

DIE 7 REGELN DER GESUNDHEITS- KOMMUNIKATION



Die erfolgreiche Gesundheitskommunikation folgt Regeln. Nach insgesamt 18 Jahren Erfahrung der Autoren in der Gesundheitskommunikation haben sich folgende Regeln bewährt:

Erfolgreiche Gesundheitskommunikation

- § 1 setzt Kongruenz voraus
- § 2 nutzt externe Referenzen
- § 3 wirbt nicht, sondern informiert
- § 4 erzeugt ‚physische Nähe‘
- § 5 führt die Sprachwelten zusammen
- § 6 weiß um die Wirkung des therapierten Patienten
- § 7 braucht die Möglichkeit des Dialogs.

ERLÄUTERUNGEN

§1 „Setzt Kongruenz voraus“

Sich kongruent verhalten heißt, dass die Informationen und Eindrücke, die der Patient über die Praxis und in der Praxis gewinnt, stimmig sein müssen. Wobei die Kommunikation mit dem Patienten ganzheitlich zu sehen ist. Daher zählen menschliche, technische und räumliche Eindrücke des Patienten. Am Ende seines Weges vom Empfang zur Beratung macht er bewußt oder unbewußt eine Rechnung auf. Überwiegen die guten Eindrücke, faßt er Vertrauen und nimmt die Leistungen der Praxis in Anspruch – oder er zieht weiter. Kongruenz bedeutet dann, dass es schwer möglich ist, in einer 22 Jahre alten Praxis mit vergilbten Tapeten und entsprechend alten Vorhängen den Patienten mit High-End-Zahnmedizin oder bester Ästhetik zu begeistern. Da sind Gespräch und Praxisausstattung nicht kongruent. Kongruenz bedeutet auch strategisches Verhalten. Kommt ein Patient vorinformiert in Ihre Praxis und ist aufgrund eines Berichtes der festen Meinung, dass alle Implantate sofort festwachsen, dann ist kongruentes Verhalten sinnvoll. Zunächst einmal freuen Sie sich, dass er sich für Ihr Fach-

*Kongruentes
Verhalten überzeugt
Patienten*

gebiet interessiert und entsprechende Berichte verfolgt. Denn vorinformierte Patienten zeigen schon ein grundsätzliches Interesse an der Therapie. Belehrende Worte oder das Herunterspielen der laienhaften Berichterstattung, die ja nur kommerziell ist, kann das Vertrauen des Patienten in Sie erschüttern. Denn für den Patienten ist die Quelle zunächst vertrauenswürdig. Er hat sie verstanden und somit ist die Quelle in seinem Bewußtsein richtig. Wenn Sie grundlos dagegen argumentieren, stören Sie sein Wohlbefinden und es kann dazu kommen, dass der Patient glaubt, dass Sie keine Ahnung haben, von vorgestern sind oder etwas in Ihrem Beruf nicht so gut können. Kongruenz bedeutet situationsbezogenes Verhalten. Einige Beispiele klären den Sinn:

1. Situation:

Der Patient kommt mit der Information in die Praxis, dass nur ein besonderes Implantat XY gut funktioniert. Ein Artikel oder Fernsehbericht hat ihn überzeugt. Jetzt fragt er Sie, ob Sie auch schon die neuen Implantate XY haben, denn wenn er Implantate bekommt, dann sollen es partout diese sein. Einfach ist es, wenn Sie diese Implantate XY verwenden. Sie bestätigen die hervorragenden Eigenschaften und besprechen mit dem Patienten, wie diese neuen Implantate in seinem speziellen Fall eine Hilfe sein können. Wenn Sie keine XY-Implantate verwenden, möchten Sie auch nicht einige tausend Euros ausgeben für ein weiteres System in Ihrer Praxis. Sie wissen auch, dass Implantate nicht zaubern können und Sie wissen, dass Sie ihm gut helfen können mit der Ausrüstung die bereits da ist. Sie antworten dem Patienten: „Ja, wir haben bereits vor einiger Zeit von dieser Entwicklung gehört (*Sie sind auf dem neuesten Stand*), weil wir natürlich regelmäßig auf den Fortbildungen die modernsten Verfahren kennenlernen. Das von Ihnen erwähnte System ist gut (*Kongruenz erzeugen*). Das finde ich Klasse, dass Sie so gut informiert sind (*Patient für sein Wissen anerkennen*). Normalerweise wissen das viele Zahnärzte noch nicht (*der Patient ist an der richtigen Adresse, andere sind vielleicht nicht so informiert wie sein*

Bleiben Sie auf der Seite des Patienten, dann schenkt er Ihnen Vertrauen

Anerkennung
verstärkt den Erfolg
einer Beratung

Behandler). Dann können wir ja wie unter Fachmännern reden (*auf die gleiche Stufe stellen*). Ganz neu ist die Entwicklung nicht, wir haben die Implantate mit der speziellen Aufrauhung seit einigen Jahren. Die Neuentwicklung, von der Sie gehört haben ist erst kurz auf dem Markt und wir alle wissen nicht, ob das wirklich funktioniert (*Neu, aber unsicher – Reaktion des Patienten: keine Experimente mit mir*). Die Aufrauhung erleichtert dem Knochen das Anwachsen und das ist seit Jahren bei uns erfolgreich. Wir verlassen uns dabei auf bewährte Technik (*die machen das schon länger hier*). Tatsächlich spielt das Implantat eine Rolle, aber noch wichtiger sind eine gute Diagnostik, eine gute Behandlungsplanung und die Erfahrung des Behandlers (*das Material wird immer unwichtiger*). In Ihrem Fall würde ich folgendes Vorgehen vorschlagen...“ Sie haben sich kongruent zur Information des Patienten verhalten, sie nicht in Frage gestellt und sein Urteilsvermögen erweitert. Das Vertrauen in Sie ist gestärkt und Sie können in die individuelle Planung für den Patienten gehen.

2. Situation – Anleitung zum Mißerfolg:

Nur das Bewußt-
sein des Patienten
zählt, er soll sich
wohl fühlen im
Gespräch

Die gleiche Ausgangssituation wie zuvor, der Patient kommt mit einem konkreten Wunsch. Ihre Antwort jetzt (*nicht vergessen, der Patient ist überzeugt von dem Bericht und prüft Sie nun*): „Ja, das habe ich auch gesehen. Das war sehr laienhaft und vollkommen unwissenschaftlich dargestellt (*Wertung – Ihr Patient fand das sehr gut und verständlich, er fühlt sich zurückgesetzt*). Das ist alles Marketing, das können Sie so nicht glauben (*Patient denkt: Da hat aber ein Professor von der Universität gesprochen*). Das wird immer schlimmer, überall verbreiten die solche Nachrichten und wir Zahnärzte müssen dann in der Praxis immer wieder das ganze ausbaden (*Wem hilft Jammern? Ihr Patient möchte es nicht hören, er hat genug eigene Sorgen*). Das geht so nicht (*hat aber im Bericht wunderbar funktioniert*).“ Ihr Patient beginnt zu zweifeln und fragt lieber nach: „Das hörte sich aber gut an. Das wächst viel schneller an.“ Ihre Antwort: „Ach, das geht nur in Ausnahmefällen so (*inkongruent, im Bericht war davon*