

## Partizipative Entscheidungsfindung (Shared Decision Making)

oder: «wenn der informierte Patient als selbstverantwortlicher Kunde und als Partner im medizinischen Entscheidungsprozess auftritt»

**Mehr Verantwortung, grössere Entscheidungsfreiheit, bessere Informationen: Was Patienten von der Medizin im 21. Jahrhundert erwarten, ist kein Geheimnis. Doch während sich viele Ärzte noch schwer tun mit dem gewachsenen Selbstbewusstsein im Wartezimmer, bauen Patienten nicht nur im Internet schon längst an der Zukunft des Gesundheitswesens. Aber auch die Versorger – Ärzte, Apotheken, Krankenhäuser und Krankenkassen – widmen sich immer stärker dem Thema Kommunikation&Information in der Medizin.**

Die Zeiten der traditionellen, klassischen und paternalistischen Arzt-Patientenbeziehung, in der die möglichst allwissenden, unfehlbaren Ärzte den unwissenden Patienten den Weg weisen, und in welchen sich diese, bei den Ärzten absolut vertrauend, bestens aufgehoben fühlten, sind endgültig passé. Der Wille des Patienten rückt immer stärker in den Vordergrund. Mit ihm der Wunsch nach mehr Verantwortung, grösserer Entscheidungsfreiheit, besserer Information, freier Arzt- und Spitalwahl, mehr Mitsprache und Mitbestimmung bei der Wahl der Behandlung.

Das sind die zentralen Bedürfnisse von Patientinnen und Patienten in Europa. Studien zeigen, dass speziell (jüngere) Menschen und Patienten aktiver in Therapieentscheidungen miteinbezogen werden möchten. Doch bis zu einem echten *Patienten Empowerment* ist es in den meisten Ländern noch ein weiter Weg. Müssen doch Ärzte, Patienten, Akteure und Entscheidungsträger ihre Rollen neu und grundlegend überdenken. Es gilt, sich dem sich ändernden gesellschaftlichen und sozialen Wandel mit seinen vielen Möglichkeiten und noch mehr Bedürfnissen anzupassen. Denn mit den künftigen Entwicklungen werden sich auch die Rollen von Patienten und Leistungserbringern verändern.

Mit dem wissenschaftlichen Fachbegriff der Partizipativen Entscheidungsfindung ist die Beteiligung von Patienten an den sie betreffenden individuellen Behandlungsentscheidungen gemeint. Diese werden meistens im Arzt-Patienten-Gespräch getroffen. Daher kommt der ärztlichen Konsultation eine besondere Aufmerksamkeit zu. Partizipative Entscheidungsfindung ist die deutsche Übersetzung des englischen *Shared Decision Making*, das als Konzept in den neunziger Jahren entwickelt wurde.

Bei der Partizipativen Entscheidungsfindung sind Ärzte und Patienten hinsichtlich der Auswahl einer Behandlung gleichberechtigte Partner. Informationen fliessen folglich in beiden Richtungen. Beide Personen bringen ihre Entscheidungskriterien aktiv in den Abwägungsprozess ein und verantworten gemeinsam die getroffene Entscheidung.

### Patienten Empowerment – oder wenn Patienten mehr Mitsprache fordern und mehr Information wünschen

Es ist erwiesen: Einhergehend mit dem gesellschaftlichen Wandel zeigen Patienten ein hohes Interesse für Gesundheitsthemen. Mit der technischen Entwicklung und der verbesserten Allgemeinbildung hat sich auch die Rolle der Patienten in den europäischen Ländern verändert. Vom passiven und abhängigen Empfänger einer medizinischen Behandlung entwickelt sich der Patient mehr und mehr zum aktiven, informierten und verantwortlichen Teilnehmer im Gesundheitswesen. Ein wachsendes Patienten Empowerment ist klar erkennbar. Patienten wollen informiert sein und sind es auch. Als Informationsquelle dienen ihnen unterschiedlichste Kommunikationskanäle. Eigenverantwortung für die Gesundheit wie auch die Verantwortung des Gesundheitssystems sind wichtige Themen in der Diskussion. Dies stellt Ärzte und Pflegepersonal, aber auch die politischen Entscheidungsträger vor neue Herausforderungen.

Für die befragten Patienten steht die freie Wahl von Leistungserbringern und Behandlungsoptionen klar im Vordergrund – die freie Wahl ist der Eckpfeiler des Vertrauens. Doch ist die freie Arztwahl nicht viel wert, wenn man keine Informationen hat, die für eine vernünftige Wahl erforderlich sind. Wahlmöglichkeit bedingt Information zu Qualität und Sicherheit der Behandlung. Hier zeigt sich heute ein Mangel. Insgesamt fühlt sich weniger als die Hälfte der Patienten ausreichend informiert, um eine Therapieform oder einen Leistungserbringer wählen zu können. In der Schweiz, wo eine freie Arztwahl Standard ist, fühlen sich nur 40 Prozent der Befragten ausreichend informiert. Eine Mehrzahl der Befragten in den untersuchten Ländern wünscht sich beispielsweise die Publikation von Indikatoren, die die Beurteilung von Ärzten oder Spitälern erleichtern bzw. ermöglichen.

### Wirkungen & Erfolge

In wissenschaftlichen Studien im angloamerikanischen Raum konnte gezeigt werden, dass partizipative Entscheidungsfindung sowie Patientenempowerment nachweislich positive Effekte auf die Therapietreue (Compliance), auf den Behandlungserfolg und die Patientenzufriedenheit hat. So hat sich gezeigt, dass Patienten mehr über ihre Erkrankung und die Behandlung wissen, sie realistischere Erwartungen über den Verlauf der Behandlung haben, sie zuverlässiger bei der Umsetzung der Therapieprinzipien sind und sich konsequenter an die Einnahme notwendiger Medikamente halten. Zudem sind Patientinnen und Patienten bei dieser Art der Entscheidungsfindung mit ihrer Behandlung generell zufrieden.

### Definition

Partizipative Entscheidungsfindung ist ein Interaktionsprozess mit dem Ziel, unter gleichberechtigter aktiver Beteiligung von Patient und Arzt auf Basis geteilter Information zu einer gemeinsam verantworteten Übereinkunft zu kommen.

### Teamarbeit zwischen Arzt und Patient ist für beide positiv

Der Bedarf nach stärkerer Einbeziehung des Patienten in den Entscheidungsprozess und mehr Autonomie ist gross. In einer deutschen Umfrage wünschten sich rund 60 Prozent der Befragten eine gemeinsame Entscheidung mit dem Arzt, knapp 30 Prozent möchten nach Information alleine entscheiden. Tatsächlich werden jedoch nur etwa 40 Prozent der Patienten vom Arzt in die Therapieentscheidung einbezogen.

### Kommunikationstrainings für Ärzte am Heidelberger Universitätsklinikum

Eine Studie von Heidelberger Wissenschaftlern zeigt, dass Patienten mehr Information und den Umgang mit kommunikationsgeschulten Ärzten, die ihre Patienten aktiv in Therapieentscheidungen einbeziehen, als Bereicherung empfinden. Die Patienten sind dann eher bereit, aktiv an ihrer Behandlung teilzunehmen und das Angebot zu nutzen. Die Zusammenarbeit mit dem Arzt wurde insgesamt positiver bewertet als in der Vergleichsgruppe; Entscheidungskonflikte und Behandlungsstress traten seltener auf. Die Patienten konnten besser mit ihren Schmerzen umgehen. Auch die Ärzte gaben an, dass der Umgang mit den Patienten weniger kompliziert und von Kooperation geprägt war.

### Fazit:

Shared Decision Making und Patientenempowerment werden in Zukunft eine immer wichtiger werdende Rolle spielen und sicher an Bedeutung gewinnen!

### Kernelemente der Partizipativen Entscheidungsfindung sind:

- Mindestens 2 Teilnehmer (Patient und i.d.R. Arzt) sind beteiligt.
- Informationsaustausch findet in beide Richtungen statt.
- Beide sind sich bewusst, dass und welche Wahlmöglichkeiten bezüglich der medizinischen Entscheidung bestehen.
- Beide Partner bringen ihre Entscheidungskriterien aktiv und gleichberechtigt in den Abwägungs- und Entscheidungsprozess ein.
- Beide Partner übernehmen für die Entscheidung Verantwortung.



### Der Wurm muss dem Fisch schmecken – nicht dem Angler.

**Da der Markt in der Schweiz, gemessen an der relativ kleinen Einwohnerzahl mit entsprechend kleinem Zielgruppenpotential schnell gesättigt ist, ist und wird der Kampf der Anbieter um Patienten härter. Der sich stetig ändernde Gesundheitsmarkt sowie das sich ändernde Patientenbewusstsein und -bedürfnis werden das ihre mit Sicherheit dazu beitragen.**

Untersucht man die eingesetzten Kommunikationsmittel bei medizinischen Dienstleistern sind grosse Mängel sicht- und Kommunikationsdefizite erkennbar. Fachwissen, Know how, und Vorteile der eigenen Dienstleistung sind von denen anderer Anbietern nicht zu unterscheiden. Eigene Positionmerkmale fehlen meistens, eigene Identitätskriterien sind kaum feststellbar.

Im Gegensatz zu früher entscheiden heute die Verbraucher über Erfolg und Misserfolg von Angeboten. Also auch, ob sie eine Dienstleistung nutzen wollen oder nicht. Sie sind das Mass aller Dinge, ob es den Anbietern passt oder nicht. Eines auf jeden Fall dürfte sicher sein: Medizinische Dienstleister werden künftig nicht mehr daran vorbei kommen sich und ihr Angebot kundengerecht darzustellen und profiliert zu vermarkten.

Eine klare Marketing- und Kommunikationsstrategie mit einer klar definierten Zielrichtung und entsprechend korrelierenden Kommunikations- und Werbemassnahmen – anstelle einzelner Hau-Ruck-Aktionen, die dann meistens erst noch wirkungslos verpuffen und das Budget unnötig belasten – ist zwingend notwendig.

faktor plus communications legt deshalb Wert darauf, alle Marketing-Kommunikationsmassnahmen ganz individuell auf die einzelne Praxis (Unternehmen) und ihren Markt auszurichten. Sich also in Strategie und Kommunikationsumsetzung an dem zu orientieren, was Patienten (Kunden) erwarten.

Die Erfolgsregel «Der Köder muss zuerst einmal dem Fisch schmecken und dann dem Angler» hat nichts mit Anglerlatein zu tun. Vielmehr gibt sie deutliche Hinweise darauf, wie das Angebot-Nutzungs-Verhältnis in Bezug auf die Kommunikation für die Medizin verbessert werden kann.

### faktor plus communications – die Medizinmarketingagentur begleitet Sie auf dem Weg zur starken Marke

Medizinmarketing ist ein Prozess im Gesundheitsmarkt, der auf die Erkennung und erfolgreiche Befriedigung von Patientenbedürfnissen ausgerichtet ist. Marketing in der Medizin heisst, den Patienten in das Zentrum aller Bemühungen zu stellen und sich an seinen Bedürfnissen zu orientieren. Die komplexen Zusammenhänge zwischen modernem Marketing und wirtschaftlicher Medizin zu verknüpfen ist unser primäres Ziel und unterscheidet uns nicht zuletzt Know how bedingt von anderen Beratungsfirmen und Kommunikationsagenturen.

faktor plus communications  
die medizinmarketingagentur

Polygonstrasse 59  
3014 Bern

Telefon +41 31 332 74 10  
info@faktorplus.ch

www.faktorplus.ch  
www.medizinmarketing.ch

