

Über den **medizinischen** Tellerrand

Autorin: Susan Oehler



Zu den Erfolgsfaktoren einer ästhetischen Praxis zählen neben der medizinischen Qualifikation ihrer Ärzte ebenso Themen wie Imagepflege, Marketing und Rechtssicherheit. Auch fundierte betriebswirtschaftliche Kenntnisse sind speziell in dieser auf Privatleistungen fußenden Branche unabdingbar. Der am 21. Februar 2015 erstmalig durchgeführte Kongress „Die Ästhetik Praxis“ widmete sich explizit diesem Leitmotiv.

Es ist ein innovatives Konzept, das der Fortbildungsveranstaltung „Die Ästhetik Praxis“ zugrunde liegt. Nicht die Schulung medizinischer Fertigkeiten oder Informationen über neue Techniken und Behandlungsmethoden standen im Fokus, sondern eine Sensibilisierung der Teilnehmer in all jenen Bereichen, die für die Praxisorganisation und -administration notwendig sind: von rechtlichen Vorgaben zur Patientenaufklärung und Werbung über betriebswirtschaftliche Aspekte wie Steuerangelegenheiten und Verhalten bei einer Betriebsprüfung bis zu Kommunikationsmaßnahmen im Umgang mit schwierigen Patienten. Diese Gesichtspunkte stehen zwar abseits der medizinischen Tätigkeit des niedergelassenen Arztes, tragen zu seinem Erfolg oder Misserfolg aber ebenso viel bei wie die Ergebnisse seiner Behandlungen. Aus diesem Grund initiierte Dr. Said Hilton, Inhaber der Privatpraxis Dr. Hilton & Partner in Düsseldorf, einen Kongress, der diese vermeintlichen Randthemen gezielt in den Mittelpunkt rückte.

Thema: der Patientenaufklärung. Diese gestaltet sich bei ästhetischen, also nicht medizinisch indizierten, Eingriffen noch sensibler als in anderen Fachbereichen. Umso wichtiger sei laut Dr. Gemke die konkrete Erwähnung aller möglichen Risiken, ebenso wie die Aushändigung einer Abschrift der erfolgten Aufklärung. Da die Dokumentationspflicht in einem etwaigen Rechtsstreit beim Behandler liegt, sollte dieser die Übergabe an den Patienten stets, z.B. durch eine anwesende Helferin, bezeugen lassen. Im Anschluss sprach Frau Dr. Gemke über die Verwendung von Vorher-Nachher-Bildern, welche in der Öffentlichkeitsarbeit nur mit strikten Einschränkungen, im Aufklärungsgespräch jedoch frei verwendet werden dürfen.

Kommunikation als A und O

Prof. Dr. Dirschka widmete sich in seinem Referat der Frage, weshalb Rechtsstreitigkeiten zwischen Arzt und Patient überhaupt vor Gericht landen. Er schrieb dabei einer unzureichenden Kommunikation die Hauptschuld zu, darüber hinaus der Verknennung einer körperdysmorphen Störung beim Patienten und einem gestiegenen ökonomischen Druck auf Ärzte in einem Angestelltenverhältnis. Ein weiteres Problem wachsender Bedeutung vor allem in den

Abb. 1: Dr. Said Hilton begrüßte die Kongressteilnehmer und referierte selbst zu mehreren Themen.

Abb. 2: Mit rund 180 Teilnehmern war die Veranstaltung sehr gut besucht.

Knackpunkt Patientenaufklärung

Eröffnet wurde die Auftaktveranstaltung im Düsseldorfer Airporthotel van der Valk von Dr. Gwendolyn Gemke mit einem Vortrag zu einem hochbrisanten





Abb. 3



Abb. 4



deutschen Großstädten ist die Sprachbarriere: Der aufklärende Arzt ist dafür verantwortlich, dass sein Patient ihn versteht. Falls dieser der deutschen Sprache nicht ausreichend mächtig und deshalb ein Dolmetscher anwesend ist, so haftet der Behandler auch für Fehler, die diesem in der Übersetzung unterlaufen.

GOÄ, Honorar, Betriebsprüfung

Nach den juristischen Themen stand das Fach Betriebswirtschaft auf der Agenda. Hier betonte Konstantin Theodoridis, Fachanwalt für Medizinrecht, die Wichtigkeit einer korrekten Rechnungsstellung nach GOÄ. Über das korrekte Verhalten bei bevorstehender Betriebsprüfung beziehungsweise im Fall einer Praxisdurchsuchung durch die Steuerfahndung informierten im Anschluss Steuerberater Carsten Schupp respektive Prof. Dr. Wessing, Fachanwalt für Strafrecht. Wie wichtig die Berücksichtigung der entsprechenden Hinweise ist, zeigen die möglichen Konsequenzen: Wird der Arzt zu einer Gefängnisstrafe wegen Steuerhinterziehung verurteilt, droht ihm der Verlust seiner Approbation, selbst wenn seine Verfehlung nicht mit seiner ärztlichen Tätigkeit in Zusammenhang steht. Mit einer Analyse der aktuellen Preislage bei Botulinum- und Fillerbehandlungen sprach sich Dr. Said Hilton in seinem folgenden Vortrag für eine Erhöhung der Konversionsrate (Verhältnis der Beratungsgespräche zu den resultierenden Behandlungen) und der Retentionsrate (Anzahl der zufriedenen Stammpatienten) aus, selbstverständlich unter strenger Berücksichtigung ethischer und medizinischer Grundsätze.

„Image ist alles?“

Sicher gründet sich der Praxiserfolg niemals allein auf gute Imagepflege. Wird sie allerdings vernachlässigt, kann sich dies empfindlich auf die wirtschaftliche Bilanz niederschlagen. So trat Marketing-Experte Jens Schmitz ausdrücklich für eine klar



Abb. 5

Abb. 3: Dr. Gwendolyn Gemke betonte die Wichtigkeit einer umfangreichen und gut dokumentierten Patientenaufklärung.
Abb. 4: Impression des gefüllten Tagungssaals.
Abb. 5: Prof. Dr. Jürgen Wessing gab Empfehlungen, wie Ärzte Ärger mit der Steuerfahndung vermeiden können.

strukturierte Praxiswebsite ein, auf der die Basisdaten sofort auffindbar sind. Wer seine Praxis als Marke definiert und dies in einem einheitlichen Design auch in der Außenkommunikation beachtet, Sorge für einen hohen Wiedererkennungswert und kann die Anzahl der Neupatienten positiv beeinflussen. Wie man die „Red Flag“-Patienten unter ihnen erkennt und möglichst noch vor möglichen Ärgernissen herausfiltert, erläuterte im Anschluss Dr. Said Hilton. Er empfahl seinen Kollegen, auf bestimmte Warnzeichen zu achten, die sich unter anderem in zahlreichen Vorbehandlungen bei verschiedenen Ärzten, Nachfragen einer Ratenzahlung oder allgemeinen abwertenden Äußerungen über Mediziner manifestieren können.

Mit einem Vortrag über die Geschichte und Vorteile der Injektionslipolyse spannte Thorsten Wiens, Facharzt für Plastische und Ästhetische Chirurgie, den Bogen zu den praktisch-medizinischen Themen. Nachfolgend erhielten die Industriepartner Allergan, Galderma und TEOXANE in jeweils fünfminütigen Kurzpräsentationen die Möglichkeit, die Kongressteilnehmer von ihren Produkten und Serviceleistungen zu überzeugen.

Abgerundet wurde die mit rund 180 Teilnehmern sehr gut besuchte Tagung durch Live-Behandlungen von mehreren Patienten. Die Organisatoren zeigten sich im Nachgang sehr zufrieden mit dem erfolgreichen Verlauf des Kongresses und stellten in Aussicht, in den kommenden Jahren Fortsetzungsveranstaltungen folgen zu lassen.