



Ambulante Augenchirurgie: Diese Praxismanagement- Veränderungen steigern die Patientenzufriedenheit überproportional

Von IFABS

Erstellt am 19 Jun 2019 - 06:37

Worum es geht

Mit einfachen Umstellungen können Augenärzte und ihre Teams der Patientenkritik begegnen und die Bewertung ihrer Betreuungsqualität deutlich verbessern.

Die Ausgangssituation

Bei der Analyse der Patientenzufriedenheit im Zusammenhang mit ambulanten Augenoperationen (z. B. Cataract, refraktiv-chirurgische oder lidkosmetische Eingriffe) steht in der Regel die Betrachtung der Ergebnisqualität im Vordergrund. Für das strategische Marketing der durchführenden Praxen sind positive Ergebnisse der OP-Tätigkeit sehr hilfreich, entscheidend für die Gesamtzufriedenheit und die hieraus resultierende Weiterempfehlungsbereitschaft ist jedoch auch, wie Patienten die Praxismanagement-Leistungsbereiche

- Praxiswirkung
- Organisation
- Betreuung durch das Personal
- Arztkontakte
- Informationen zu Untersuchungen und OP
- OP-Betreuung und
- Nachsorge

bewerten. Das gilt in ganz besonderem Maß für Operationen, deren Kosten Patienten selbst tragen.

Was die Patienten sagen

Eine Querschnitts-Analyse von Resultaten aus Patientenbefragungen in Augenarztpraxen erbrachte folgende Resultate

OP-Ergebnisse

Das Analyse-Ergebnis der Weiterempfehlungsbereitschaft für den OP-Erfolg bestätigt die positiven Ergebnisse aus anderen Untersuchungen. Der Zufriedenheitswert sowie die Antworten auf die offenen Fragen der Fragebögen gehen in die gleiche Richtung: für fast alle Patienten wurden die Erwartungen an die OP erfüllt und eine spürbare Verbesserung der Lebensqualität erreicht.

Praxismanagement

Deutlich abweichend-negativ stellen sich die Weiterempfehlungsbereitschaft und die Zufriedenheitsbeurteilung für das Praxismanagement dar. Hierbei dominiert zum einen die aus Patientensicht unzureichenden Praxisorganisation. Im Zentrum der Kritik stehen hierbei eine schlechte telefonische Erreichbarkeit sowie die Länge der Wartezeiten. Im Bereich „Arztkontakte“ bemängeln die befragten Patienten Störungen der Arztgespräche, aus ihrer Sicht zu kurze Kontakte sowie eine zu geringe Beteiligung am Entscheidungsprozess („Ich konnte nur noch „Ja“ oder „Nein“ sagen.“).

Im Hinblick auf die Informationen zu Untersuchungen und OP stehen die Verständlichkeit der Erklärungen („Zu viele Fachbegriffe“) und mangelnde Rückfrage-Möglichkeiten im



Mittelpunkt der Kritik. Zudem wird angeführt, dass das ergänzend übergebene Informationsmaterial meist nur einen oberflächlichen Einblick in die Materie gibt und zu wenig zur Klärung von individuellen Fragen beiträgt.

Fazit

Zur Optimierung der Wirkung ihres strategischen Marketings können chirurgisch tätige Augenärzte mit einfachen Veränderungen die Qualität ihres Praxismanagements verbessern. Erforderlich sind hierfür sowohl ablauforganisatorische Maßnahmen als auch patientenorientierte Adaptionen bei Information und Kommunikation.

- [Arzt, Praxis und Qualifikationen](#)

Quellen URL (aufgerufen am 31 Dez 2020 - 05:08): <http://www.medkom24.eu/node/24097>