

ARZT-PATIENTEN-KOMMUNIKATION

Mehr Klartext, weniger Fachjargon

Der Mittelpunkt der Welt ist für einen jeden Menschen er selbst, schließlich erlebt er sie von hier aus. Dies sollten Ärzte in den Gesprächen mit ihren Patienten immer berücksichtigen.



In einer Untersuchung im Auftrag des Wissenschaftlichen Instituts der AOK wurde ermittelt, dass mehr als 25 Prozent der Kassenpatienten mit ärztlichen Empfehlungen kaum etwas anfangen können. Fast 60 Prozent der gesetzlich Versicherten haben Schwierigkeiten, sich im Gesundheitssystem zurechtzufinden. 45 Prozent haben sogar größere Probleme, sich gesundheitsrelevante Informationen zu beschaffen, zu verstehen und anzuwenden.

Fehlendes Wissen reduziert die Compliance

Fehlt jedoch dieses Wissen und damit die Fähigkeit, Empfehlungen von Ärzten zu verstehen, reduziert das die Compliance der Patienten enorm und kann dadurch letztendlich Schäden hervorrufen oder zumindest Risiken erhöhen. Die tatsächlichen Lücken im Gesundheitswissen sind je nach Alter und Geschlecht, Bildung und Einkommen sehr unterschiedlich. Die in der Studie ermittelten Durchschnittswerte zeigen jedoch eindeutig, dass eine Reaktion darauf dringend geboten ist. Ärzte sollten diese Erkenntnisse zunächst unbedingt in Ihrer Kommunikation berücksichtigen und sich den jeweiligen Fähigkeiten und Kompetenzen der Patienten anpassen.

Ärzte pflegen einen ausgeprägten Fachjargon

Viele Kommunikationsstörungen resultieren daraus, dass Ärzte zu wenig auf die Sprache des Patienten Rücksicht nehmen, häufig genug hat der Patient gar keine Chance, einen Sachverhalt zu begreifen. So wird in einigen Disziplinen, neben der EDV gehört insbesondere auch die Medizin dazu, ein ausgeprägter Fachjargon gepflegt. In Sachen EDV haben viele Ärzte schon

am eigenen Leibe erfahren, wie man sich fühlt, wenn man sich offenbar im Land der Ahnungslosen aufhält und fast nur „Bahnhof“ versteht. Deshalb hilft es daran zu denken, dass sich tagtäglich viele Patienten in genau dieser Lage befinden, wenn es um Befunde, Diagnosen, Medikamente, Therapien und sonstige Fachthemen geht.

Ärzte helfen ihren Patienten, besser zu verstehen, indem sie, wo und wann immer es eben geht, ihre Fachsprache vermeiden. Selbst wenn sie sich dabei manchmal etwas lächerlich vorkommen sollten. Schon mit einfachstem Fachjargon bekommen manche Zeitgenossen Probleme. Zum Beispiel werden viele Patienten nie verstehen, weshalb ein „positiver“ Laborbefund „negative“ Auswirkungen haben soll. Auf die Frage: „Ist der Schmerz denn eher medial oder lateral“, wird mancher Patient antworten: „Eher katastrophal“.

Besser ist also, verständlichen Klartext zu reden. Man sagt doch auch: „Die dümmsten Bauern haben die dicksten Kartoffeln“ und nicht: „Die Volumina von Solanum Tuberosum sind reziprok proportional zur Intelligenz der Produzenten.“

Ein Arzt, der verstanden werden will, könnte öfter mal an die Weisheit denken: „Ein Klatschmaul ist, wer mit dir über andere redet. Ein Langweiler ist, wer mit dir über sich selbst redet. Und ein glänzender Gesprächspartner ist, wer mit dir über Dich redet.“ Ihren Patienten sollten Ärzte immer das Gefühl geben, sie seien interessant, indem sie ihnen Fragen stellen. Ein guter Arzt hört aufmerksam zu, unterbricht Patienten nicht, fällt ihnen nicht ins Wort und lässt sie ausreden. Er macht sich gegebenenfalls Notizen, was die Bedeutung des Gesagten unterstreicht und ermuntert den Patienten, weiterzureden.

Gute Kommunikatoren legen vor der Antwort auf eine Frage möglichst eine Denkpause ein. Sie antworten also nicht wie aus der Pistole geschossen, sondern verharren bewusst einen Sekundenbruchteil, bevor sie antworten. Das unterstreicht das Selbstwertgefühl des Gegenübers, ermöglicht ihm ein Nachschieben weiterer Aspekte und hilft, sich eine vielleicht noch bessere Antwort zu überlegen.

Darüber hinaus hilft es, möglichst in der Sprache des jeweiligen Patienten zu sprechen. Das bedeutet, unnötige Disharmonien zu vermeiden, indem sich Ärzte ein wenig mehr anpassen. So könnten sie vielleicht eine winzige Nuance lässiger sprechen, wenn ihr Patient eine derartige Sprache pflegt. Ein klein wenig betonter und klarer könnten sie dagegen artikulieren, wenn die Patientin „Frau Lehrerin Müller-Lüdenscheid“ in einem eher „gestelzten“ Ton spricht.

Jedem Patienten sollten sie in nahezu jeder Lage mit einem Höchstmaß an Verständnis und Liebeshwürdigkeit begegnen. Diese Pflicht hört erst in dem Moment auf, wo Patienten anfangen, persönlich zu beleidigen. Auch wenn jemand offensichtlich beginnt, die Liebeshwürdigkeit des Arztes als Schwäche auszunutzen und versucht, es auszunutzen, sollte der Arzt sofort den Tonfall ändern.

Störungen nur in wirklichen Notfällen erlauben

Unbedingt erforderlich ist, dass sich der Arzt auf den Patienten konzentriert, den er gerade vor sich hat. Störungen dürfen nur in wirklichen Notfällen erlaubt sein. Ein vermeidbares Telefonat mitten in einem Gespräch mit dem Patienten verprellt nicht nur ihn, kostet auch nicht nur die Zeit, die der Arzt benötigt, dieses zu führen, sondern zusätzlich noch den zeitlichen und geistigen Aufwand, den Faden wieder aufzunehmen. Abgesehen davon leidet die Konzentrationsfähigkeit des Arztes und damit die Qualität seiner Arbeit unter den Störungen.

Ein alter Witz verdeutlicht das Problem: Der Patient hat vor dem Schreibtisch des Arztes Platz genommen und fängt gerade an, von seinen Beschwerden zu berichten, da klingelt das Telefon. Der Arzt nimmt den Hörer auf und bespricht mit einem anderen Patienten einige Laborwerte. Danach bittet er den Patienten vor ihm, weiter zu berichten. Der fängt noch einmal von vorn an. Kurze Zeit später klingelt das Telefon erneut und der Arzt unterbricht wieder die Ausführungen des Patienten. Das Spiel wiederholt sich noch zweimal, bevor der Patient, beim erneuten Griff des Arztes zum Hörer, aufsteht und sich anschiekt den Raum zu verlassen. Der Arzt unterbricht kurz das aktuelle Telefonat und fragt den Patienten erstaunt: „Wir sind doch noch gar nicht fertig, wo wollen Sie denn hin?“ – „Nach draußen, um Sie per Handy zu kontaktieren“, antwortet ihm der Patient.

Unterbrechungen wirken manchmal als Affront

Zugegeben, die Situation ist ein wenig übertrieben, macht aber klar, was vielen Ärzten nicht immer bewusst ist. Die Unterbrechung des Gesprächs ist dem Patienten äußerst unangenehm. Manchmal wird er es gar als klaren Affront empfinden, nicht im Mittelpunkt des ärztlichen Interesses zu stehen.

Werner M. Lamers

Unternehmensberater im Gesundheitswesen
medmarketing
48727 Billerbeck

KURZ NOTIERT

Viele Personalabteilungen verpassen Digitalisierung



Foto: 123rf/presmaster

Egal ob es um Recruiting, Bewerbermanagement oder Personalentwicklung geht: Digitale Werkzeuge können Personalentscheidern heutzutage ihre Arbeit an vielen Stellen erleichtern. Doch IT-Systeme halten in den Abteilungen offenbar nur langsam Einzug. Erst jede zweite Personalabteilung hat bereits Abläufe digitalisiert, wie eine Umfrage der Jobbörse Stepstone unter mehr als 200 Personalentscheidern zeigt.

Nach Einschätzung der Studienautoren schöpfen Personalentscheider die digitalen Möglichkeiten noch längst nicht aus. So erheben mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen aktuell keinerlei Recruiting-Erfolgskennzahlen. Damit ver säumten sie viele Chancen, den Erfolg ihrer Arbeit messbar darzustellen und auszubauen. Sechs von zehn Unternehmen erheben der Umfrage zufolge keine Informationen zur Bearbeitungsdauer der Bewerbungen. Doch immerhin dokumentiert fast jede zweite HR-Abteilung (48 Prozent) die Herkunft ihrer Bewerbungen. Ähnlich viele (49 Prozent) messen die Zahl der Bewerbungen sowie die Herkunft der eingestellten Mitarbeiter nach Recruitingkanal (46 Prozent). Aus Sicht der Autoren sind das wichtige Kennzahlen, um den effizientesten Recruiting-Mix für das eigene Unternehmen abzuleiten. Seltener gemessen werden die Kennzahlen Time-to-Hire (33 Prozent) und Cost-per-Hire (30 Prozent).

47 Prozent der Personalentscheider nutzen ein digitales Bewerbermanagementsystem. 46 Prozent gaben an, ihre Stellenanzeigen und Karriereinformationen auf der Unternehmenswebsite für die Darstellung auf mobilen Geräten optimiert zu haben. Die mobile Bewerbung gewinnt an Bedeutung: Zwar bieten 51 Prozent der Arbeitgeber ihren Bewerbern noch keine mobil optimierten Bewerbungsmöglichkeiten, doch 42 Prozent planen das für die nahe Zukunft.

Für die Studie hat Stepstone 204 Personalentscheider in Deutschland online befragt. 31 Prozent davon gehörten der oberen Managementebene an, 51 Prozent der mittleren. Alle Befragten sind in ihrem Unternehmen für das Recruiting verantwortlich.

EB