
das Gespräch führte **Carina Dahlem**

Gute Reise



PATIENT:INNEN UND BEWOHNER:INNEN // Waren Sie schon einmal selbst Patientin in Ihrem Krankenhaus? Bislang war das nicht nötig. Aber ich würde mich mit einem guten Gefühl in das Krankenhaus begeben. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter machen tagtäglich sowohl fachlich als auch menschlich eine tolle Arbeit.

Ihr Haus unterzieht sich einem selbstkritischen Prozess, der Patientenreise. Warum? Selbstkritik bedeutet nicht, dass alles schlecht ist, sondern dass man sich bewusst die Zeit nimmt, um auf einem guten Kurs zu bleiben. Wir wollen die Zufriedenheit sowohl unserer Patienten als auch unserer Mitarbeiter erhöhen. Die Zufriedenheit beider Gruppen bedingt einander. Und dazu gehört, dass man sich beständig weiterentwickelt und sich ehrlich fragt: Was können wir besser machen? Luft nach oben gibt es immer.



Diana Fortmann, Geschäftsführerin
am AGAPLESION EV. KLINIKUM
SCHAUMBURG

Wie sind Sie vorgegangen? Wir haben Netzwerkteams gebildet für die Bereiche Notaufnahme, Elektive Aufnahme, OP/Diagnostik/Funktion, Station und Entlassung. In jedem Team arbeiteten Mitarbeiter aus dem jeweiligen Bereich und fachfremde Kollegen mit. So stellten wir sicher, dass Personen dabei sind, die alle Prozesse kennen und gleichzeitig objektive Beobachter für kritische Nachfragen sind. Dann haben wir Begehungen vor Ort initiiert: Die Stations- oder Ärztliche Leitung haben den Netzwerkteams die Bereiche und Abläufe erklärt. Daraus haben wir *touchpoints* abgeleitet, also die Berührungspunkte, an denen die Mitarbeiter und Patienten besonders intensiv interagieren. An jedem *touchpoint* haben wir maximal drei Verbesserungspotenziale festgelegt. Ganz wichtig war uns die schnelle Umsetzung. Das ist die beste Motivation. Tatsächlich waren die Beteiligung und das Feedback sehr gut! Im Intranet haben wir alle Mitarbeiter:innen regelmäßig über den aktuellen Stand informiert.

Ist es leicht, die Perspektive der Patienten einzunehmen? Daran mussten wir uns erst gewöhnen. Schnell gerät man in den Rechtfertigungsmodus. Wem fällt es schon leicht, Verbesserungspotenzial zu benennen und damit die bisherige Arbeit infrage zu stellen? Darum haben wir unsere Sätze immer begonnen mit: „Ich als Patient:in wünsche mir, dass ...“ Das schafft eine gewisse Distanz und lenkt den Blick auf das Wesentliche: Wie kommt der Prozess bei den Personen an, die im Mittelpunkt unseres Handelns stehen? So haben wir über 200 Patientenwünsche erarbeitet. Ganz oft geht es um eine gute und wertschätzende Kommunikation.

Warum haben Sie nicht die Patienten selbst befragt? Die Arbeitsprozesse in einem Krankenhaus sind sehr komplex. Für Laien ist es schwer, die Zusammenhänge zu verstehen und die Stellen zu benennen, wo es hakt. Zunächst einmal haben wir selbst die Rolle der Patient:innen eingenommen. Aber natürlich wurde auch unser Meinungsmanagement einbezogen sowie eine Studie der Diakonie in Zusammenarbeit mit der Marktforscherin Dr. Solange Wydmusch, die auf der Befragung von Kundinnen und Kunden und deren Erfahrungen und Wünschen beruht.



Diese Box hängt an allen Betten. Patienten können darin z.B. Brillen und Kontaktlinsen deponieren. Nach einer OP haben sie die Alltagshelfer direkt wieder griffbereit.



Rollstühle, mit denen Patienten z.B. vom Parkplatz ins Krankenhaus transportiert werden, sind per Chipsystem an Sammelpunkten festgemacht. So sind sie immer griffbereit.



Farbe schafft im Krankenhaus Orientierung und sieht auch noch gut aus. Dank der Wandgestaltung finden Patienten und Gäste die Stationen besser.

Wie bringen Sie Ihre Erfahrungen konzernweit ein?

Das AGAPLESION EV. KLINIKUM SCHAUMBURG und das AGAPLESION DIAKONIEKLINIKUM HAMBURG waren bei AGAPLESION die Piloteinrichtungen. Auf einer internen Führungskräftekonferenz berichteten wir den Kolleginnen und Kollegen aus anderen Standorten von unseren Erfahrungen. Während der Konferenz gab es verschiedene Workshops, weil das Thema so viele Facetten hat. Eindrucksvoll waren die Studienergebnisse der Wydmusch-Studie: Schauspieler nahmen die Rolle der Patienten ein und sprachen mit dem Plenum. Diese Art der Präsentation ist eine sehr intensive Erfahrung. Die Konferenz war der konzernweite Kick-off.

Konzernweit sprechen Sie von Customer Journey, weil auch Altenhilfeeinrichtungen, Hospize und Servicegesellschaften einbezogen werden. Was hat die „Reise“ mit der AGAPLESION Unternehmenskultur zu tun? Unser christliches Leitbild bildet die Eckpfeiler unserer Unternehmenskultur. Darin wird u. a. beschrieben, wie wir bei AGAPLESION mit unseren Patienten, Bewohnern und Gästen umgehen wollen. Wichtige Säulen sind eine hohe Zuwendungsqualität und eine ganzheitliche Behandlung. Die „Reise“ ist ein Werkzeug, um diese beiden Säulen in die Tat umzusetzen bzw. um uns beständig an unseren hohen Qualitätsanspruch zu erinnern.

Drei Studentinnen und Studenten aus dem AGAPLESION DIAKONIEKLINIKUM HAMBURG, die das Projekt wissenschaftlich begleiten, haben darauf hingewiesen, dass in den Netzwerkteams unbedingt Seelsorgerinnen und Seelsorger mitarbeiten sollten. Bei uns in Schaumburg kommt dazu, dass wir ein relativ neuer Standort sind. In unserem Neubau wurden drei ehemals singuläre Krankenhäuser vereint. Insofern hat die Beschäftigung mit der Patientenreise auch dazu beigetragen, dass unsere Teams noch stärker zusammenwachsen und an der gemeinsamen Unternehmenskultur arbeiten.

Wie geht es jetzt weiter? Mit der Customer Journey beschäftigen sich nach und nach alle AGAPLESION Standorte. Zwar können wir uns untereinander Tipps geben und Erfahrungen austauschen, doch jeder Standort muss den Prozess selbst durchlaufen. Unsere Leistungsangebote und -schwerpunkte sind einfach zu unterschiedlich. Außerdem geht es auch darum, eine Sensibilität für die Belange der Patientinnen und Patienten zu schaffen. Das geht nur, wenn man sich selbst mit dem Thema beschäftigt. //

Ich wünsche mir, ...

- ... dass ich einen zeitnahen Termin und einen Rückruf erhalte, wenn vorher ein Platz frei wird.
- ... dass meine Intimsphäre gewahrt wird, damit kein Gefühl von Scham oder Ausgeliefertsein entsteht.
- ... ein Gespräch mit dem:der Operateur:in.
- ... die Mitgabe von Arznei-, Heil- und Hilfsmitteln.
- ... Unterstützung beim Packen meiner Tasche.

