

radiologie assistent

Liebe Leserin, lieber Leser,

beschäftigt sich ein Marketingprofessor mit dem Einsatz von Medizintechnik am Patienten, ist Vorsicht geboten. Erst recht, wenn seine Studie von einem bekannten, deutschen Großgerätehersteller unterstützt wird (siehe Seite 27).

Marketing klingt nach Verkaufen. Der Arzt verkauft dem Patient Gesundheit. Und laut der besagten Studie verkauft sich Gesundheit besser, wenn Apparatemedizin im Spiel ist. Geräte statt Ärzte, kann man das Fazit der Studie zusammenfassen. Die Patienten sind heiß auf unsere Röntgenröhren, Spulen, Magenten, Tomographen und was wir noch so zu bieten haben. Der Einsatz der Apparatemedizin erhöht das Vertrauen in die Behandlung. Gut für die Medizintechnikhersteller. Womit wir wieder beim Verkaufen sind.

Es soll Arztpraxen geben, deren Inhaber ihre Angestellten zu Verkäuferschulungen schicken. Darf es ein wenig Strahlung mehr sein? Merken Sie schon, wie angenehm es kribbelt?

Durchgeführt hat die Studie Herr Prof. Riegl, Dozent an der Hochschule Augsburg. Lässt man den Verkaufsaspekt beiseite, hat er auch für die MTA interessante und repräsentative Ergebnisse zu Tage gefördert. Je höher der Stellenwert der Medizintechnik, desto höher der Anspruch der Patienten an die MTRA als Vermittler zwischen Medizin und Technik. Die Patienten haben eine klare Erwartungshaltung.



Im Marketing-Jargon klingt das so: „Nachteilig sind die wenigen Gespräche mit Patienten während des Einsatzes von medizinisch-technischen Geräten“.

Das Warten in der Kabine ist dabei eine der unangenehmsten Erfahrungen, die unsere Patienten machen. Darauf haben wir direkten Einfluss. Ein großer Nachholbedarf besteht auch in der Aufklärung. Die Patienten wollen wissen, welche Belastungen mit der Untersuchung verbunden sind und wie die Technik funktioniert. Das gilt auch für Eltern von Patienten.

Genau betrachtet, besitzt der Einsatz unserer Apparate hier einen beklemmenden, ethischen Aspekt. Auf der Neonatologie nehmen wir handtellergroße Röntgenbilder auf, ist die Röntgenröhre oft einer der ersten Apparate, mit der wir über einen Menschen herfallen. Und häufig können wir Schaukästen mit Thoraxaufnahmen des selben Kindes pflastern. Daneben stehen Eltern, die uns bei jeder Aufnahme fragend ansehen.

Hier, liebe Ökonomen und Marketingfachleute, steckt für die MTRA die wahre Kunst, trotzdem Vertrauen zu schaffen. Nur verkaufen lässt sich das nicht gut.

Andreas Pfeiffer



Zum Titelbild:

Tamara Maier während ihres Vortrags beim Diplomsymposium zum 10. Radiologiekongress Engadin (siehe Seite 12).

Inhalt

2	Deutscher Röntgenkongress
4	Der interessante Fall: Embolisation der Milzarterie mittels Platinspiralen
10	Strahlenbiologie: DNA-Doppelstrangbruch
12	Engadin: MTRA zeigen Rückgrat
13	Sicherheit und biologische Wirkung der 3-Tesla-MRT – Teil 1
17	Ausbildung: Aktuelles Urteil
17	Medizinrecht: Behandlungsfehler
18	Medien: Kompendium der Röntgeneinstelltechnik
19	Strahlentherapie: Rektum-Ca
19	50 Jahre MTA-Schule Oldenburg
20	MRT-Glossar Teil 1: Prinzip der MRT
22	Kongresskalender
26	HIV Postexpositionsprophylaxe
27	Geräte statt Ärzte
27	Impressum