



© Gina Sanders – Fotolia.com

## Professionelle Patientenkommunikation Mit Brief und Siegel

**Ausgedruckte Infozepte machen nicht nur einen guten Eindruck bei Patienten. Sie erhöhen auch die Bereitschaft zur Mitarbeit – denn was man schriftlich hat, kann man besser verstehen und beachten.**

**D**ie Kommunikation gehört zu den Hauptaufgaben einer MFA. Und dabei geht es nicht nur um den Termin für die nächste Untersuchung, sondern auch um die Unterstützung bei der Behandlung. Leider ist es oft ja so, dass der Patient einen Teil der Erklärungen des Arztes schon wieder vergessen hat, wenn er das Sprechzimmer verlässt – auch dann, wenn sich der Arzt durchaus Mühe gibt, den Sachverhalt verständlich zu formulieren. Das merkt der Patient aber oft erst zuhause, wenn er Familienangehörigen oder Freunden vom Besuch in der Praxis berichten möchte.

### Infozept als Lösung

Eine Lösung für dieses allgegenwärtige Problem können „Infozepte“ sein – kurze schriftliche Informationen, die der Patient zuhause noch einmal in Ruhe durchlesen kann. Vergleichbar mit dem grünen Rezept, mit dem der Arzt ihm ein nicht verschreibungspflichtiges Medikament

empfiehlt. Ein Infozept enthält darüber hinaus alle relevanten Informationen, die im Zusammenhang mit dem aktuellen Praxisbesuch stehen.

Die wichtigsten Themen können Sie in einer Teambesprechung zusammenstellen. Vor allem mit den Klassikern werden der Hausarzt und sein Team ja regelmäßig konfrontiert – Erkältungskrankheiten, Rückenschmerzen, Kopfschmerzen und Migräne, Grippe, Durchfall oder Bluthochdruck. Was Sie oder der Arzt ansonsten zigmal am Tag erklären, gehört auf das Infozept. Beim Durchfall etwa Tipps zur Ernährung oder bei Erkältungskrankheiten Hinweise auf bewährte Hausmittel, die in weniger schweren Fällen oft besser sind als teure und belastende Medikamente. Solche Anregungen zur verantwortlichen Selbsthilfe können bei vielen Patienten nämlich die Bereitschaft zur aktiven Mitarbeit deutlich verbessern.

Ein gutes Beispiel für ein Infozept zum Thema Rückenschmerzen finden Sie auf

der Webseite der Deutschen Gesellschaft für Allgemeinmedizin ([www.degam.de/leitlinien/infozept\\_kreuz.pdf](http://www.degam.de/leitlinien/infozept_kreuz.pdf)). Neben den Hinweisen zur Medikamenteneinnahme (welche Tabletten, wieviele, wie lange und wann) gibt es da handfeste Tipps: Bettruhe nur solange unbedingt nötig, ansonsten soviel bewegen wie möglich. Und auch die nächsten Schritte sind dort schriftlich fixiert: Tritt Beschwerdefreiheit ein, ist kein weiterer Besuch in der Praxis erforderlich. Bei anhaltenden Beschwerden am soundsovielten Tag nach Behandlungsbeginn dagegen wieder in die Praxis kommen, bei starken Beschwerden oder neuen Symptomen früher. Und zum Schluss gibt es noch ein paar bewährte Tipps zur Vorbeugung: Regelmäßige Bewegung sobald der Schmerz nachlässt und Vermeiden einseitiger Belastung, stets körpernah heben und tragen.

### Das Baukastenprinzip

Solche Infozepte sind einfach zu erstellen und helfen viel. Dem Patienten und der Praxis. Denn Infozepte signalisieren Familienangehörigen und Freunden, wie gut die Patienten in dieser Praxis betreut werden. Infozepte sind so auch wirksame Instrumente für das Praxismarketing. So sollten sie dann allerdings auch aussehen – mit dem Namen des Patienten personalisiert und ansprechend gestaltet. Am besten, Sie haben ein einheitliches grafisches Konzept für die Ausdrucke, die dem Patienten dann wie ein Medikamenten-Rezept mitgegeben werden. Dazu müssen Sie nur einmal eine Vorlage erstellen, die Sie bei Bedarf immer wieder mit neuen Texten überschreiben – und schon ist der Baukasten im praxiseigenen Layout fertig.

Besonders wichtig sind Infozepte auch im Zusammenhang mit Vorsorgeuntersuchungen. Der schriftliche Hinweis auf eine erneute Kontrolle erhöht die Zahl der Patienten zum Folgetermin deutlich. Er gehört deshalb unbedingt in das Infozept hinein. Auch Tipps zur Lebensumstellung sollten schriftlich gegeben werden, denn so werden die Informationen bestimmt mit dem nötigen Nachdruck wahrgenommen. ■