



MEINUNG GEFRAGT!

In einer Zeit des demografischen Wandels, in der der Patient sich immer mehr zum Wirtschaftsfaktor entwickelt, ist die Patientenbefragung ein gutes Messinstrument zur Einschätzung der Praxisgegebenheiten. Sie kann Auskunft zu Patientenbedürfnissen geben, Stärken und Schwächen der Praxis abbilden und gilt als Imagebarometer. Kurz gesagt: Eine Patientenbefragung gehört in das Qualitätsmanagement jeder Praxis!

Gundula Stahl, Elke Schilling

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Die Patientenbefragung ist ein wichtiges Marketingwerkzeug: Im Hinblick auf Neustrukturierung bestehender Praxen bei Übernahmen, Erweiterungen oder geplanten Kooperationen kann sie Aufschluss geben über die Attraktivität der Praxis sowie die Zufriedenheit der Patienten mit Leistungsspektrum und Praxisservice. Vor der Tötigung einer Investition kann die Nachfrage nach bestimmten Leistungen eruiert werden. Ist das Interesse an prophylaktischen Leistungen beispielsweise groß, lohnt sich eine Investition in eine Fachkraft, deren Ausbildung oder ein Gerät in diesem Bereich. Auch beim Erarbeiten von Alleinstellungsmerkmalen einer Praxis sind Patientenmeinungen sehr hilfreich.

Der Patientenfragebogen eignet sich ebenfalls zur Optimierung der Arbeitsauslastung. Im Beschwerdemanagement können zum Beispiel bemängelte Wartezeiten durch Warte- oder Anruflisten bzw. Erinnerungen per Karte, E-Mail oder Telefon verkürzt und Ausfallzeiten minimiert werden. Die elektronischen Bestellbücher vereinfachen die Erstellung dieser Listen.

Wer macht mit?

Die neue Patientengeneration ist interessiert an der Mitgestaltung und Einbeziehung in den Therapieablauf und scheut die offene Meinungsäußerung nicht. So ist zu erwarten, dass sie sich rege an einer Befragung beteiligen wird. In einem anonymen Frage-

bogen öffnen sich Patienten eher als im direkten Gespräch, um Anregungen oder Kritik anzubringen.

Und so sollte sie aussehen

Eine Patientenbefragung wird individualisiert für jede Praxis, in der Regel aller zwei Jahre oder in Vorbereitung struktureller Veränderungen der Praxis durchgeführt. Dabei sollten die Patienten im Vorfeld informiert und über den Hintergrund der Aktion aufgeklärt werden. Als Auslegezeitraum haben sich vier bis sechs Wochen bewährt – möglichst in einem Quartal, in dem erfahrungsgemäß viele Patienten die Praxis aufsuchen. Das gewährt eine hohe Beteiligung und im Idealfall auch eine Erfassung aller Altersgruppen. Verfügt die Praxis über eine Homepage, kann der Fragebogen für den gewählten Zeitraum auch dort zur Onlinebearbeitung eingestellt werden. Der Vorteil liegt dabei in der Verfügbarkeit des Bogens zu jeder Zeit unabhängig von einem Praxisbesuch im Befragungszeitraum. Auch die Rückgabe gestaltet sich durch das Absenden einfacher als bei der Abgabe in der Praxis. Allerdings muss man bedenken, dass der Altersdurchschnitt auf diese Weise beeinflusst wird, da nicht jeder Patient die technischen Voraussetzungen hat.

Zehn Minuten müssen reichen

Die Gestaltung des Bogens sollte nicht zu umfangreich sein und die Bearbeitung nicht länger als zehn Minuten in Anspruch nehmen. Deshalb haben sich geschlossene Fragen mit Beantwortung

anhand von vier Auswahlkategorien zum Ankreuzen – ergänzt durch ein Feld für eigene Bemerkungen, Anregungen und Kritik – bewährt. Beispiele für die Einteilung sind:

- sehr gut – gut – akzeptabel – schlecht
- stimmt vollkommen – stimmt – stimmt teilweise – stimmt nicht

Das Schulnotensystem ist hingegen ungeeignet, weil sich die Mehrheit für einen Mittelwert entscheiden könnte und das Ergebnis verfälscht. Bei einer Vierteilung ist eine positive oder negative Tendenz ablesbar.

Empfehlenswert ist eine Gliederung in drei Teile. Der erste Teil beinhaltet die Vorgehensweise beim Ausfüllen, der Hinweis auf Freiwilligkeit der Teilnahme und die Anonymität und den Befragungszweck. Mögliche Textbausteine hierfür könnten sein:

- Wir legen Wert auf Ihre Meinung!
- Wie können wir uns besser auf Ihre Wünsche und Bedürfnisse einstellen?

Der zweite Teil beinhaltet allgemeine Angaben wie z.B. Geschlecht, Alter, Versichertenstatus, Wohnort, der Grund des Aufsuchens der Praxis und wie der Patient auf die Praxis aufmerksam geworden ist.

Im dritten Teil werden die konkreten Schwerpunkte angesprochen. Es können Fragen zum Leistungsangebot formuliert werden, zum Auftreten des Praxispersonals, zum Gesamteindruck der Praxis, zur Beurteilung von Freundlichkeit, fachlicher Beratung, Behandlungsmethoden von Zahnarzt oder Fachkraft. Je nach Praxis kann der Wunsch nach einer Internetpräsenz oder Online-Terminvergabe erfragt werden. Auch interessant ist die Frage nach möglicher Weiterempfehlung durch den Patienten oder ob die Wartezeiten akzeptabel sind.

DER PATIENTENFRAGEBOGEN EIGNET SICH EBENFALLS ZUR OPTIMIERUNG DER ARBEITSAUSLASTUNG.

Das Team ist gefragt

Indirekt wirkt eine Fragebogenaktion auch teambildend bei gemeinsamer Erarbeitung, Durchführung und Auswertung. Es werden Stärken bei Mitarbeitern entdeckt und gefördert – zum Beispiel beim Umgang mit dem Computer zur Erstellung des Fragebogens oder der grafischen Darstellung der Ergebnisse. Die Verantwortlichkeiten für Nachdrucke, Patientenaushang und Hinweise auf Teilnahme werden im Vorfeld festgelegt. Jeder sollte auf Anfrage der Patienten Auskunft über die Aktion und den Inhalt des Fragebogens geben können. Die Erarbeitung der Fragen erfolgt praxisindividuell zu selbstdefinierten Schwerpunkten. Diese werden in der Regel vom Praxisinhaber vorgegeben. Da die Mitarbeiterinnen aber meist den direkteren Kontakt zum Patienten und haben und somit genau wissen, wo der Schuh drückt, können sie wichtige Punkte zu den Befragungsinhalten besteuern.

Die Auswertung

Die Wahrung der Anonymität ist Voraussetzung einer jeden Befragung. Die Einhaltung des Auslagezeitraumes, eine zeitnahe Auswertung und die Umsetzung gestellter Vorhaben, mit einem Erledigungsdatum versehen, tragen zum Erfolg der Patientenbefragung bei. Die Auswertung an sich sollte möglichst transparent sein werden - das heißt, die wichtigsten Ergebnisse und Umsetzungen sollten für die Patienten visualisiert werden. Im Qualitätsmanagement wird die Befragung, der Fragebogen und die Auswertung dokumentiert und kann mit weiteren Ergebnissen verglichen werden.

