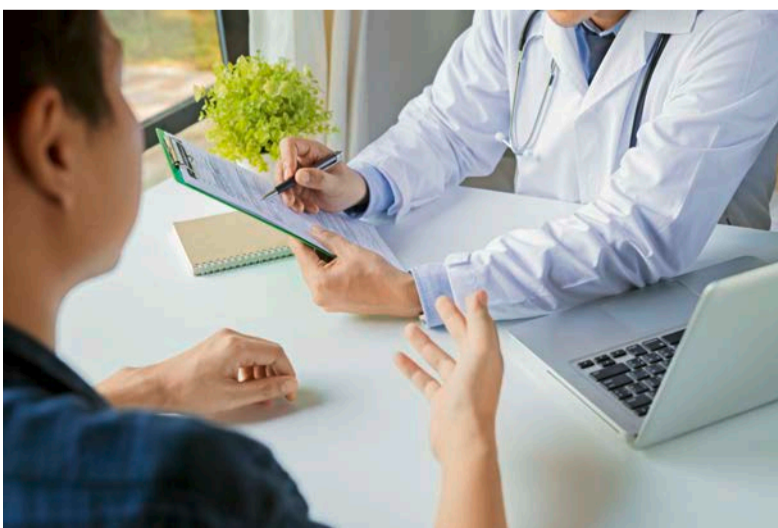
te man in einem solchen Falle z. B. nicht ausschließlich Protagonisten in einem Erklärvideo zum Thema Anti-Aging finden, die deutlich unter dem realen Alter solcher Leistungen liegen.“

Was sollte man bei der technischen Umsetzung beachten?

„Die Übertragung in den eigenen Anamnesebogen mittels QR-Code ist tatsächlich keine große Sache. Und wer nun denkt, der bisherige Bogen hat dafür keinen Platz, der täuscht sich. Mit wenigen Kniffen lassen sich fast alle Anamnesebögen in lesbarer Schrift durch andere Buchstaben und eine bessere Formatierung so anpassen, dass auch ‚Oma Erna‘ das Ganze auch ohne ihre Brille gut lesen kann. Übrigens: Die Kernzielgruppe für IGeL ist 50-70. Diese Personengruppe ist heute mit Handy und Co bestens vertraut und kann mit einem QR-Code umgehen.“

Praxistipp: „Auf technischer und rechtlicher Seite gibt es ein paar Dinge, die man beachten sollte: vom Rechteerwerb der Filme über deren technisch saubere Bereitstellung z. B. in der Cloud bis hin zu der datenschutzkonformen Umsetzung. Wer dafür zu Hause nicht einen ‚16-jährigen Gymnasiasten‘ hat, der einem zur Hand geht, kann sich auch von einer Agentur beraten lassen.“

Das Interview führte Sabine Mack



pces609 - iStockphoto

Der Anamnesebogen ist ein guter Ort, um den QR-Code zu den individuell passenden IGeL-Leistungen unaufdringlich zu platzieren.