

Kommentar

Der Patient – (k)ein Kunde?

Von Hildegunde Piza*

Das Arzt-Patienten-Verhältnis ist durch eine Besonderheit gekennzeichnet: durch Vertrauen, das einen hohen Grad an Intimität besitzt.



Der Patient vertraut nicht bloß seine Krankheit dem Therapeuten an, sein Hüftgelenk dem Chirurgen, sein Asthma dem Internisten, so wie man etwa seine Steuerangelegenheiten dem Steuerberater oder seine Rechtsprobleme dem Anwalt anvertraut. Dort bleibt man Kunde; „behandelt“ werden das Vermögen oder die Rechte des Klienten oder Mandanten, nicht aber dieser selbst. Im Arzt-Patienten-Verhältnis jedoch vertraut der Patient sich dem Arzt an. Es herrscht ein asymmetrisches Verhältnis. Diese Besonderheit der Beziehung hat das medizinische Ethos der letzten 2.400 Jahre nach Hippokrates bestimmt: Wer über Leben und die Gesundheit eines anderen Menschen Eingriffsgewalt erhält, muss vertrauenswürdig und verlässlich sein. Und er muss sein Gegenüber auf Augenhöhe behandeln – als Person, nicht nur als „Fall“, als Systemerhalter oder gar als den zahlenden Kunden. Der Arzt hat Pflichten, doch auch der Patient trägt Verantwortung.

Die Medizin macht eine tief greifende Metamorphose durch: Sie wandelt sich von einer auf einer sehr persönlichen Beziehung zwischen Arzt und Patient beruhenden Heilkunst hin zu einer komplexen, überproportional wachsenden Industrie.

Was, wenn der Kranke von sich aus mit der Gesinnung eines Kunden kommt, der zahlt und deshalb „anschafft“ und Ansprüche stellt? Eine

unglaublich große Anzahl an so genannten Gesunden stellt heute Anforderungen an die Medizin, weil sie ihren Körper verbessern wollen – und dazu brauchen sie einen Arzt.

Die Aufgabe des Arztes wird dabei auf die des Beraters und Vertragspartners des „Patienten“ reduziert. Die letzte Entscheidung liegt beim Klienten. Der Patient wird zum Kunden, der Arzt zum Dienstleister, der seine Produkt verkauft, die Praxis und das Krankenhaus zum „Profit-Center“. Doch passt das Bild des Kunden tatsächlich zum Bild eines (echten) Kranken, eines Patienten?

Anatomie des Kunden

Kunde zu sein, setzt Souveränität voraus und Autonomie. Doch wie steht es mit der so genannten Souveränität oder Mündigkeit eines 40-Jährigen mit einem Herzinfarkt, eines 70-Jährigen mit einem Oberschenkelhalsbruch, eines Krebskranken, eines juvenilen Diabetikers, eines Sportlers mit Meniskus-Abriss?

Der Patient ist krank. Günstigstenfalls wird er durch die Fürsorge, die Beratung und manchmal sogar erst durch die Therapie mündig und gerät dann in die Lage, über sich und seine Krankheit zu entscheiden. Diese Entscheidungen überlassen viele Patienten – auch wenn sie selbst Ärzte sind – ihren behandelnden Ärzten. Nicht weil sie an sich unmündig sind, sondern weil sie eben krank sind und auf die Professionalität und Fürsorge ihrer Ärztin oder ihres Arztes vertrauen.

Diese Asymmetrie der Beziehung wegzudiskutieren, hat dramatische Konsequenzen. Das Umfunktionieren

des Patienten zum Kunden bedeutet nicht weniger als die Ausblendung des Menschenseins im Kunden und die Instrumentalisierung seiner Person zum Zwecke der Gewinnmaximierung – eine Entwicklung, die alles andere als wünschenswert ist.

Klarerweise liegt es ganz im Interesse der Ärzteschaft und eines bestmöglichen Ergebnisses, einen zur Kooperation befähigten und informierten Patienten zu behandeln. Wenn aber die wirtschaftliche Rationalität in der medizinischen Versorgung überhand nimmt, wird der Arzt zum einfachen Anwender von Heilstechniken degradiert und verliert damit die Medizin ihre Identität als Dienst am Menschen: Der Arzt muss vor allem die menschliche Person in ihrer Ganzheit in die Mitte des ärztlichen Handelns stellen und mitunter monetär bewertbare Dimensionen außer Acht lassen, um ein guter Arzt zu sein.

Wo Gewinnmaximierung das Ziel der Tätigkeit wird, wird das medizinische Ethos verraten. Ob die Medizin ihre Identität als professioneller, wissenschaftlich fundierter humanitärer Dienst behalten wird, hängt letztlich davon ab, ob es gelingt, mit Überzeugung dem seit Hippokrates tradierten ärztlichen Ethos zu folgen.

Dieses Umdenken und Umlenken wird wesentlich von den Ärzten selbst ausgehen müssen. So wie es Hippokrates getan hat: für seine Zeitgenossen politisch ziemlich unkorrekt, dafür aber einem hohen Berufsethos verpflichtet und in seinem Verhalten menschlich. ◀◀

*) Univ. Prof. Dr. Hildegunde Piza ist Mitglied des Wissenschaftlichen Beirats von IMABE – Institut für medizinische Anthropologie und Bioethik in Wien