

Digitalisierung in der Praxis

Ein Beitrag von Immanuel Schmötzer

In einer Physiotherapiepraxis kann Digitalisierung vieles erleichtern: Neue Möglichkeiten der Organisation und Koordination werden geschaffen und Therapeuten miteinander vernetzt. Das vereinfacht den Arbeitsalltag und wirkt sich auch auf die Mitarbeiter- und Patientenzufriedenheit aus.



Foto: wavebreakmedia / shutterstock.com

Technologie ändert das Gesundheitsverständnis.

Die Technologie hält in unseren Praxisalltag Einzug. Durch Smartphones, Apps und Cloud-Lösungen sind Informationen überall verfügbar – das beeinflusst die Kommunikation zwischen Patient und Therapeut, aber auch zwischen Therapeut und Therapeut. Es ergeben sich neue Möglichkeiten im Bereich von Dienstleistung und Service. Informationen, Fachwissen und spezifische Inhalte werden in kurzer Zeit einer großen Zielgruppe zugänglich gemacht; dadurch entsteht eine neue Art der Zusammenarbeit.

Für Eilige

Der Markt für digitale Praxistools erweitert sich ständig und bietet inzwischen einige Lösungen, die für Physiotherapiepraxen relevant sind – besonders im Hinblick auf Zeitersparnis, Qualitätsmanagement und Kundenbindung. Richtig genutzt dienen solche Tools gleichzeitig als Marketinginstrument: Gerade eine junge Zielgruppe fühlt sich durch digitale Angebote angesprochen und fordert diese sogar ein.

Patienten fordern digitale Inhalte. Das bedeutet für Physiotherapeuten, dass sie es mehr und mehr mit Patienten zu tun haben, die sich online informieren.

Daraus resultieren andere Rückfragen als früher. Die Art der Therapiebetreuung und Patientenwünsche verändern sich. Vor allem jüngere Patienten sind es gewohnt, Inhalte und Dienstleistungen in digitaler Form zu nutzen. Videounterstützte Trainings- und Therapieprogramme auf dem Smartphone sind willkommene Leistungen und entsprechen den Erwartungen dieser Zielgruppe. Die Patienten fühlen sich durch diese Art der Kommunikation gut aufgehoben und empfinden die Praxis als Kooperationspartner auf Augenhöhe. Solche modernen Tools sind in der Fitnessbranche bereits etabliert; im Bereich der Heilmittelerbringer sind sie noch nicht selbstverständlich – deshalb bringen digitale Inhalte auch ein gewisses Alleinstellungsmerkmal mit sich. Gerade für die junge Zielgruppe sind digitale Angebote ein wichtiger Aspekt, der zur einer Weiterempfehlung der Praxis im Freundeskreis anregt. Da die Digitalisierung nicht alle Aspekte umfassen muss, stoßen Sie ältere Patienten auch nicht vor den Kopf: Für sie kann das Therapieprogramm wie gewohnt in analoger Form zur Verfügung stehen. Durch digitale Angebote erweitern Sie also Ihre Kommunikationskanäle und erschließen dadurch neue Zielgruppen.

Vorteile von digitalen Übungsprogrammen. Für den therapeutischen Alltag ergeben sich neue Handlungsfelder: Beispielsweise kann der Therapeut einen Therapieplan online erstellen und per App an den Kunden übermitteln. Dieser kann damit alle Übungen als Video einsehen, seine Leistungen protokollieren und an den Therapeuten zurückmelden oder Fragen stellen. So können bereits vorab Unklarheiten beseitigt oder bei der nächsten Einheit in der Praxis gezielt besprochen werden. Im Hinblick auf das 20-Minuten-Behandlungsfenster bei einer Verordnung ist die Zeitersparnis enorm: Während der Übungseinheit in der Praxis kann man sich dadurch auf das Wichtigste konzentrieren. Prinzipiell muss man sich darüber im Klaren sein, dass eine digitalisierte Praxis allgemein Zeit einspart, Fachwissen besser geteilt werden kann und dem Patienten eine genaue Anleitung zwischen den Terminen ermöglicht wird.

Erleichterung im therapeutischen Alltag. Inzwischen gibt es Geräte und Apps, die über Kontrollfunktionen verfügen; Bewegungen und Wiederholungen werden aufgezeichnet und protokolliert. Der Therapeut erhält dadurch einen Überblick, kann Resultate auswerten und Fortschritte erkennen. Auch Fehlbelastungen oder eine falsche Ausführung der Übungen werden so offensichtlich. Angenommen, der Patient übt regelmäßig zu Hause, beim Termin in der Praxis sind aber keine Fortschritte erkennbar – ein Blick auf das Auswertungsprotokoll kann dann hilfreich sein. Daraus kann sich zum Beispiel ergeben, dass die Übung zwar regelmäßig und richtig durchgeführt wurde, im Alltag aber eine Schonhaltung eingenommen wird; die Übungen laufen also ins Nichts. Die daraus resultierende Frage lautet: Warum ist das so? Liegt eine Überbelastung vor? Hat der Patient Schmerzen? Im Gespräch kann gezielt auf diese Aspekte eingegangen und die Therapie angepasst werden. Ohne Aufzeichnungsprotokoll würde es wesentlich länger dauern, dem Problem auf den Grund zu gehen. Eventuell nähme der Therapeut auch einfach an, dass der Patient die Heimübungen nicht durchführt – die Problematik würde also nicht erkannt werden.

Digitales Marketing. Eine weitere Form der digitalen Kommunikation sind sogenannte QR-Codes. Diese meist quadratisch aussehenden Codes können per Smartphone eingescannt werden und sind mit Videos, Erklärungen oder einer Website verknüpft. Sie lassen sich vielseitig einsetzen und sind eine günstige Alternative zu Flyern, Postern und Infoblättern. Die Codes können beispielsweise auf Merchandising-Artikeln wie Postkarten angebracht werden. Sie benötigen wenig Platz, deshalb können Logo, besondere Angebote und Ähnliches großzügig daneben platziert werden. Da die Merchandising-Artikel nur einmal erstellt werden müssen, ist das recht

günstig; die QR-Codes zu verschiedenen Themen können direkt aufgedruckt werden. Ein Patient mit Knieproblemen bekommt so beispielsweise nach dem ersten Praxisbesuch eine Karte mit nach Hause, scannt dort den Code „Kniestabilisierung“ ein und unterstützt damit von Anfang an die Arbeit des Therapeuten. Da der Link auf dem QR-Code-Aufkleber permanent ist, kann alternativ auch eine allgemeine Postkarte verwendet werden; der Therapeut klebt den passenden Sticker mit dem entsprechenden Code dann einfach direkt auf. Die Postkarte dient in beiden Fällen als Übungsanleitung, Informationsblatt und Marketinginstrument in einem.

Komplexität und Anforderungen an eine Physio-praxis. Viele Praxisinhaber zögern, sich auf eine digitale Lösung festzulegen, da die Einführung einer neuen Software Kapazitäten bindet. Aus meiner Erfahrung weiß ich, dass der Entscheidungsprozess für eine digitale Lösung länger dauert als die Implementierung selbst. Die Vorstellungen, welche Kosten auf einen zukommen, gehen oft ebenfalls nicht mit der Realität einher. Es gibt Angebote, die keine Folgekosten mit sich bringen und sich nach den ersten zwei Monaten bereits gerechnet haben – zum Beispiel in Bezug auf das Qualitätsmanagement. Die Transparenz der einzelnen Behandlungsmaßnahmen liegt unabhängig vom Therapeuten immer vor. Es muss nicht alles stets neu erfragt werden, und es ist immer leserlich und mit dem jeweiligen Datum versehen.

Wenn man sich als Therapeutenteam einmal die Arbeit macht und eigene Vorlagen zu verschiedenen Verletzungen erstellt, können diese per Knopfdruck verteilt werden – als E-Mail, Ausdruck oder in einer App. Dadurch fällt eine einheitliche Vorgehensweise leichter, der Service ist gleichbleibend gut, neue Kollegen sind schneller eingearbeitet und auch Nachwuchstherapeuten profitieren: Denn durch den gemeinsamen Zugriff ergibt sich nebenbei ein Wissenstransfer. Als Praxisinhaber hat man schnell und geordnet einen Gesamtüberblick und kann Maßnahmen zur Verbesserung gezielt ansprechen und umsetzen.

Wohin geht die digitale Zukunft? Es gibt Lösungen für Terminierung, Patientenverwaltung, Training und vieles mehr. Bisher handelt es sich dabei meist um „Insellösungen“ oder es gibt noch Optimierungsbedarf. Zukünftig werden Gesamtlösungen in Fokus stehen, welche die einzelnen Bereiche miteinander verknüpfen. Da die Digitalisierung schnell voranschreitet, ist es allerdings wichtig, sich frühzeitig mit den Optionen auseinanderzusetzen. Schon jetzt gibt es Möglichkeiten, die einen positiven Effekt auf interne Arbeitsabläufe und die Außenwirkung der Praxis haben – gerade in den Bereichen Monitoring, Effizienz, Patientenbindung und Serviceerweiterung.

Digitale Lösungen können eine günstige Alternative sein.

Unsere Experten – für Sie.

Ralph Jürgen Bährle



Seit 1987 Rechtsanwalt in der Kanzlei Bährle & Partner in Nothweiler; Anwaltstätigkeit mit Schwerpunkt Arbeitsrecht; berät und vertritt Physiotherapeuten aus ganz Deutschland in allen Rechtsfragen; Autor zahlreicher Bücher und Fachbeiträge im Bereich des Arbeitsrechts. Kontakt: Ralph.Baehrle@therapeuten-recht.de

Frederic Breiler



Seit 2004 selbstständiger Gründungsberater und Dozent; Fachkaufmann für Marketing, Kommunikationswirt und Bankkaufmann, Schwerpunkte: Businessplan, Finanzen, Marketing; veranstaltet Workshops und Pitch-Events, bei denen Start-ups ihre Geschäftsideen vorstellen. Kontakt: mail@breiler-consulting.de

Carlo Düllings



M. Sc. Betriebswirtschaftslehre (Univ.), Experte für emotionale Intelligenz; Inhaber der Empathie Akademie in Düsseldorf; Lehrbeauftragter an mehreren deutschen Hochschulen, u. a. Leibniz Universität Hannover; seit 2011 Vorträge sowie Leitung von Seminaren und Coachings, wie etwa im Gesundheitsbereich für den Verband der Krankenhausdirektoren Deutschlands, Krankenhäuser, aber auch einzelne Physiotherapeuten. Kontakt: info@empathie-lernen.de

Marco Kutsch



Leiter Markt der opta data digital communication GmbH, ein Unternehmen der Essener opta data Gruppe, das sich auf die Entwicklung digitaler Kommunikationslösungen spezialisiert hat; Ausbildung zum Werbekaufmann; mehrjährige Tätigkeit im Agenturgeschäft sowie für Unternehmen verschiedener Branchen, Schwerpunkte: Marketing und Vertrieb; bis 2015 Geschäftsführer einer Marketing- und Vertriebsagentur in Oberhausen. Kontakt: m.kutsch@optadata-gruppe.de



Rolf Leicher

Diplom-Betriebswirt; Kommunikationstrainer bei verschiedenen Firmen sowie Industrie- und Handelskammern; im In- und Ausland durch zahlreiche Buch- und Fachveröffentlichungen bekannt.
Kontakt: rolf.leicher@t-online.de



Tilman Möller

Diplom-Ingenieur für Biomedizin; seit über 30 Jahren beruflich im Gesundheitswesen aktiv; Beratung von Leistungserbringern, Verbänden und Unternehmen in Marketing- und Strategiefragen; gemeinsam mit seiner Frau, der Physiotherapeutin Christiane Möller, Gründung der Gesundheitsförderungs-Initiative www.fitgutschein.de.
Kontakt: tilman@moeller-consult.de



Immanuel Schmötzer

Sportwissenschaftler (M. A.); Schwerpunkte: Prävention und Rehabilitation, Leistungssport; Mitbegründer der MP Sports Coaching & Consulting GmbH, die mit der Lanista-Software IT-Lösungen im Sport- und Gesundheitssektor anbietet. Kontakt: physio@lanista-training.com