

# Schriftliche Patientenbeschwerden professionell beantworten



Krankenhäuser und Arztpraxen sehen sich zunehmend schriftlichen Beschwerden unzufriedener Patienten gegenüber, auf die angemessen reagiert werden muss. Denn jede professionelle Antwort auf die Beschwerde bietet die Chance, den Patienten umzustimmen und wieder für das Krankenhaus, die Arztpraxis oder das Unternehmen zu gewinnen. Für eine angemessene und zufriedenstellende Beschwerdeantwort sind neben sprachlichem Feingefühl Kenntnisse über den Aufbau von Briefen und Sicherheit im Formulieren von Briefen notwendig.

## **Interviewpartnerin:**

Gisela Meese, M. A. ist Systemischer Business Coach, Buchautorin sowie Expertin für Meinungs- und Beschwerdemanagement und befasst sich schon seit vielen Jahren mit dem Thema „Patientenorientierung im Gesundheitswesen“. Seit 2018 ist sie offizielle Kooperationspartner des Bundesverbands Beschwerdemanagement für Gesundheitseinrichtungen (BBfG). In ihren Seminaren und Trainings in Kliniken wendet sie sich als Systemischer Coach (ECA-zert.) kompetenzorientierte Methoden an. Telefon: 02204 8679920, E-Mail: [info@alvs.de](mailto:info@alvs.de), Web: [www.alvs.de](http://www.alvs.de)

## ***Frau Meese, was bedeutet „Patientenorientierung“ für Sie?***

„Patientenorientierung“ betrachte ich als „Kundenorientierung“ im speziellen Umfeld des Gesundheitswesens. „Kundenorientierung“ ist die Ausrichtung der Unternehmensaktivitäten an den Bedürfnissen der Kunden. Dies ist nicht nur in kommerziellen Kontexten sinnvoll, sondern auch in anderen Zusammenhängen. Die „Kunden“ heißen dann nicht unbedingt „Kunden“: Während meiner zehnjährigen Tätigkeit für UNICEF waren es „Spender“, deren Fragen ernst zu nehmen waren. Die Bereitschaft, zu spenden, setzt ein großes Vertrauen in eine Spendenorganisation voraus. Wenn sich Zweifel an der Integrität einer Organisation regen, reagieren Spender hochsensibel! Als Geschäftsführerin der „WHO/UNICEF-Initiative `Babyfreundlich`“ habe ich 17 Jahre lang einen großen Verein gemanagt, dem sich mehr als 130 Kliniken angeschlossen haben: Dort bringen „Mitglieder“ ihre Anliegen vor. Als Kommunikationsberaterin habe ich das Gesundheitswesen kennengelernt: Dort sind es „Patienten“, hinter deren Wünschen und Anliegen oft großer Leidensdruck steht.

## ***Worin besteht Ihr Ansatz zum Beschwerdemanagement?***

Kliniken befassen sich mit Patientenbeschwerden meist im Kontext des Qualitätsmanagements: Auswertung und Bearbeitung der Patientenbeschwerden tragen zur Qualitätsverbesserung bei, was auch sehr sinnvoll ist. Neben dem **Qualitätsaspekt** haben Beschwerden immer auch einen **Beziehungsaspekt**, der ebenfalls wesentlich für die Klinik ist. Bei der „Beziehungsebene“ geht es darum, gefährdete Patientenbeziehungen zu stabilisieren, verärgerte Patienten zurückzugewinnen und zur Kooperation zu bewegen. Auch das gehört zum Beschwerdemanagement. Während Kliniken beim Qualitätsaspekt im Umgang mit Beschwerden i.d.R. gut aufgestellt sind, haben sie, was den Beziehungsaspekt angeht, oft Defizite. In meinen Seminaren und Trainings steht deshalb der

„Beziehungsaspekt“ im Mittelpunkt. Bei einem Patienten, der sich beschwert, wurden Erwartungen nicht erfüllt; sein Vertrauen ist erschüttert und es ist viel Angst im Spiel. „Beschwerdemanagement“ bedeutet für mich, diesen verängstigten oder verärgerten Patienten emotional zu erreichen und zurückzugewinnen.

***Was hat eine Klinik davon, sich mit dem Beziehungsaspekt von Beschwerden zu befassen?***

Ein professioneller Umgang mit Beschwerden unter Berücksichtigung des „Beziehungsaspektes“ ist betriebswirtschaftlich sinnvoll. Beschwerdesituationen, die eskalieren, wirken sich extrem negativ aus. Der aufgebrachte Patient bindet Personal, da er nicht kooperationsbereit ist. Im Nu zieht seine Beschwerde Kreise und weitere Mitarbeiter sind damit befasst. Womöglich endet die Angelegenheit in einer juristischen Auseinandersetzung. Eine Untersuchung von rund 300 Schlichtungsanträgen von Patienten zeigte, dass etwa die Hälfte der Beschwerdefälle auf gescheiterte Kommunikation bei der Erstbehandlung zurückzuführen war. Nur wenn ein Patient emotional zurückgewonnen wird, ist er wieder bereit, zu kooperieren, sich in die Abläufe der Klinik einzufügen und den Anweisungen des Personals zu folgen. Auch kann damit verhindert werden, dass der Patient über seine negativen Erfahrungen berichtet und damit den Ruf der Klinik schädigt.

***Unternehmen aller Branchen werden von der „Macht der Einzelmeinungen“ beeinflusst. Wie wirkt sich das im Gesundheitswesen aus?***

Im Gesundheitswesen und bei sozialen Einrichtungen ist dies besonders stark ausgeprägt. Individuelle Erfahrungsberichte haben einen großen Einfluss auf andere potenzielle „Kunden“. Persönliche Empfehlungen geben oft den Ausschlag, beispielsweise bei der Auswahl von Klinik, Arztpraxis oder Altenheim. Kommunikative Megatrends zeigen, dass mit der Verbreitung des Internets das Bedürfnis nach persönlichen Empfehlungen sogar zugenommen hat. Keine Hochglanzbroschüre und keine Website können mit dem persönlichen Erfahrungsbericht eines „Patienten“ konkurrieren.

***Wie verbreiten sich Einzelmeinungen?***

Mit dem rasanten Wachstum der Sozialen Medien ist ein Verbreitungsweg entstanden, bei dem Einzelmeinungen mit geringem Aufwand einer großen Öffentlichkeit mitgeteilt werden können. Hier ist besonders problematisch, dass subjektive Einzelmeinungen veröffentlicht werden. Der Wahrheitsgehalt dieser Äußerungen kann vom Leser nicht überprüft werden. Aber auch außerhalb des Internets haben „Einzelmeinungen“ einen starken Einfluss: Ein unzufriedener „Kunde“ wird in seinem sozialen Umfeld über seine negativen Erfahrungen berichten. Wie auch immer die Einzelmeinung an die Öffentlichkeit gelangt: Negative Erfahrungsberichte können das Image des Unternehmens nachhaltig schädigen und zum Verlust potenzieller Interessenten führen. Umgekehrt gilt auch: Erfahrungsberichte zufriedener Patienten tragen zum guten Image einer Klinik bei.

***Ihre Seminare zur Patientenorientierung sind kompetenzorientiert. Was meinen Sie damit?***

In meinen Seminaren und Trainings ist es mir wichtig, das Kompetenzgefühl der Teilnehmer zu stärken. Mit Fragestellungen wie „Womit sind Sie bereits erfolgreich?“, „Was können Sie gut?“ und „Wann hat es schon mal geklappt?“ habe ich sehr gute Erfahrungen gemacht. Damit sind es die Teilnehmer selbst, die ihre Erfolgsfaktoren bei der Patientenorientierung identifizieren. Daraus leiten Sie Strategien und Lösungswege ab, die genau passend für ihr Arbeitsumfeld sind.

***In Ihrem Buch „Schriftliche Patientenbeschwerden professionell beantworten“ befassen Sie sich mit schriftlich mitgeteilten Beschwerden. Warum war das für Sie ein Thema?***

Der professionelle Umgang mit schriftlichen Beschwerden führt im fachlichen Diskurs eher ein Schattendasein, was erstaunlich ist, da immer mehr Beschwerden schriftlich mitgeteilt werden. Denken Sie nur an die E-Mail-Kommunikation! Der Verfasser eines professionellen Antwortschreibens muss viele Herausforderungen meistern. Bei Berücksichtigung der Patientenorientierung leiten ihn folgende Fragen: Wie erziele ich mit dem Antwortschreiben die

gewünschte emotionale Wirkung? Wie formuliere ich patientenorientiert – und trage mit meinem Schreiben zur Patientenbindung bei?

Mein Buch beinhaltet auch viele Tipps für einen besseren Schreibstil. Mir ist oft aufgefallen, dass die meisten Menschen in der gesprochenen Sprache Sachverhalte anschaulich und lebendig darstellen können. Wenn sie aber schreiben, verfallen sie in einen bürokratischen und umständlichen Stil. Dabei kann auch Schriftsprache anschaulich und lebendig sein! So beinhaltet das Buch viele Empfehlungen, wie Sie Ihre Schriftsprache „entrümpeln“ können und einen flüssigen, lesbaren und positiven Text verfassen.

### **Weiterführende Literaturempfehlungen**

#### **1. Fachartikel:**

Gisela Meese „Schriftliche Patientenbeschwerden professionell beantworten“, erschienen in „das Krankenhaus“ 02/2018

---

Gisela Meese „Patientenorientierte Kommunikation“, erschienen in „das Krankenhaus“ 03/2018

#### **2. Fachbuch:**

Gisela Meese,  
Schriftliche Patientenbeschwerden professionell beantworten - Erfolgreich kommunizieren und überzeugen!

W. Kohlhammer GmbH, Stuttgart.

1. Auflage 2018

ISBN 978-3-17-033211-9

Ladenpreis: 25,- €