



Mütter sind keine Patienten

**Die Kundenzufriedenheits-
analyse Geburt in der
HELIOS Kliniken Gruppe**

Johann Peter Prinz

Metrik-Anwendertag, 27.02.2007

Die HELIOS Kliniken Gruppe



- Zur HELIOS Kliniken Gruppe gehören 55 eigene Kliniken, darunter vier Maximalversorger in Erfurt, Berlin-Buch, Wuppertal und Schwerin.
- HELIOS ist damit einer der größten und medizinisch führenden Anbieter von stationärer und ambulanter Patientenversorgung Europas.
- Das Klinikunternehmen mit Sitz in Berlin beschäftigt aktuell 26.200 Mitarbeiter.
- Die HELIOS Gruppe verfügt über Kompetenz in allen medizinischen Bereichen und Versorgungsstufen.
- Unter der Führung der HELIOS Kliniken GmbH leisten die HELIOS-Kliniken schwerpunktmäßig akutmedizinische Versorgung, die Wittgensteiner-Kliniken Rehabilitationsmedizin.
- Mehrheitsgesellschafter der HELIOS Kliniken GmbH und der Wittgensteiner Kliniken GmbH ist die Fresenius ProServe GmbH.

Gliederung

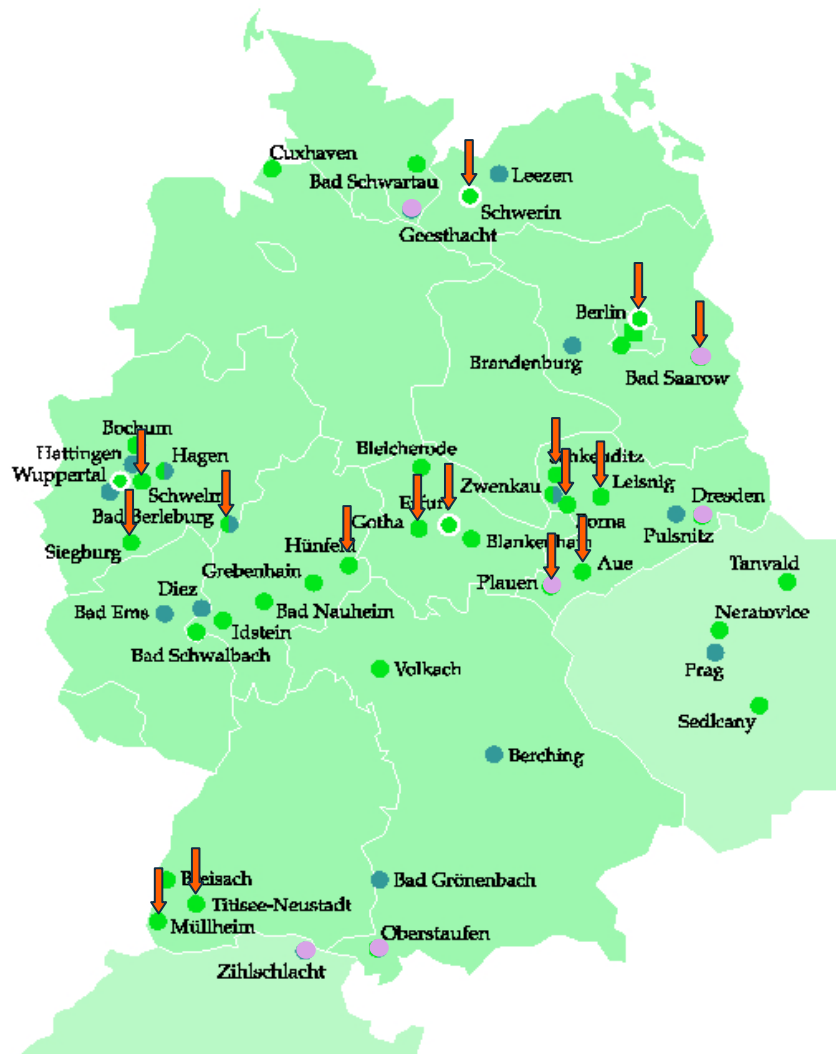
Geburtshilfe im Fokus

Fragebogenentstehung

Fragebogenstruktur

Ergebnisdarstellung

HELIOS Kliniken Gruppe



55 Kliniken

16 Geburtshilfen

10.334 Geburten 2006



Kommunikationsaspekte

- Elektiv
- Emotional
- Selbstbestimmt
- Kommunikativ
- Positiv besetzt

Mutter-Kind-Konzept



Entwickelt unter Leitung der HELIOS Fachgruppe Gynäkologie/
Geburtshilfe in Zusammenarbeit mit den Fachgruppen Pädiatrie und
Anästhesie sowie der zentralen PR/Marketing-Abteilung

Mutter-Kind-Konzept



Seit 2003 gelten in allen geburtshilflichen Abteilungen der HELIOS Kliniken Gruppe einheitliche medizinische Qualitäts- und Servicestandards.

Ziel dieser Standards ist es, die Sicherheit von Mutter und Kind zu erhöhen und die Zufriedenheit der Eltern zu steigern.

Besonderes Augenmerk gilt dabei unseren Neugeborenen. Ihre Interessen und Ihr Wohl vertreten und fördern wir ausdrücklich. In diesem Sinn verstehen wir uns als Lobby der Neugeborenen.

Kommunikationsziele



- Qualitätswahrnehmung seitens der Familien zu verbessern,
- das HELIOS-Image im Bereich von Schwangerschaft und Geburt weiter zu verbessern
- auf diesem Weg die Zahl der Geburten in unseren Kliniken zu steigern und damit wettbewerbsfähig zu bleiben,
- die Kunden möglichst frühzeitig und langfristig an die Marke zu binden und
- auch mittelbar für die übrigen Fachbereiche Image zu steigern und verstärkt Patienten (Väter, Großeltern, Verwandte, Bekannte) zu gewinnen.

Kommunikationsziele



- Qualitätswahrnehmung seitens der Familien zu verbessern,
- das HELIOS-Image im Bereich von Schwangerschaft und Geburt weiter zu verbessern
- auf diesem Weg die Zahl der Geburten in unseren Kliniken zu steigern und damit wettbewerbsfähig zu bleiben,
- die Kunden möglichst frühzeitig und langfristig an die Marke zu binden und
- auch mittelbar für die übrigen Fachbereiche Image zu steigern und verstärkt Patienten (Väter, Großeltern, Verwandte, Bekannte) zu gewinnen.

Patientenbefragung



Die bereits vorliegende Patientenbefragung auf der Wochenstation reichte uns zu diesem Zweck nicht.

Denn sie geht nicht auf die Kreißsaal-situation/Entbindung und die Versorgung des Kindes ein.

Ein neuer Fragebogen sollte genau diese Themen adressieren.

Gliederung



Geburtshilfe im Fokus

Fragebogenentstehung

Fragebogenstruktur

Ergebnisdarstellung

Kundenzufriedenheitsanalyse



Jährliche Befragung der Wöchnerinnen zur Zufriedenheit mit dem Geburtserlebnis im Kreißsaal und der Versorgung von Mutter und Kind auf der Wochenstation

Ziel war ein ...



... Befragungsinstrument, mit dem sich eine quantifizierbare Rückmeldung von den Müttern bzw. Eltern erhalten lässt, um so entweder eine Bestätigung für unsere gute Leistung durch die Kunden zu erhalten oder Verbesserungspotenziale aufzudecken.

Entwicklung des Fragebogens



Zunächst wurde in zwei Workshops (Oktober 2003) unter Leitung und in Abstimmung mit der Forschungsgruppe Metrik (Fr. Deringer, Herr Zinn) ein Pretest-Fragebogen entwickelt.

Workshopteilnehmer

Fr. Korn-Duisberg (Ltd. Hebamme, Schwelm) = Region West

Fr. Nahrgang (Ltd. Hebamme, Hünfeld) = Region Mitte

Fr. Nilles (Leiterin Elternschule, Titisee-Neustadt) = Region Süd

Fr. Retzlaff (Leiterin Elternschule, Berlin-Buch) = Region Nord

Dr. Robel (Chefarzt Gyn/Geb, Borna) = Region Ost

Prof. Stark (Fachgruppenleiter Gynäkologie/Geburtshilfe)

Dr. Schell (PR/Marketing, Fulda) = Zentrale

Fr. Deringer = Metrik

PP = (PR/Marketing, Fulda) = Zentrale

Entwicklung des Fragebogens



Es wurden

Themenbereiche definiert

Fragen formuliert

Redundante Fragen eliminiert (Pretest)

Zweckmäßige Fragen herausfiltriert (Pretest)

Befragungszeitpunkte evaluiert (Pretest)

der Fragebogen schließlich finalisiert

Entwicklungs-/Befragungsphasen



Pretest in ausgewählten Häusern	Anfang 2004
Pretestauswertung	Mai/Juni 2004
Finalisierung des Fragebogens	Juli/Aug 2004
Erste Echtbefragung	2004/2005
Befragungsergebnisse	Juli 2005
Zweite Echtbefragung	2005/2006
Befragungsergebnisse	Mai 2006
Dritte Echtbefragung	2007

Gliederung

Geburtshilfe im Fokus
Fragebogenentstehung
Fragebogenstruktur
Ergebnisdarstellung

Der Fragebogen

29 Rating-Fragen zur **Zufriedenheit** in chronologischer Reihenfolge von Aufnahme über Entbindung und Wochenstation bis zur Entlassung

2 Reporting-Fragen zum **Gefühl der Sicherheit**

7 Ja-Nein-Fragen zu **Erwartungen, Nutzung und Nutzen von Angeboten** etc.

6 Multiple-Choice-Fragen zum **Informations- und Entscheidungsverhalten** bei der Klinikauswahl

14 Rating-Fragen zur **Wichtigkeit** von Interaktions- und Themenbereichen

2 Fragen zur Zahl der Entbindungen und dem Tag post partum

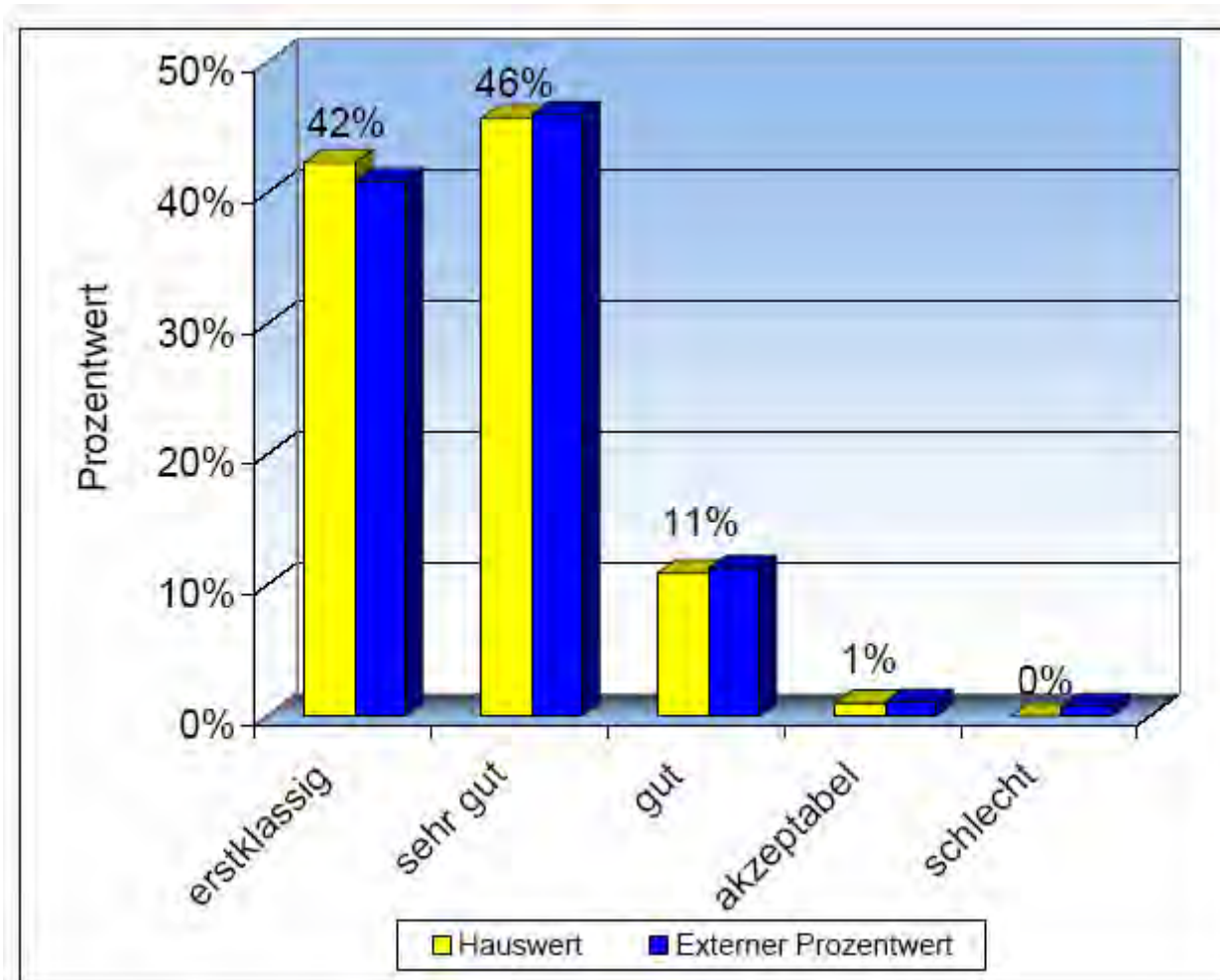
= **60 Fragen**, von denen **2 HELIOS-spezifisch** sind

Gliederung

Geburtshilfe im Fokus
Fragebogenentstehung
Fragebogenstruktur
Ergebnisdarstellung

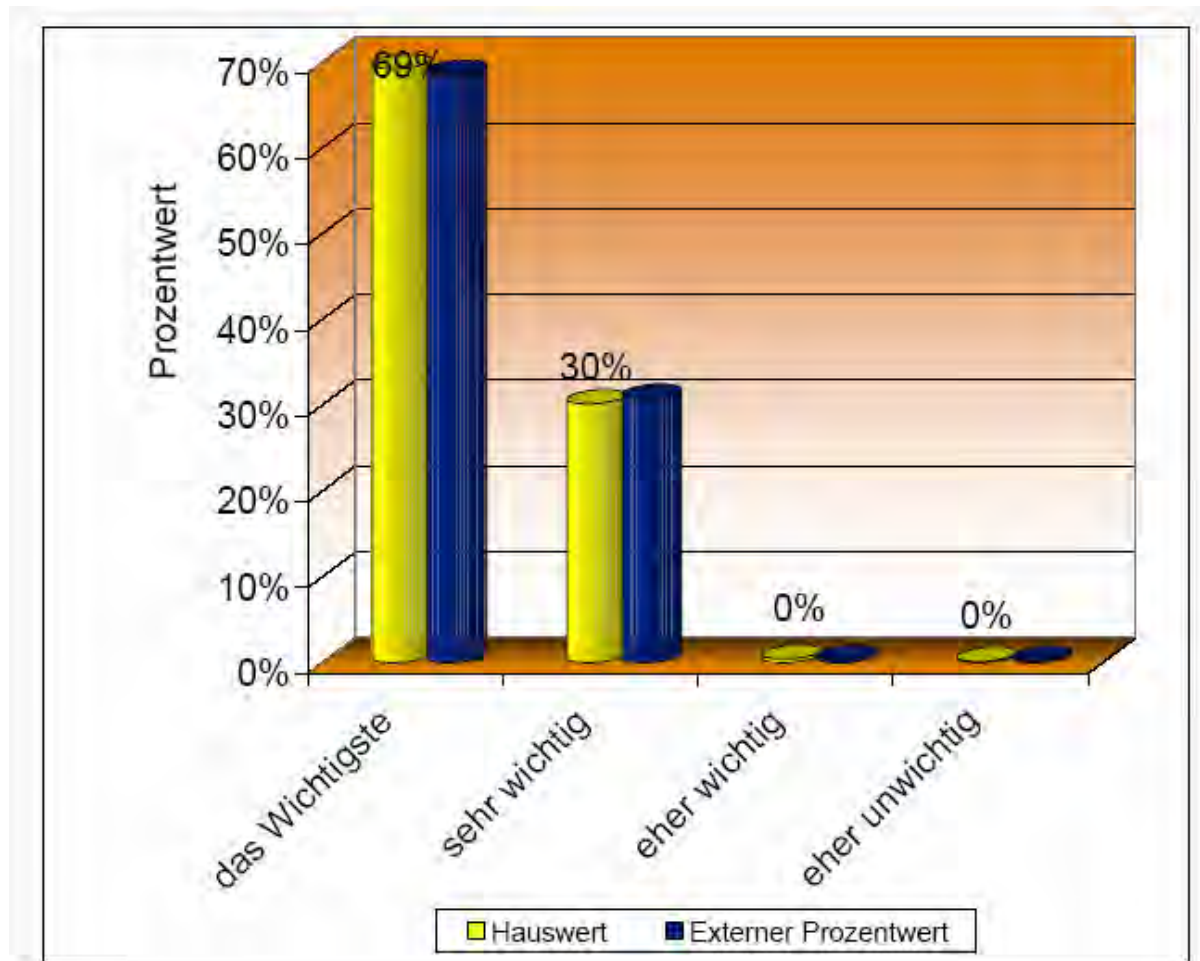
Zufriedenheitsbeurteilung zur Frage 19

Die pflegerische Versorgung meines Kindes auf der Station ist...



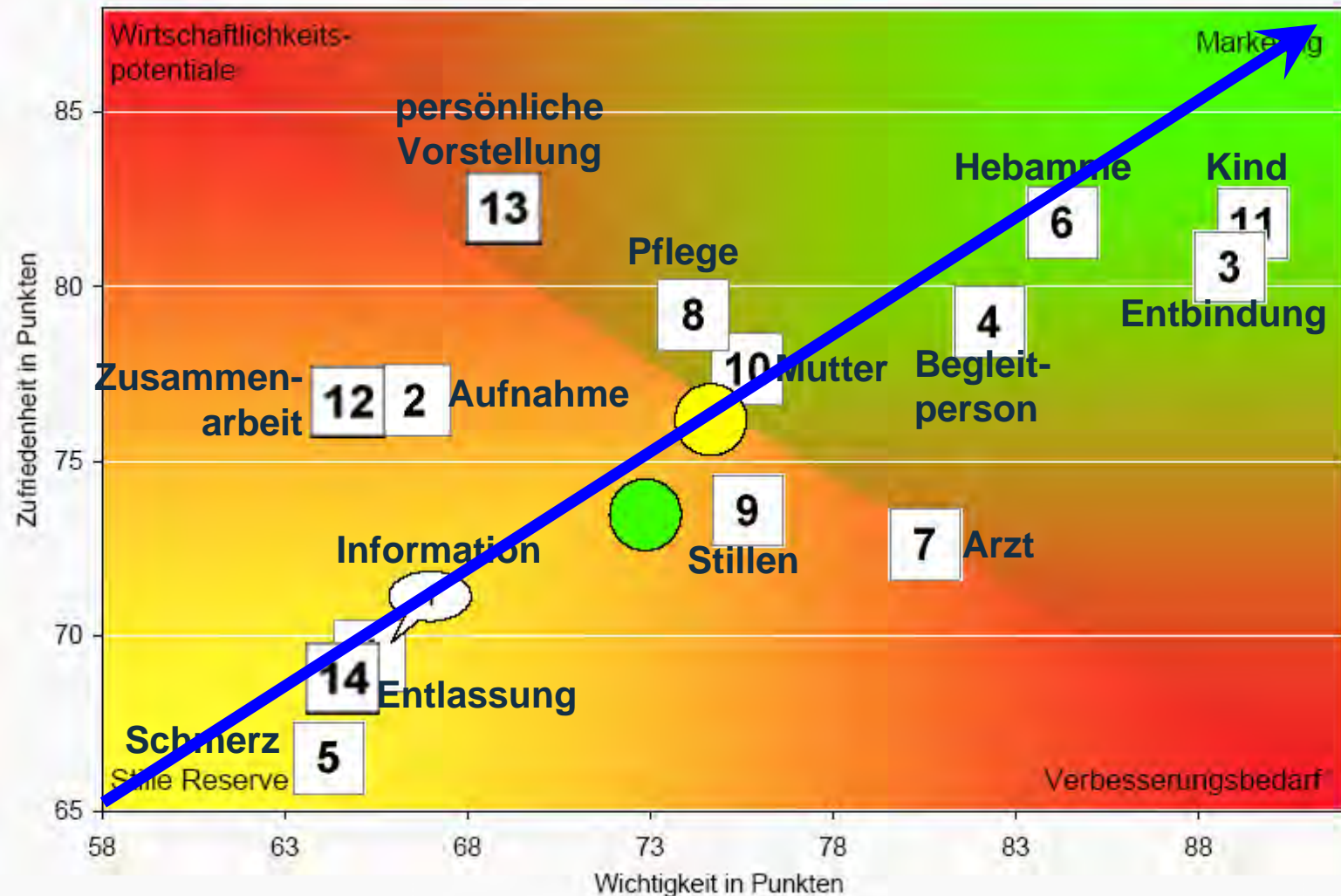
Wichtigkeitsbeurteilung zur Frage XI

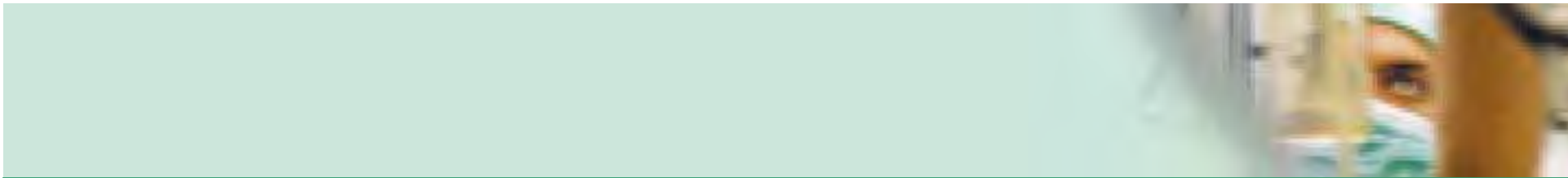
Die Art und Weise des Umgangs mit meinem Kind auf der Wochenstation ist für mich...



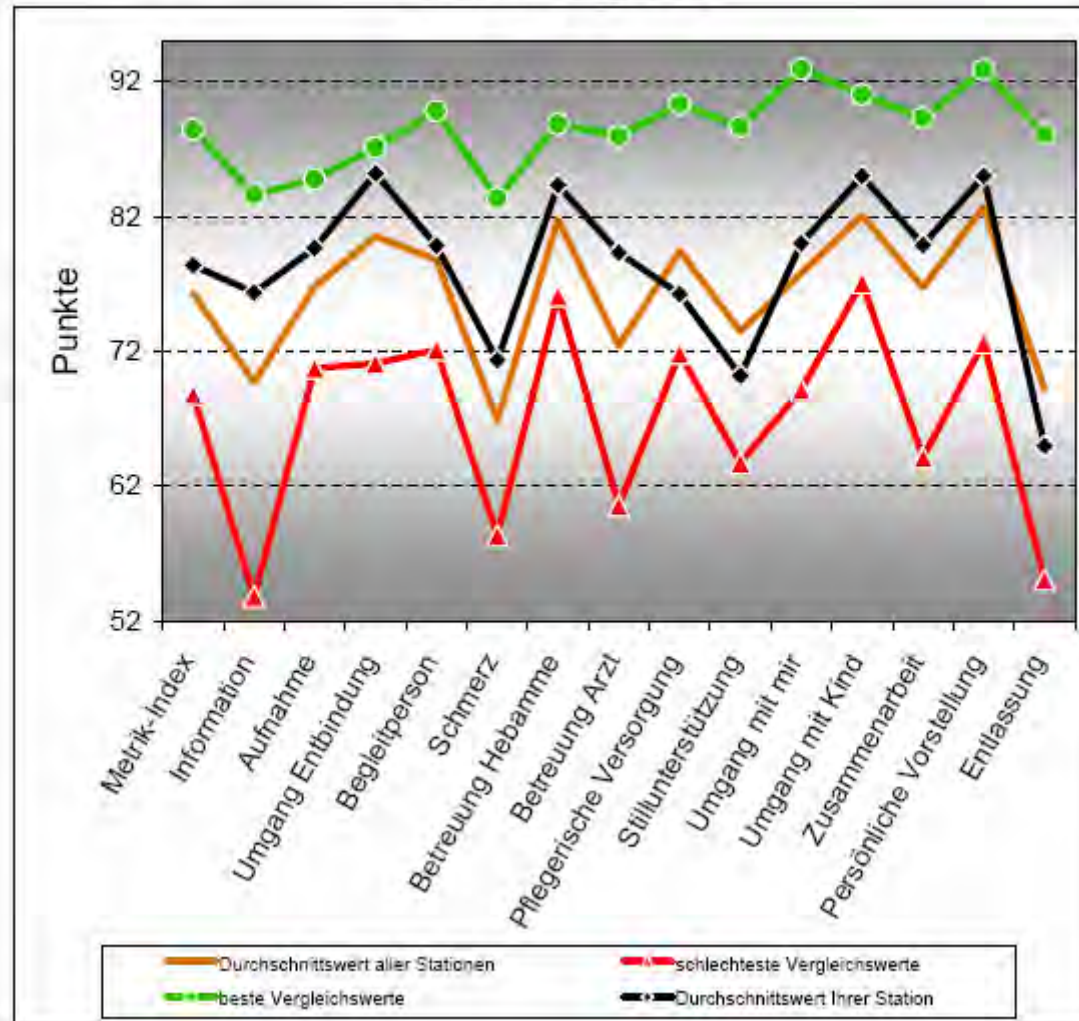
Wichtigkeitsbeurteilung zur Frage

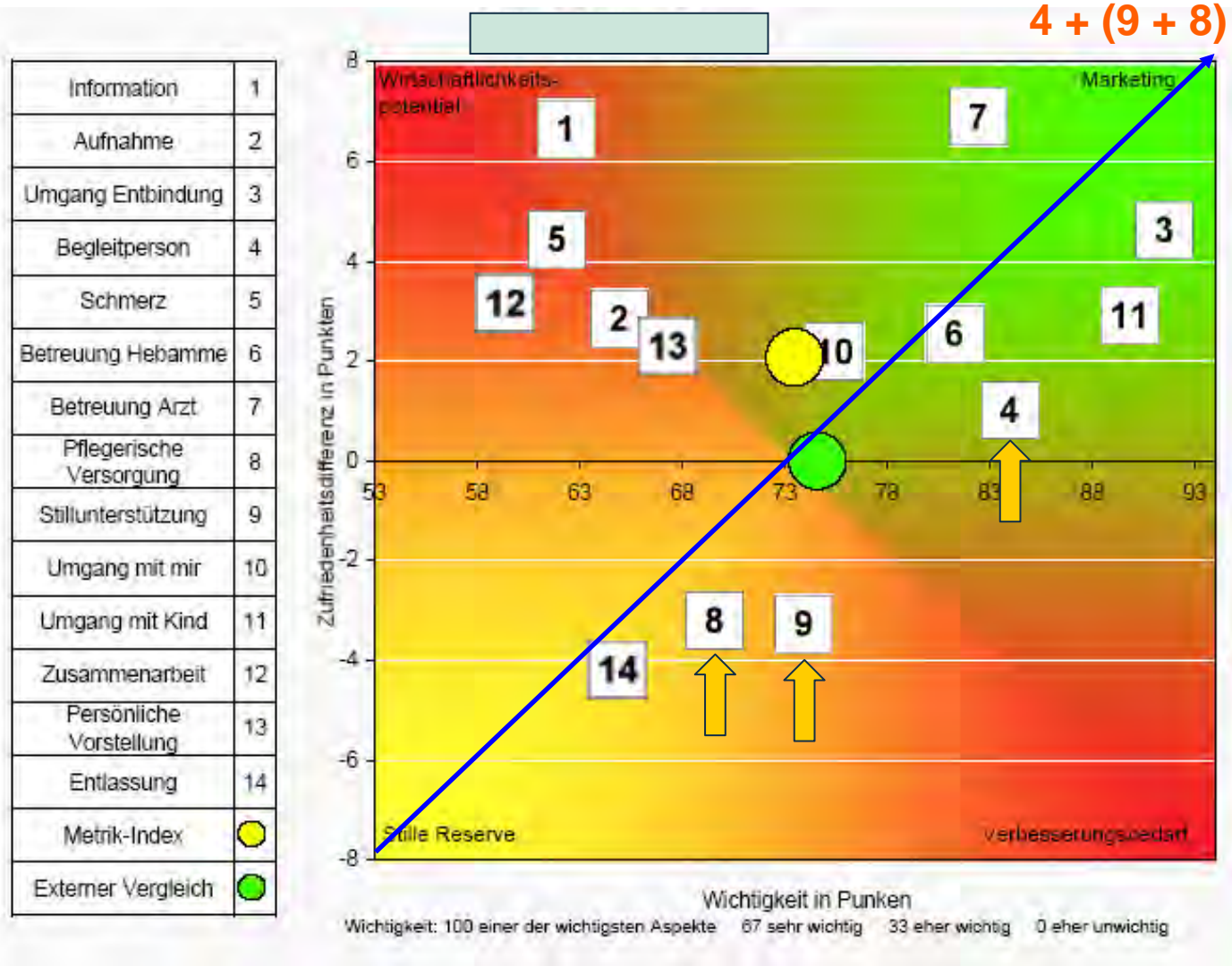
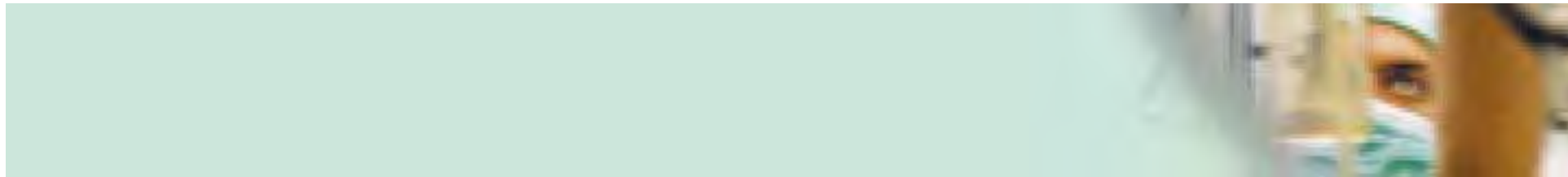
Interner Vergleich: Wichtigkeits-Zufriedenheits-Matrix

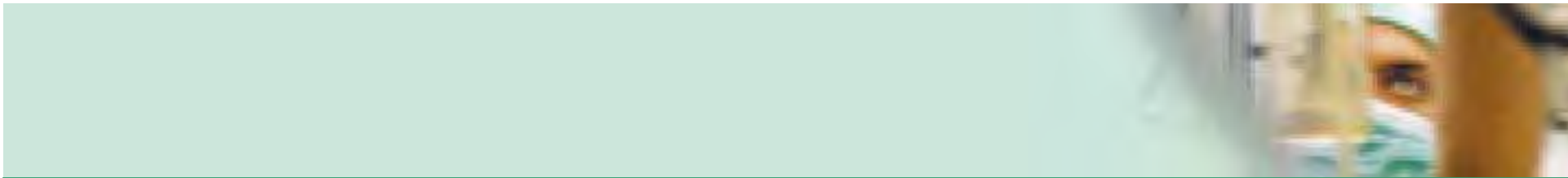




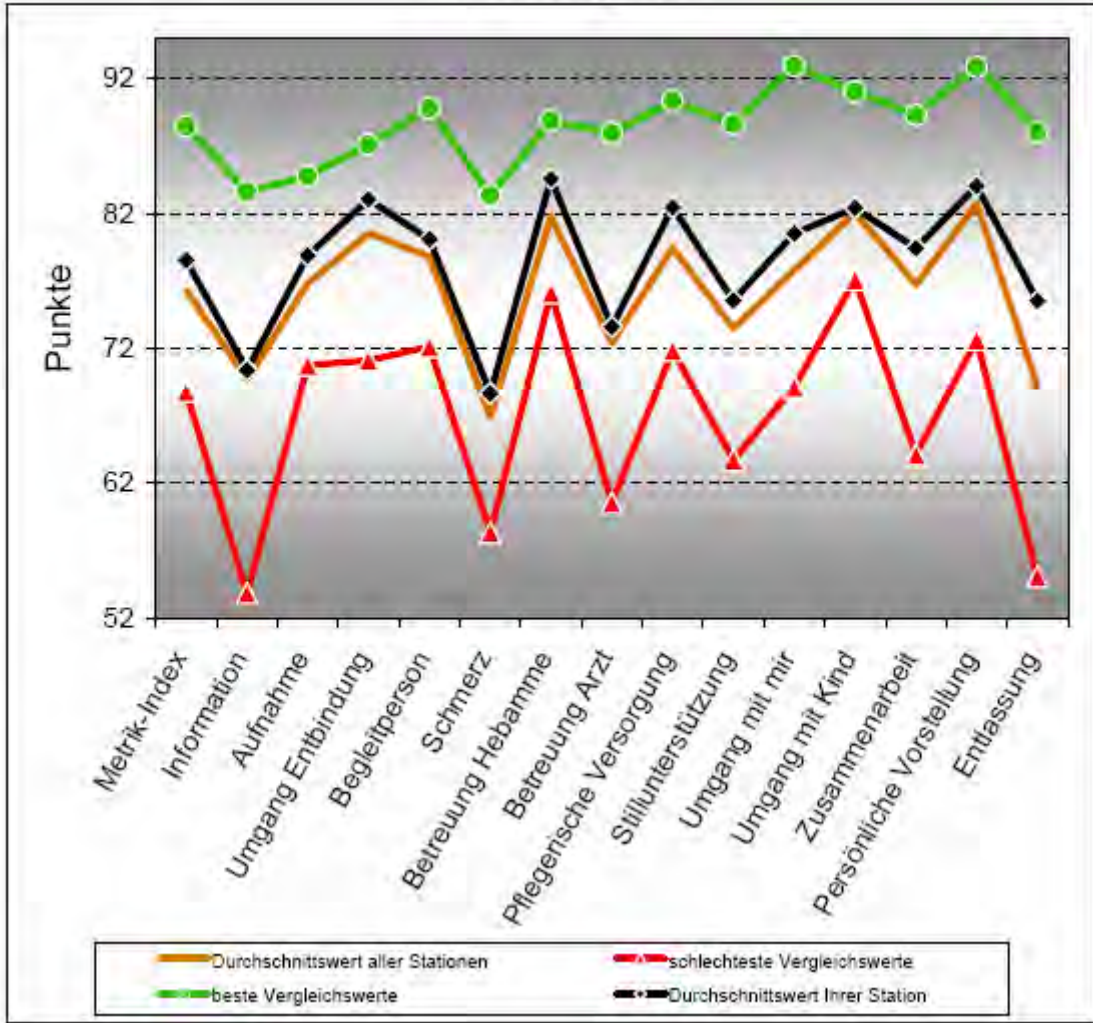
- Interner Vergleich -



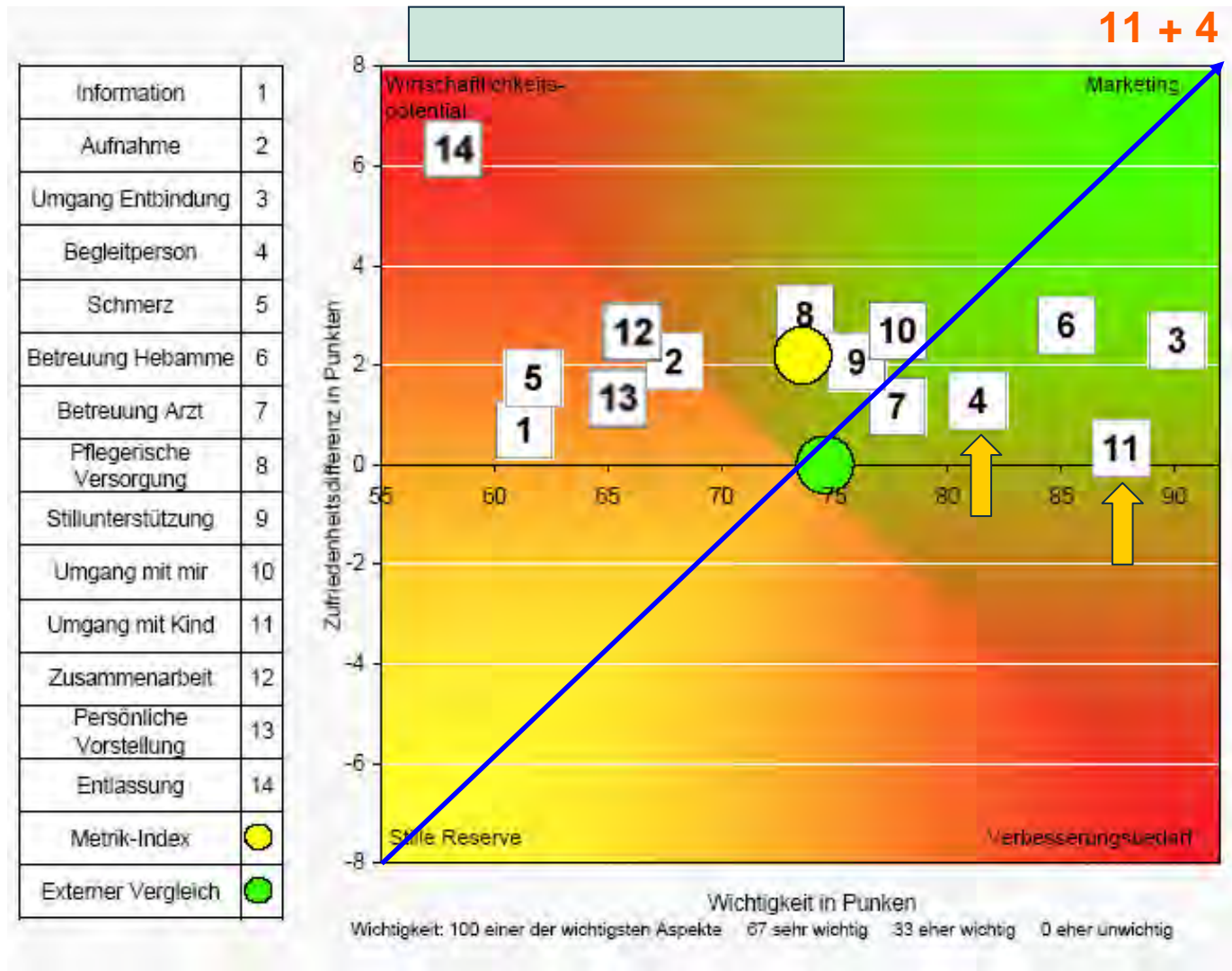




- Interner Vergleich -

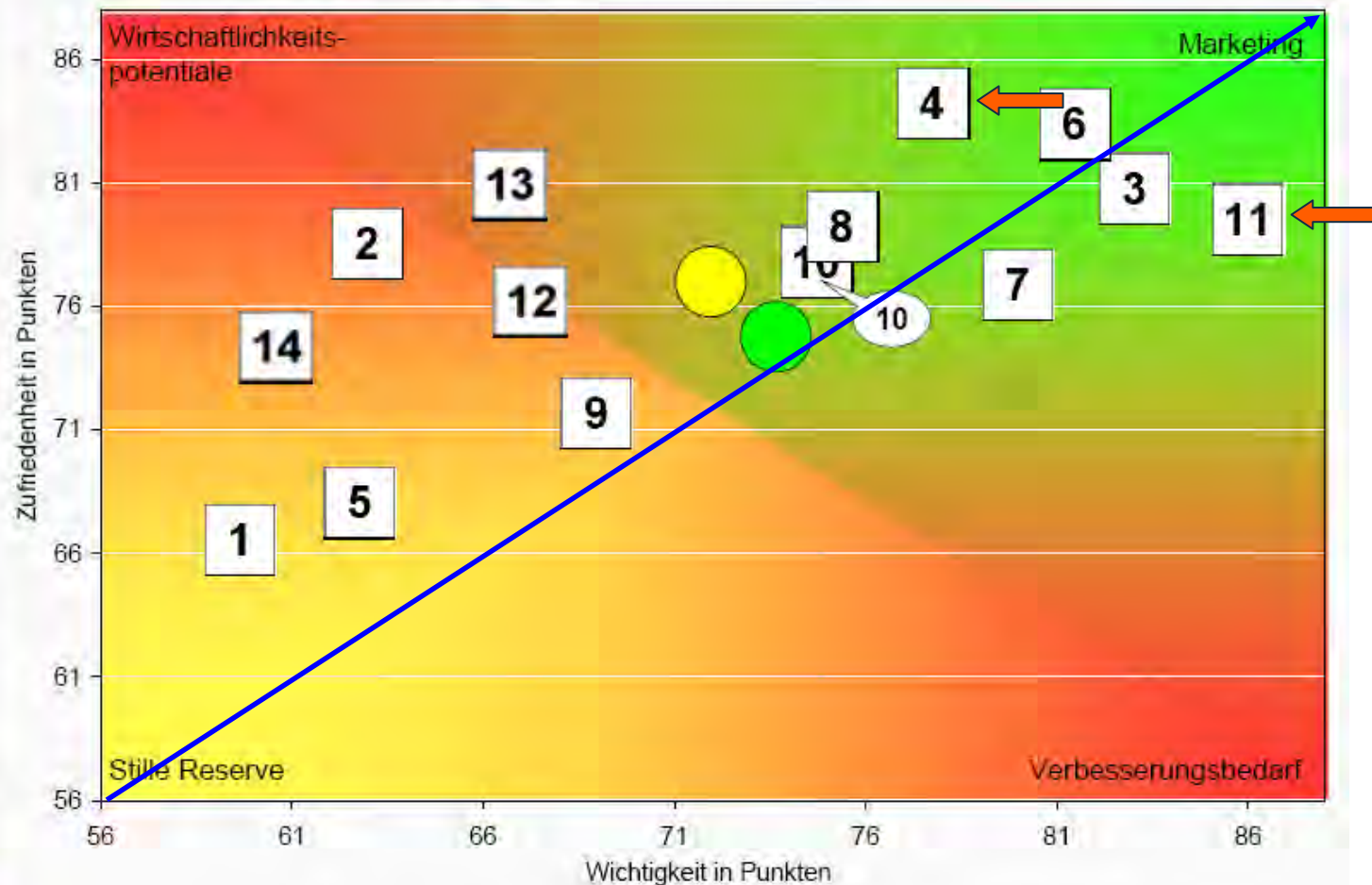


Ergebnis 2005



Ergebnis 2006

Information	1
Aufnahme	2
Umgang Entbindung	3
Begleitperson	4
Schmerz	5
Betreuung Hebamme	6
Betreuung Arzt	7
Pflegerische Versorgung	8
Stillunterstützung	9
Umgang mit mir	10
Umgang mit Kind	11
Zusammenarbeit	12
Persönliche Vorstellung	13
Entlassung	14
Metrik-Index	●
Externer Vergleich	●

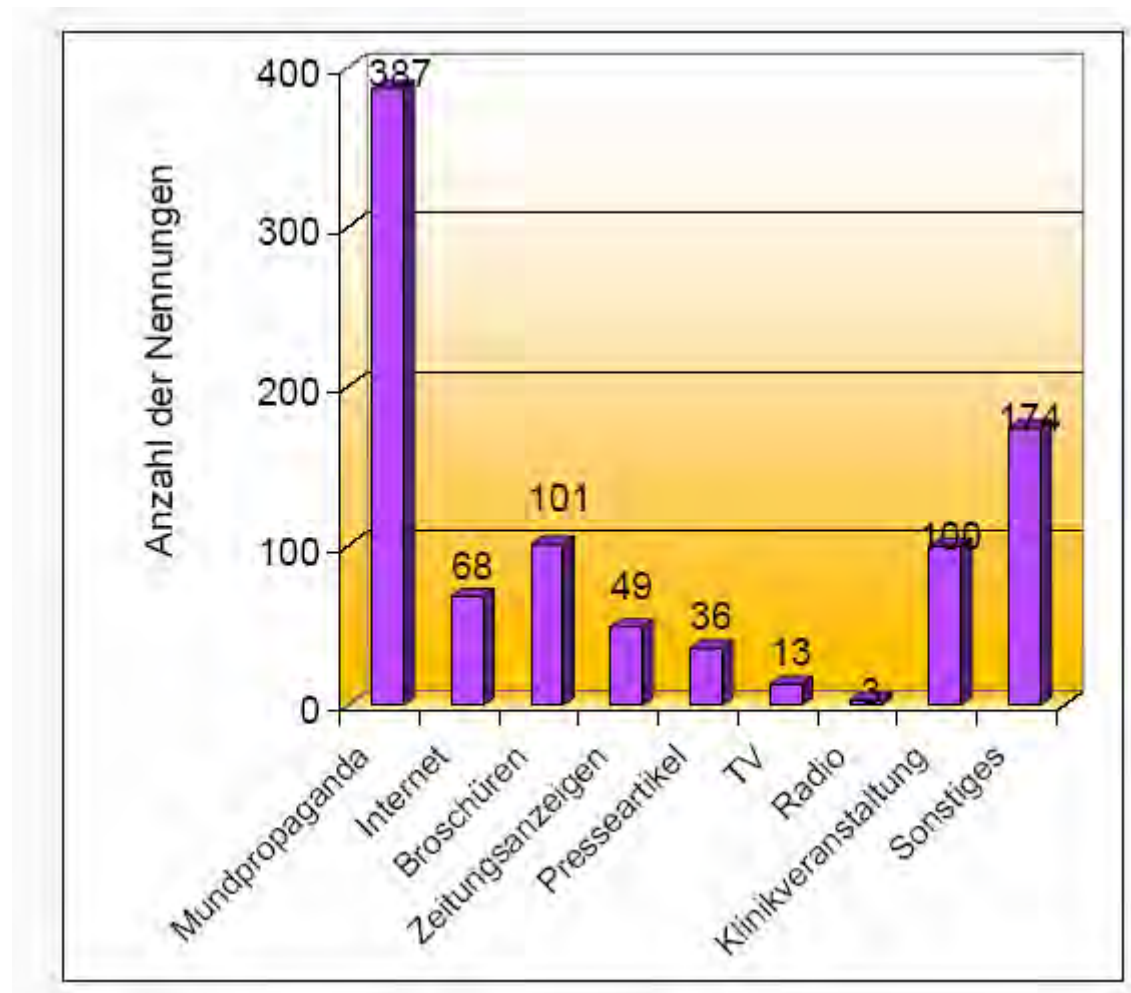


Wichtigkeit: 100 = einer der wichtigsten Aspekte 67 = sehr wichtig 33 = eher wichtig 0 = eher unwichtig
 Zufriedenheit: 100 = erstklassig 75 = sehr gut 50 = gut 25 = akzeptabel 0 = schlecht

Informationsverhalten



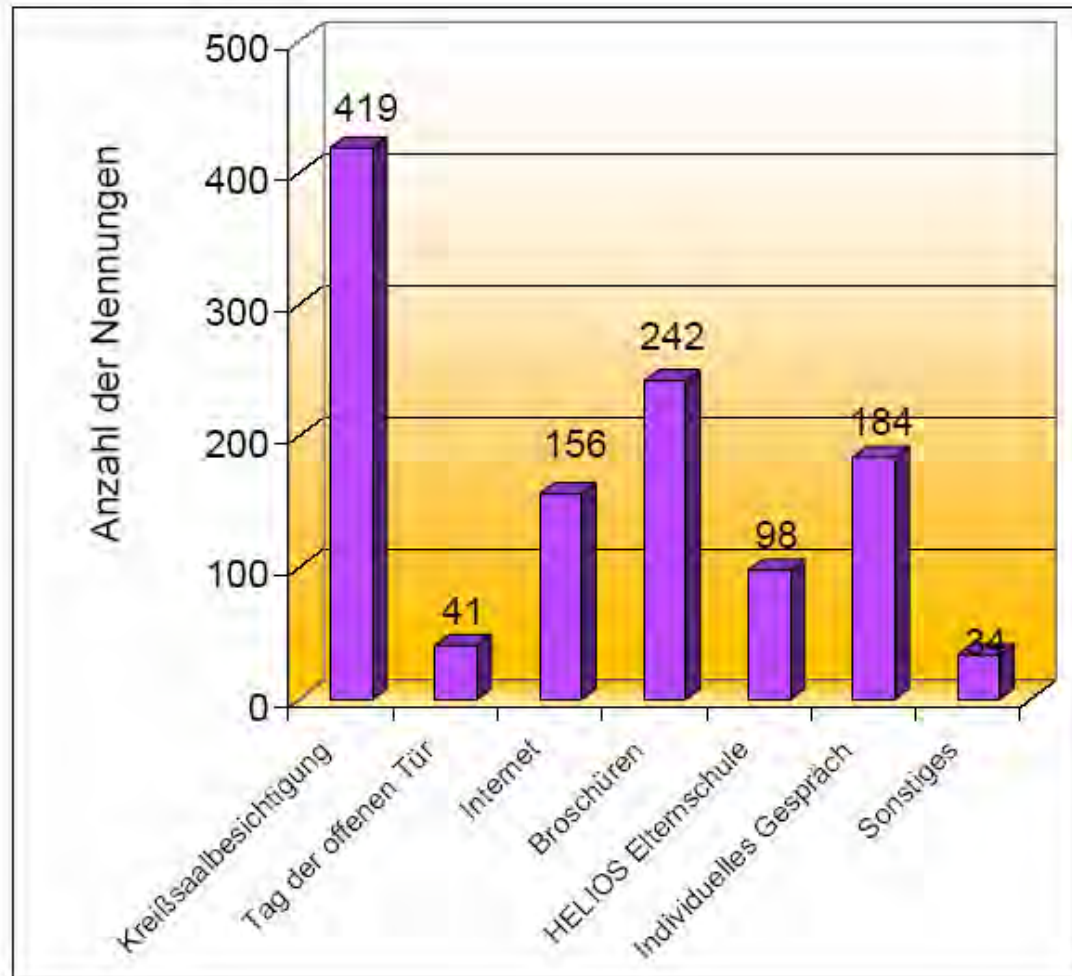
Wie sind sie auf unsere Klinik aufmerksam geworden?



Informationsverhalten

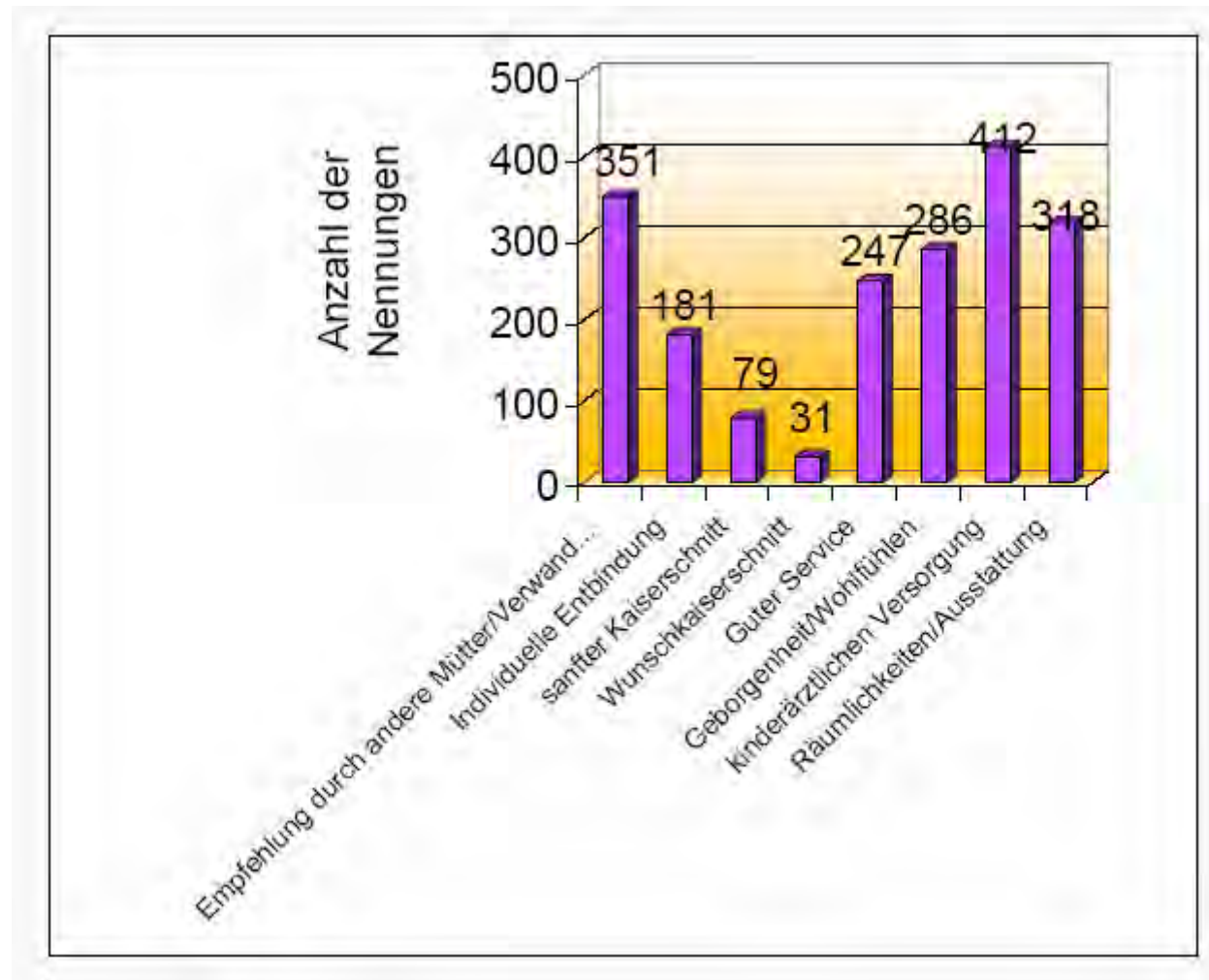


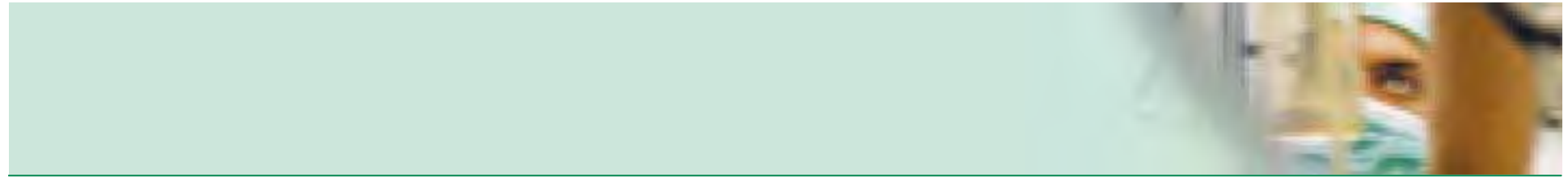
Welche Informationsangebote unserer Klinik haben Sie genutzt?



Entscheidungsverhalten

Welche Punkte waren bei der Wahl der Klinik für Sie besonders wichtig?





HELIOS Kliniken GmbH

Für weitere Fragen stehe ich Ihnen
gerne zur Verfügung!

Kompetenz in Medizin