



© bilderbox - Fotolia.com

Patientenbefragungen

Das Praxisbarometer

Wie wird Ihre Praxis von den Patienten wahrgenommen? Überwiegend freundlich oder grau und kühl? Eine Patientenbefragung kann helfen, Schwachstellen zu erkennen und den Patientenservice zu verbessern.

Warum gehen Sie in einem Geschäft gerne einkaufen, im anderen dagegen nicht? Vielleicht hat das mit dem Umfang des Angebots zu tun, vielleicht auch mit den Preisen. Aber bestimmt auch damit, ob Sie sich im Laden wohl fühlen oder nicht. Und genauso geht es Ihren Patienten und Sie können sicher sein: Nur zufriedene Patienten kommen wieder.

Nun gibt es sicher viele Unterschiede zwischen einem Einkauf und einem Besuch in der Hausarztpraxis, aber auch viele Gemeinsamkeiten. Dazu gehört die Serviceorientierung. Patienten, die mit Ihrer Praxis – ob mit dem Arzt oder mit Ihnen als MFA – unzufrieden sind, erzählen das gerne weiter. Und so haben Sie unter Umständen nicht nur einen Pati-

enten, sondern gleich mehrere verloren. Deswegen ist zum Beispiel ein Beschwerdemanagement wichtig, einen ausführlichen Beitrag dazu finden Sie in der Ausgabe 1/08 von info praxisteam (online unter www.info-praxisteam.de).

Was ist der Nutzen?

Eine gute Möglichkeit, die Meinung von Patienten zu erfahren, bevor das Kind im Brunnen liegt, sind Patientenbefragungen. Hier haben die Patienten die Möglichkeit Ihre Praxis hinsichtlich Stärken und Schwächen zu beurteilen und Verbesserungswünsche zu formulieren. Die Medizinische Hochschule Hannover hat niedergelassene Ärzte befragt, was sie sich von einer Patientenbefragung erhoffen. Am häufigsten wurden dabei

Aufschlüsse über mögliche Schwachstellen genannt: in der Praxisorganisation (90%), in der Arzt-Patient-Interaktion (82%) und im Informationsverhalten (59%). In deutlich geringerem Umfang haben Gründe wie „Marketing“ (33%), „Argumentationshilfe in gesundheitspolitischen Diskussionen“ (22%) oder „wissenschaftliches Interesse“ (18%) die Ärzte zur Teilnahme an der Patientenbefragung bewogen.

Patientenzufriedenheit ist zwar eine Mischung aus einer vom Patienten subjektiv wahrgenommenen „Dienstleistungsqualität“ und der eher objektiven „Ergebnisqualität“ der medizinischen Behandlung, der persönlich gefärbte Teil wird dabei aber immer überwiegen. Und das ist gut so. Denn damit geben Sie Ihren Patienten die Möglichkeit, rechtzeitig auf etwaige Probleme hinzuweisen und verschaffen sich einen guten Überblick über die Zufriedenheit Ihrer Patienten mit dem Team sowie den Angeboten und den Abläufen in der Praxis.

Die Durchführung

Ein Fragebogen kann aus offenen oder geschlossenen Fragen bestehen. Offene Fragen geben dem Patienten Gelegenheit, sich frei zu äußern und Erlebnisse niederzuschreiben, etwa auf die Frage: „Was hat Ihnen bei Ihrem letzten Praxisbesuch besonders gut gefallen?“ Hier kann der Patient seine Meinung in eigenen Worten sagen. Geschlossene Fragen geben die Antwortmöglichkeiten vor – wahlweise „ja“ und „nein“ oder die abgestufte Beurteilung anhand einer Skala, auf der ein Patient seine Meinung durch Ankreuzen einer Antwort festlegt. Ein Beispiel für eine geschlossene Frage könnte sein: „Wie beurteilen Sie die Freundlichkeit des Praxisteam?“ Dazu kann man sechs Antwortmöglichkeiten entsprechend den Schulnoten sehr gut bis ungenügend vorgeben.

Bei einer Kombination besteht der Fragebogen hauptsächlich aus geschlossenen Fragen, doch am Schluss wird der Patient gefragt, ob er in einem Freitext Anregungen zur Verbesserung der Organisation der Arztpraxis geben kann. Solche Fragebögen kombinieren hohen Informationswert und leichte Auswertbarkeit und sind deshalb besonders beliebt. Ein Muster zum Download finden Sie im Internet unter www.info-praxisteam.de. Darüber hinaus sollte ein Fragebogen auch Fragen über die Person des Patienten enthalten, etwa nach dem Alter, dem Geschlecht oder der Dauer der „Praxiszugehörigkeit“. Die Länge des Fragebogens wirkt sich kaum auf die Antwortbereitschaft der Patienten aus, dennoch sollte die Zeit der Patienten nicht über Gebühr beansprucht werden, zwei Seiten sind daher eine realistische Obergrenze.

Der Fragebogen kann entweder per Post an die Patienten geschickt werden, sodass sie ihn zu Hause ausfüllen können (postalisches Verfahren), oder er wird in der Arztpraxis direkt verteilt und ausgefüllt (Inhouse-Verfahren). Eine Zwischenform liegt vor, wenn der Patient den Fragebogen in der Praxis ausgehändigt bekommt, ihn zu Hause ausfüllt

und zurück schickt. Das Inhouse-Verfahren hat viele Vorteile (kostengünstiger, mehr ausgefüllte Fragebögen) und ist deshalb meistens erste Wahl. Da der Fragebogen von den Patienten in der Wartezeit ausgefüllt werden soll, müssen sich die Fragen entweder auf den letzten Arztbesuch oder auf allgemeine Aspekte der Praxisorganisation und Interaktion mit dem Patienten beziehen.

Übergeben Sie den Fragebogen bei der Anmeldung persönlich. Damit bringen Sie zum Ausdruck, dass Arzt und Praxisteam an der Meinung des Patienten interessiert sind. Sorgen Sie dafür, dass im Wartezimmer ausreichend viele Stifte und Schreibunterlagen zur Verfügung stehen und stellen Sie eine verschlossene Box auf, in der die Fragebögen gesammelt werden.

Am besten informieren Sie die Patienten vorab über die geplante Befragung. Etwa in Form eines Aushangs oder eines kleinen Flyers, den Sie bequem selbst herstellen können. Er sollte erklären, warum, wann und wie die Befragung stattfinden soll (siehe Kasten).

Konsequenzen ziehen

Sinn einer Patientenbefragung soll es sein, Schwachstellen im Praxisablauf oder im Patientenservice zu erkennen und zu beseitigen. Deshalb sind vor allem auch die Fragen interessant, in denen die Beurteilung weniger gut ausfiel. Werden etwa alle geschlossenen Fragen mit „sehr gut“ oder „gut“ bewertet, die nach den Wartezeiten aber nur mit „befriedigend“, so gibt es hier eindeutig Verbesserungsbedarf. Noch aussagestärker sind die Antworten auf die offenen Fragen. Hier ein paar Beispiele negativer Wahrnehmungen aus einer tatsächlichen Befragung:

- Thekenbereich zu eng und hellhörig
- Telefon zu laut
- Zu wenig Parkmöglichkeiten
- Fehlende telefonische Sprechstunde
- Zu wenig Lektüre im Wartezimmer

Oft finden sich aber auch klar formulierte Anregungen für Veränderungen, zum Beispiel:

- Erinnerung an bestimmte Untersuchungen oder Impfungen
- Anderer Klingelton des Telefons
- Uhr im Wartezimmer
- Wasserspender
- Wärmeres Licht

Natürlich können beim Erstellen und Auswerten einer Praxisbefragung auch die Dienste eines „Marktforschers“ in Anspruch genommen werden. Das ist zwar mit höheren Kosten verbunden, dafür haben Sie einen deutlichen Zusatznutzen für die Praxis: Durch die Verwendung standardisierter Fragen und Auswertemethoden können die Ergebnisse auch im Vergleich zu den Werten anderer Praxen beurteilt werden. Links zu Anbietern unter www.info-praxisteam.de. ■

Ihre Meinung bitte!

Informieren Sie die Patienten vorab über die geplante Befragung. Etwa in Form eines Aushangs oder eines kleinen Flyers, den Sie bequem selbst herstellen können. Er sollte erklären, warum, wann und wie die Befragung stattfinden soll, etwa:

Vom 4. bis 15. Januar 2010 führen wir eine Patientenbefragung durch. Wir möchten von Ihnen wissen, wie Sie die Betreuung in unserer Praxis beurteilen und was wir noch verbessern können. Dazu werden wir im Wartezimmer Fragebögen auslegen und wir bitten Sie, diese Fragebögen auszufüllen und in die dafür vorgesehene Box zu werfen. Die Beteiligung an der Befragung ist selbstverständlich freiwillig und die Anonymität Ihrer Angaben ist gewahrt. Wir bitten Sie, den Fragebogen nur ein Mal auszufüllen. Wir wären Ihnen sehr dankbar, wenn Sie sich die Zeit zum Ausfüllen des Fragebogens nehmen würden.