

PATIENTENORIENTIERTE KOMMUNIKATION

Erfolgsfaktor Name

Der Berufsverband niedergelassener Gastroenterologen (bng) hat eine Befragung mit über 170 Ärzten und Patienten in Auftrag gegeben. Die Ergebnisse haben Problemstellungen offenbart, auf die der Fachärzteeverband sogleich reagierte.

Kardiologen, Ophthalmologen, Orthopäden, Chirurgen, Hämatologen, Onkologen, Proktologen, Gynäkologen etc. – die Welt der medizinischen Fachgebiete ist groß. Und für die meisten Patienten ebenso un-

verständlich wie verwirrend. Noch unglücklicher ist die Situation, wenn man mit den Patienten kommunizieren möchte, aber als Absender nicht verstanden wird.

DAS INFORMATIONSVERHALTEN DER PATIENTEN ÄNDERT SICH

Die richtige Namensgebung ist dabei von grundlegender Bedeutung. Dabei ist im digitalen Zeitalter eine klare und durchgängige Bezeichnung des Fachbereichs umso wichtiger. Der moderne Patient ist weitgehend selbstständig in der Informationsbeschaffung geworden.

Laut einer Studie der GIM nutzen 69 Prozent der Bevölkerung das Internet als Informationsquelle für Gesundheitsthemen, dabei werden überwiegend (76 Prozent) Suchmaschinen genutzt. Der Arzt liegt mit 68 Prozent mittlerweile sogar knapp dahinter. Eine eindeutige und unmissverständliche Namenskennzeichnung ist unumgänglich. Denn wenn der Name nicht bekannt ist, wird er auch nicht gesucht. Und was nicht gesucht wird, wird auch nicht gefunden.

GASTROENTEROLOGEN NENNEN SICH JETZT MAGEN-DARM-ÄRZTE

Der Berufsverband niedergelassener Gastroenterologen (bng) hat die Bedeutung eines verständlichen Namens erkannt. In Zusammenarbeit mit der Image- und Markenberatung Dietrich Identity hat der Verband eine deutschlandweite Befragung mit über 170 Ärzten und Patienten durchgeführt. Das Ergebnis: 46,6 Prozent der Befragten kennen die medizinische Fachbezeichnung „Gastroenterologie“ nicht.

Der Verband reagierte. In der Kommunikation mit den Patienten firmiert er nun unter Magen-Darm-Ärzte – klar, unmissverständlich und einprägsam. Unter der eingetragenen Marke betreibt er seit März 2015 professionelle Kommunikation zur Bevölkerung. Auf dem Patientenportal magen-darm-aerzte.de können sich Patienten und Betroffene über Themen wie Darmkrebs, Vorsorge, Krankheiten der Verdauungsorgane oder verschiedene



VIER FRAGEN AN ...

Dr. Franz-Josef Heil, Vorsitzender des Berufsverbandes der niedergelassenen Gastroenterologen (bng), ist Initiator der Aktivitäten rund um [Magen-Darm-Ärzte.de](http://Magen-Darm-Aerzte.de).

- 1/ Die Gastroenterologen haben eine lange Geschichte in der Darmkrebsvorsorge. Wie kommt man auf die Idee, sich plötzlich einen neuen Namen zu geben?
Wir sitzen Tag für Tag unseren Patienten gegenüber. Da ist es wichtig, dass man die gleiche Sprache spricht. Darauf müssen wir Ärzte achten. Wenn man aufmerksam zuhört, bekommt man mit, dass der Begriff Gastroenterologe vielen Menschen unbekannt ist. Wir wollten das genauer wissen und haben bei Patienten nachgefragt. Die Studie hat ergeben, dass über 40 Prozent der befragten Patienten mit dem Begriff des Gastroenterologen nichts anfangen konnten. Wir wollten handeln und haben nach einer Bezeichnung gesucht, die jeder sofort versteht. Mit dem „Magen-Darm-Arzt“ haben wir eine gute und leicht verständliche Bezeichnung gefunden, die sogar eine lange Tradition hat und schon Ende des 19. Jahrhunderts erstmals verwendet wurde.
- 2/ Was sind Ihre Erfahrungen nach einem Jahr?
In der Patientenkommunikation benutzen wir den Begriff „Magen-Darm-Arzt“ konsequent. Unser neuer Internetauftritt magen-darm-aerzte.de, der sich an ganz normale Menschen richtet, hat mittlerweile pro Tag fast 500 Aufrufe. Das zeigt uns, dass sowohl ein Bedürfnis als auch eine Akzeptanz für diese Art der Kommunikation existiert. Auch bei den Fachkollegen kommt er gut an, viele haben die Seite auf ihrer Praxisseite verlinkt. Hinzu kommen verstärkt Kooperationen mit den Fachgesellschaften wie der DGVS und der Gastro Liga.
- 3/ Was sind die kommenden Schwerpunkte des Verbandes?
Wir haben vier Schwerpunkte definiert. Zum einen wollen wir uns eine gute Ausgangslage bei der Neugestaltung der Gebührenordnungen schaffen. Zweitens wollen wir auch andere gastroenterologische Gruppen noch stärker in unsere Arbeit miteinbeziehen, also auch stationär behandelnde Kollegen für eine Kooperation mit unserem Verband gewinnen. Drittens werden wir die vertragliche Zusammenarbeit mit anderen Berufsgruppen wie Hausärzten und Onkologen verstärken und viertens sind wir dabei, die Öffentlichkeitsarbeit für den familiären Darmkrebs zu forcieren.
- 4/ Wo sind die größten Herausforderungen in der Patientenkommunikation?
Patienteninformation bedeutet für uns nicht nur Wissensvermittlung über das Internet, sondern das Bereitstellen von wirklich guter Information, also fachlich korrekte, verständliche und nutzbare Information anzubieten. Dabei geht es uns darum, das Wissen in die Tat umzusetzen, also die Menschen zur Vorsorge zu bewegen. Unsere Umbenennung ist eben genau der erste Schritt zu mehr Verständlichkeit gewesen.

Untersuchungsmethoden informieren. Am meisten ist die integrierte Ärztesuchfunktion gefragt. Der Besucher kann dort sofort die passende Facharztpraxis für Magen-, Darm- und Leberkrankheiten oder für die Darmkrebsvorsorge in seiner Nähe finden. Verschiedene Printmedien, wie die Informationen zum familiären Darmkrebsrisiko oder der Diagnoseflyer für Familienangehörige, ergänzen den Service der niedergelassenen Magen-Darm-Ärzte. Das Onlineportal verzeichnete in den zwölf Monaten nach dem Launch mehr als 150.000 Zugriffe.

Ein weiterer Schwerpunkt ist der durch zahlreiche Medien bekannte Darmkrebsmonat März und die anschließende Award-Verleihung der Felix-Burda-Stiftung. Seit 2015 besteht eine enge Kooperation des Verbandes mit der Stiftung. Während des Darmkrebsmonats März wird die Kampagne in den Praxen der niedergelassenen Magen-Darm-Ärzte fortgesetzt.



Preisträger und Laudatoren des Felix-Burda-Awards am 17. April in München. Der Preis wurde in drei Kategorien verliehen: Engagement des Jahres, betriebliche Prävention, Medizin & Wissenschaft.

Auf der Felix-Burda-Award-Veranstaltung sind die Magen-Darm-Ärzte medienwirksamer Partner und Sponsor. Hier werden jedes Jahr im April auf einer eigenen Veranstaltung die erfolgreichsten und innovativsten Projekte und Leistungen aus dem Gebiet der Darmkrebsvorsorge ausgezeichnet. Unterstützt durch prominente Teilnehmer wie z.B. Paul Breitner,

Monika Gruber oder Barbara Schöneberger erreicht der Award 2015 über 16 Millionen Medienkontakte.

FRIDOLIN DIETRICH

Markenberater, Beratungsunternehmen Dietrich Identity, Kontakt: dietrichid.com

