

Patienten-Dialog von Monitor zu Monitor

Wie Online-Videosprechstunden optimal vorbereitet werden

Klaus-Dieter Thill, Institut für betriebswirtschaftliche Analysen, Beratung und Strategie-Entwicklung (IFABS), Düsseldorf

Mit der Online-Videosprechstunde bietet sich für dermatologisch tätige Ärzte eine neue, zusätzliche Möglichkeit des Arzt-Patienten-Kontaktes. Damit alles perfekt abläuft, sind jedoch einige wenige Voraussetzungen zu beachten.

Mit Patienten online zu kommunizieren, bietet nicht nur Dermatologen Vorteile, sondern auch den Patienten, die diese Form des Kontaktes zunehmend attraktiver finden. So ist davon auszugehen, dass die Nachfrage zukünftig weiter ansteigen wird. Ärzte sollten jedoch bereits im Vorfeld auf einige Gestaltungsaspekte achten, da sich die Video-Kommunikation teilweise deutlich vom persönlichen Gespräch unterscheidet.

Fehler bei der Ankündigung vermeiden

Eine wichtige Voraussetzung ist bereits die richtige Vorinformation der Patienten. Häufig werden hierzu die Nutzen-Beschreibungen aus Fachartikeln oder von den Anbietern entsprechender Service-Plattformen verwendet. Diese sind zwar allgemein gültig und richtig – praxisbezogen eingesetzt führen einige der Argumente aber zu einer Negativprofilierung. Ein Beispiel ist die Formulierung: „Sie vermeiden lange Wartezeiten“. Da Patienten die Aussagen immer im Zusammenhang mit der jeweiligen Praxis wahrnehmen, bedeutet dieses Attribut gespiegelt, dass die Wartezeiten bei persönlichen Besuchen lang sind. Gleiches gilt für die Beschreibung „bequem von zu Hause aus“, die in der Spie-

gelung „unbequem in der Praxis“ bedeutet. Besser geeignet sind deshalb neutrale Formulierungen wie: „Sie führen Ihr Arzt-Gespräch von zu Hause aus.“ Der Nutzen erschließt sich für den interessierten Patienten hierdurch automatisch.

Nicht suggerieren, dass kein persönlicher Kontakt stattfindet

„Für den Fall, dass Sie uns nicht persönlich aufsuchen können, bieten wir Ihnen auch die Möglichkeit einer Online-Videosprechstunde.“ Mit dieser und ähnlichen Formulierungen wird der potenzielle Teilnehmerkreis deutlich eingegrenzt, denn es gibt durchaus Patienten, die in die Praxis kommen könnten, für bestimmte Anliegen aber lieber die Online-Sprechstunde nutzen möchten. Warum sollten diese Personen ausgeschlossen werden? Gerade die Erstinformation über ein neues Angebot prägt seinen Charakter und verankert seinen Bedingungsrahmen bei den Patienten. Spätere Korrekturen sind äußerst schwierig und auch unnötig, wenn die Offerte gleich von Beginn an richtig positioniert wird. [Auch ärztlicherseits ist ein persönlicher Erstkontakt in der Praxis ratsam, um u. a. Hautveränderungen optimal inspizieren zu können, vgl. Editorial Ausgabe 1/17, Anm. d. Red.]

Die Kosten richtig kommunizieren*

„Die Video-Sprechstunde ist eine kostenpflichtige Wunschleistung, die vorher vereinbart werden muss!“ Leider findet man in Praxisbroschüren, Merkblättern und Internet-Auftritten immer noch zu häufig Formulierungen mit Anweisungscharakter („Sie müssen...!“). Immer mehr Patienten reagieren hierauf äußert „allergisch“. Dabei lassen sich derartige Tatbestände viel Service-orientierter ausdrücken, zum Beispiel: „...einzige Voraussetzung ist, dass Sie Ihre Teilnahme einmalig in unserer Praxis unterzeichnen. Sprechen Sie hierzu bitte Frau X an.“

„Die Video-Sprechstunde ist in der Einführungsphase kostenlos!“ Mediziner, die mit einem derartigen Konzept starten, signalisieren den potenziellen Nachfragern, dass sie sich über die Akzeptanz der Sprechstundenform noch gar nicht im Klaren sind. Das Instrument wird dadurch bereits von Beginn an abgewertet. Ergänzend ist zu berücksichtigen, dass diejenigen, die etwas kostenlos bekommen haben, sich später nur

* [Der Bewertungsausschuss beschließt bis Ende März 2017 entsprechende Anpassungen des EBM. Am 1. Juli 2017 treten die Vergütungsregelungen in Kraft. Dann steht auch fest, welche Fachgruppen die Videosprechstunde einsetzen und abrechnen können. Quelle: Kassenärztliche Bundesvereinigung. Anm. d. Red.]



Foto: © Andrey_Popov – fotolia.com

sehr schwer auf eine Bezahlung umstellen wollen.

„Die Online-Videosprechstunde ist eine erschwingliche Wunschleistung.“ Bei der Ankündigung von Angeboten sollte für Patienten immer direkte Klarheit über den Handlungsrahmen bestehen, vor allem auch über den Preis. Das erspart vielen Patienten ein peinliches Nachfragen.

Keine Kommunikation ohne die richtigen technischen Gegebenheiten

Elementare Grundlage der Online-Video-Kommunikation ist eine hierfür geeignete Internet-Verbindung, die eine optimale Übertragungsqualität gewährleistet. Ebenso sollten Kamera und Mikrofon möglichst hochwertig sein, um die Kommunikation sowohl für sich selbst als auch für die Patienten störungsfrei und angenehm zu gestalten.

Der Kameraposition kommt eine wesentliche Bedeutung zu. Besonders geeignet ist eine Anbringung auf Augenhöhe, die es ermöglicht, direkt in die Kamera zu sprechen. So entsteht für die Gesprächspartner

ein natürlicher Präsenz- und Gesprächseindruck.

Ganz wichtig ist der direkte Blick in die Kamera. Andernfalls sieht man nur Stirn und Augenlider. Eine derartige Position erweckt beim Gegenüber den Eindruck, als ob man mit etwas anderem beschäftigt sei. Der „richtige“ Blick lässt sich nach Einrichtung des Systems einfach selbst überprüfen.

Auch das Ambiente ist wichtig

Patienten sehen in ihrem Monitor-Bild nicht nur den Arzt, sondern auch Teile des Umfeldes, in dem er seine Sprechstunde abhält. Das heißt:

Besonders geeignet ist ein neutraler Hintergrund, zum Beispiel eine weiße Wand. Je ruhiger der Hintergrund ist, desto weniger werden die Gesprächspartner abgelenkt.

Natürlich muss auch die Beleuchtung stimmen: Bei zu wenig Licht erkennen die Gesprächspartner nur Umrisse. Ist die Beleuchtung zu intensiv, wird der Arzt überstrahlt. Beide Varianten wirken unprofessionell. Deshalb sollte der Hintergrund ohne

Schatten gut ausgeleuchtet sein. Zu vermeiden ist eine direkte Lichteinstrahlung auf das Gesicht. Am besten eignet sich Licht – vorzugsweise Tageslicht – das seitlich einfällt.

Bei der Kleidung sollte ein genügend großer Kontrast zum Hintergrund bestehen. Ein weißer Kittel oder ein weißes Hemd vor einem weißen Hintergrund ist ungeeignet.

In der Video-Sprechstunde sind die Augen ein zentrales Kommunikationsinstrument. Brillenträger sollten unbedingt entspiegelte Gläser verwenden, da es sonst zu unangenehmen Reflexionen kommt und die Augen nur schlecht erkennbar sind. Alternativ kann die Position der Lichtquelle überdacht werden.

Geräuschquellen im Hintergrund können die Gespräche stören, etwa Verkehrslärm, der durch ein geöffnetes Fenster nach innen dringt, oder Geräte wie klingelnde Telefone oder Ton-Meldungen eines Computers.

Fazit

Um professionelle Online-Videosprechstunden durchzuführen, bedarf es einer einmaligen grundsätzlichen Vorbereitung. Anschließend kann man sich vollständig auf die Gespräche konzentrieren und muss sich um formale Aspekte keine Gedanken mehr machen.

Literatur

Thill, Klaus-Dieter: Tipps für die erfolgreiche Patienten-Kommunikation in Online-Videosprechstunden. Neobooks, Neopubli GmbH, Berlin 2016, <http://bit.ly/2kaMOeG>.

Korrespondenzadresse

Klaus-Dieter Thill
Institut für betriebswirtschaftliche Analysen, Beratung und Strategie-Entwicklung (IFABS)
Homburger Str. 18, 40474 Düsseldorf
E-Mail: post@ifabs.de
www.ifabs.de