



Patientenorientiert

Praxisentwicklung mit Strategie

Ein Beitrag von Axel Thüne, Kieselbronn

Wir könnten jetzt gemeinsam philosophieren, was Patientenorientierung bedeutet oder was in einer Zahnarztpraxis überhaupt möglich ist. Lassen Sie uns heute einen anderen Weg gehen. Versetzen wir uns in die Situation eines Patienten. Wir blicken durch die Patientenbrille.

Stellen Sie sich vor, Sie sind Patient und wollen mal wieder ihre Zähne checken lassen. Sie sind umgezogen und suchen einen Zahnarzt. Einer ihrer neuen Kollegen hat eine Empfehlung ausgesprochen und sie rufen in der Praxis an. Was sollten Sie am Telefon erleben, um mit wenig Angst den ersten Gang in die neue Praxis anzutreten?

Variante 1 – Patientenorientiert?

Nach dem achten Klingeln hören Sie eine gestresste Stimme, die mit höchster Routine die vier Behandlernamen der Gemeinschaftspraxis im Akkord herunterleiert, gefolgt von einem „Sie sprechen mit Frau Mauszahn, was kann ich für sie tun?“ Prüfen Sie bitte jetzt ihre Empfindungen. Freuen Sie sich auf den weiteren Dialog mit dieser Dame oder sind sie schon gereizt? Was passiert mit Ihnen, wenn Sie in dieser Akkordansage kein Wort verstehen können, in welcher Praxis sie gelandet sind? Wissen Sie nicht selbst, dass sie gerade mit dieser Dame sprechen. Muss sie Ihnen noch sagen „Sie sprechen mit“? Wenn Sie die Floskel „Was kann ich für Sie tun?“ hören, an welches Unternehmen denken Sie? Verbinden Sie mit diesem Unternehmen positive Erlebnisse oder hingen Sie dort schon stundenlang in Warteschleifen und wurden immer weiter verbunden?

Beispiel 2 – Patientenorientiert

Nach dem zweiten Klingeln des Telefons hören Sie eine freundliche Stimme, die sich offensichtlich freut, dass Sie anrufen. Sie meldet sich mit klarer und deutlicher Stimme folgendermaßen: „Guten Morgen, Praxis Dr. Patientenfreund, Mausi Zähnchen“. Die Dame macht

eine Pause und Sie wissen – „Ah, jetzt bin ich mit sprechen dran“ und nennen Ihr Anliegen.

Sie finden mit der freundlichen Dame Ihren Wunschtermin und sie sagt Ihnen noch, dass Sie sich auf Sie freut. Sie fragt, ob Sie Ihnen den Weg erklären soll und mit welchem Verkehrsmittel Sie die Praxis erreichen wollen. Ob S-Bahn-Linie, günstige Parkmöglichkeit oder die nahegelegene Bushaltestelle, diese Dame hat sichtlich Interesse an Ihrem Wohlbefinden. Sie notiert sich Ihre Adresse, um vorab schon einmal eine Praxisbroschüre und den Anamnesebogen zu schicken. Sie werden einfach das Gefühl nicht los, dass Sie überall gelandet sind, bloß nicht beim „Zahnbrecher“.

Es ist soweit, Ihr Wunschtermin steht bevor. Sie stehen vor der Praxis und blicken auf ein einladendes Praxis Schild. Kein gelbes „Z wie Zorro“ verunstaltet dieses gelungene Werk. Sie betreten das Treppenhaus und nehmen sofort „Witterung“ auf. Nein, es riecht nicht nach Zahnarzt, kein Eugenol und keine Desinfektionsnase weit und breit. Es kommen immer noch keine Kindheitserinnerungen hoch, die alle visuellen Eindrücke, Gerüche, Geräusche, Geschmäcker und Gefühle vom ersten Zahnarztbesuch wieder aufleben lassen.

Sie betreten die Praxis und erkennen sie sofort wieder. Sie sieht genauso aus, wie auf der gelungenen Homepage. An einem Stehpult werden Sie von einer freundlich lächelnden Dame erwartet. Nein, kein „Stewardessen-Grinsen“, sondern ein aufrichtiges, authentisches Lächeln. Diese Dame weiß genau, dass nicht ihr Chef das Gehalt bezahlt, mit dem sie Miete, Essen und Kleidung finanziert, sondern Sie – der Patient.

Spielen Sie diese Geschichte einmal für sich persönlich weiter und prüfen Sie, welche Gefühle und Bedürfnisse entstehen. Setzen Sie mit Ihren Mitarbeiterinnen die „Patientenbrille“ auf und erkunden Sie gemeinsam die Praxis. Sie werden Ihre Praxis neu erleben und Ver-

änderungen vornehmen, die Ihren Patienten positiv auffallen. Freuen Sie sich schon jetzt auf einen weiteren Mosaikstein zur Patientenorientierung in Ihrer Praxis. In diesem Zuge werden sie möglicherweise feststellen, dass Ihre Sichtweise von Patientenorientierung, von der Ihrer Mitarbeiterinnen abweicht. Eine gute Möglichkeit, zusammen zu definieren, was Sie gemeinsam erreichen wollen.

Wir wünschen Ihnen viel Freude dabei und werden in der nächsten Ausgabe einen Schritt weitergehen. ■

Über den Autor

Axel Thüne ist ausgebildeter Groß- und Außenhandelskaufmann und akkreditierter Insights Discovery-Trainer und -Coach. Er hält Schulungen für Zahnarztpraxen, Dentallabore, Führungskräfte, Vertriebsmitarbeiter, Coaching-on-the-job für Verkäufer et cetera. Seit 2001 gilt seine



volle Konzentration der Tätigkeit als Trainer, Moderator und Praxiscoach von Zahnarztpraxen. In seinen Kursen und Referaten geht es vor allem um die Details der Beratung und insbesondere um das „Wie“ in der Kommunikation. Dies geschieht unter Berücksichtigung der ethischen Anforderungen des Berufstandes.

Korrespondenzadresse

Axel Thüne
Eisinger Straße 46
75249 Kieselbronn
Fon +49 7231 601981
axel@axelthuene.de