

# DAS PERSÖNLICHKEITSPROFIL VON NO-ACCESS-ÄRZTINNEN UND -ÄRZTEN ÜBERRASCHT!

No-Access-Ärztinnen und -Ärzte sind zwar alle nicht besuchbar, unterscheiden sich aber in ihrem Persönlichkeitsprofil. Dies hat bedeutsame Auswirkungen auf die Wahl geeigneter Kommunikationsstrategien und -inhalte.

First Aid Marketing GmbH und Verhaltensarchitektur GmbH untersuchen im laufenden Nudging-Omnibus Januar 2020, wie mit Nudging-Strategien der Zugang zu No-Access-Ärztinnen und Ärzten wiedergefunden werden könnte. Die Idee von Nudging ist es, das Verhalten einer Person in einer vorhersehbaren Weise zu verändern, ohne irgendwelche Optionen zu verbieten oder wirtschaftliche Anreize zu schaffen.

## Erste Insights vorhanden

Erste Ergebnisse zeigen, dass sich die Persönlichkeitsprofile – gemessen an den BIG FIVE<sup>1</sup> der Persönlichkeit – nicht nur zwischen besuchbaren und nicht-besuchbaren Ärzten differenzieren, sondern auch innerhalb der nicht-besuchbaren Ärzte verschiedene Persönlichkeitsausprägungen unterschieden werden können. Insbesondere zeigt eine von uns identifizierte Subgruppe der No-Access-Ärztinnen und und Ärzte höhere Werte auf der Neurotizismus-Dimension (Fig. 1). Dies wird öfters mit einer sensiblen Reaktion auf Stress, einer Neigung zu Unsicherheit oder einer Empfindlichkeit gegenüber negativen Einflüssen assoziiert.

Von beiden No-Access-Subgruppen kennen wir nun nicht nur die Persönlichkeitsprofile, sondern auch die wirksamen Kommunikationskanäle und die effektiven Botschaftsinhalte.

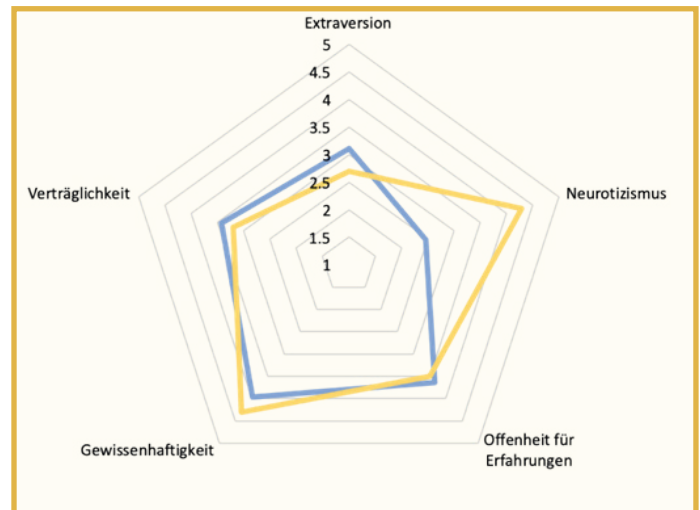


Fig 1: Persönlichkeitsprofile von Subgruppen nach BIG FIVE<sup>1</sup> innerhalb von Schweizer Hausärzten, die nicht besuchbar sind.

Die gewonnenen Insights können nun als breites Fundament für nächste Konzepte dienen. Mit den erhobenen Persönlichkeitsprofilen, den bekannten Kommunikations- und Botschaftspräferenzen und unserer Erfahrung mit innovativen Nudgingstrategien bieten sich Möglichkeiten, mit No-Access-Ärztinnen -und Ärzten wieder in Kontakt zu treten.

## Interessiert an weiteren Insights?

Für eine Erläuterung der beiden Subgruppen, für weitere spezifische Resultate und strategische Vorschläge auf Nudgingbasis dürfen Sie uns direkt kontaktieren.

Dr. Gilles Chatelain & Dr. Ueli Reber

<sup>1</sup> Die Big Five sind ein wissenschaftliches Modell der Persönlichkeitspsychologie und werden oftmals als Standardmodell in der Persönlichkeitsforschung gesehen. Fünf voneinander unabhängige, im Lauf des Lebens relativ stabil bleibenden Persönlichkeitseigenschaften sind Bestandteil des Modells: Extraversion, Offenheit, Verträglichkeit, Gewissenhaftigkeit und Neurotizismus.



www.verhaltensarchitektur.ch



www.firstaidmarketing.ch