

Marketing für Pflegeheime

- Zufriedenheitsanalysen -



Tagung für Heimleitungen des Diakonischen Werkes Bayern
Neudettelsau, 18. April 2007

Zielsetzung des Projekts

Methodik und Vorgehensweise des Qualitäts-Monitors

Ergebnisse der Zufriedenheitsanalysen

Bewohner

Angehörige

Mitarbeiter

Empfohlene Maßnahmen

Zielsetzung des Projekts

Methodik und Vorgehensweise des Qualitäts-Monitors

Ergebnisse der Zufriedenheitsanalysen

Bewohner

Angehörige

Mitarbeiter

Empfohlene Maßnahmen

- ⇒ Vor einem Jahr stellten wir auf der Heimleitertagung in Herrsching die Frage:
„Wie viel Markt verträgt die Diakonie?“
Heute soll der Stellenwert von Kundenbefragungen für Marketing-Entscheidungen beleuchtet werden.
- ⇒ Marketing ist eine Gesellschaftswissenschaft. Marketing ist nicht erfunden worden, sondern an positiven Beispielen lediglich beobachtet und systematisiert worden.
- ⇒ Kirche bzw. Diakonie betreibt seit 2.000 Jahren Marketing. Es ist das erfolgreichste Marketingkonzept der Menschheitsgeschichte und findet sich daher in der Marketingtheorie wieder.
- ⇒ Unabhängig von rechtlichen oder anderen Restriktionen muss Diakonie sich systematisch des Marketings bedienen.
Dies beginnt damit, den Nutzen des Produktes „Diakonie“ klar zu definieren und einen USP – *einen einzigartigen Grund das Produkt zu „kaufen“* – zu fassen und zu kommunizieren.
- ⇒ Politik muss die rechtlichen Rahmenbedingungen so fassen, wie es den Bedürfnissen der Menschen entspricht.
- ⇒ Solange das nicht geschieht, ist das Marketing nicht sinnlos, sondern noch viel stärker gefordert als in unreglementierten Märkten.

**Nur wer die Bedürfnisse seiner
Kunden kennt, kann ein optimiertes
Angebot machen!**

Erfahrungswert: 1 unzufriedener Kunde erzählt es bis zu 11 x weiter
1 zufriedener Kunde erzählt es bis zu 3 x weiter

➔ Daraus folgt bei z.B. 100 Kunden:

Wenn **75 % zufriedene** Kunden

Wenn **20 % unzufriedene** Kunden

➔ **75 x 3 = 225 positiv Informierte**

➔ **20 x 11 = 220 negativ Informierte**

5 % teils-teils zufriedene Kunden

Selbst 75 % zufriedene Kunden reichen nicht aus



Quelle: TARP; Technical Assistance Research Programs, 1986

Zielsetzung des Projekts

Methodik und Vorgehensweise des Qualitäts-Monitors

Ergebnisse der Zufriedenheitsanalysen

Bewohner

Angehörige

Mitarbeiter

Empfohlene Maßnahmen

**Professionelle Marktforschung
hilft, die Bedürfnisse der Kunden
zu erkennen!**

Kennen Sie die Bedürfnisse Ihrer Kunden?

Methoden der Marktforschung

Primärforschung

Beobachtungen:

- teilnehmend Interaktion der Heimbewohner
- nicht teilnehmend Einwegspiegel / Apparative Tests

Befragungen:

- Qualitativ Gruppendiskussionen
 Einzelgespräche
- Quantitativ Telefonisch (z.B. Image vor Ort)
 Schriftlich (z.B. Mitarbeiterzufriedenheit)
 Persönlich (z.B. Bewohnerzufriedenheit)

Sekundärforschung

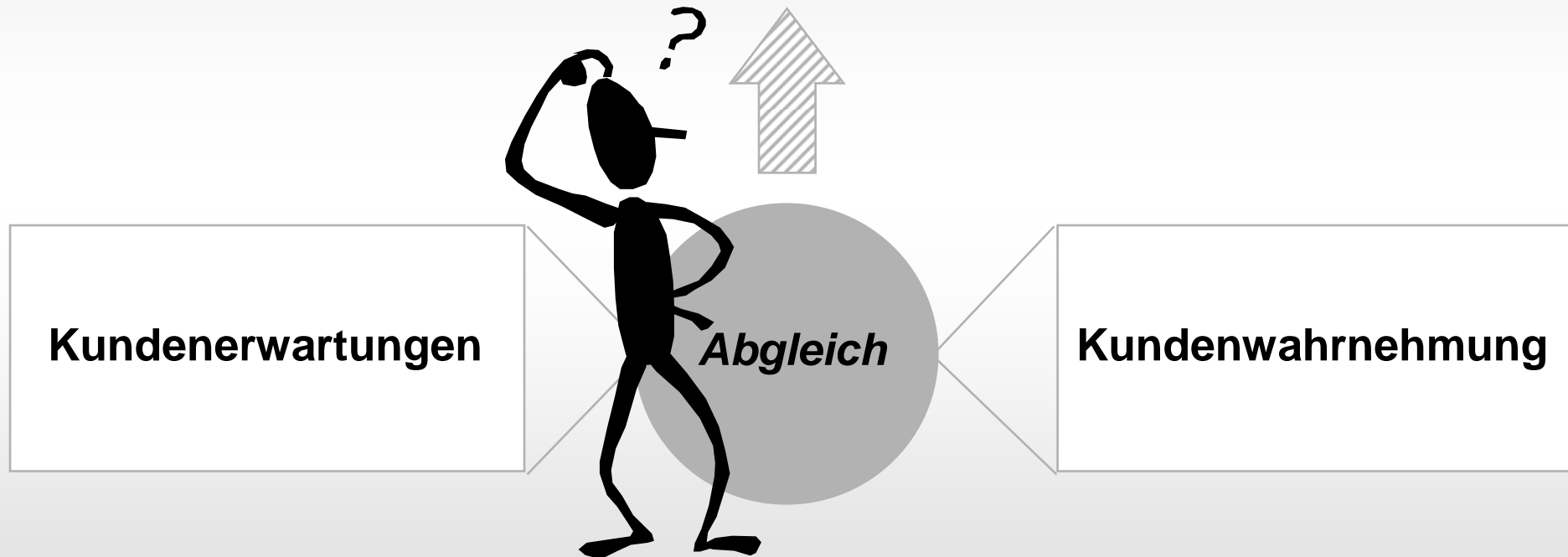
Interne Quellen:

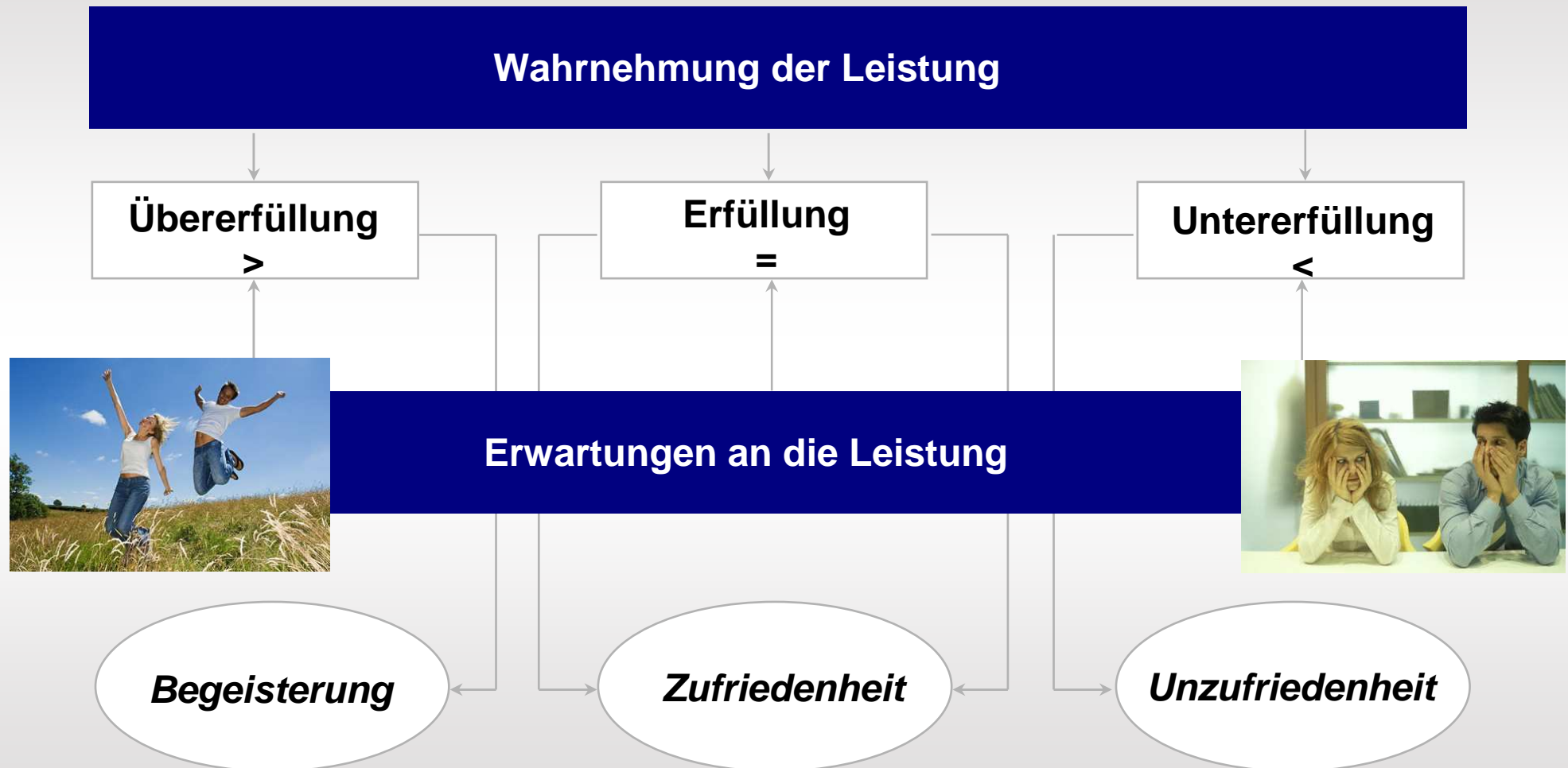
- Kostenrechnung
- Kundenstatistiken
- Frühere Primärerhebungen
- etc.

Externe Quellen:

- Statistisches Bundesamt
- Pflegestatistiken
- Verbände / Behörden
- Altenpflege-Monitor
- etc.

Kundenzufriedenheit





Quelle: Prof. Dr. Manfred Bruhn - Universität Basel

Die Methodik des Qualitäts-Monitors

Was macht der Qualitäts-Monitor?

Methodik des Qualitäts-Monitors

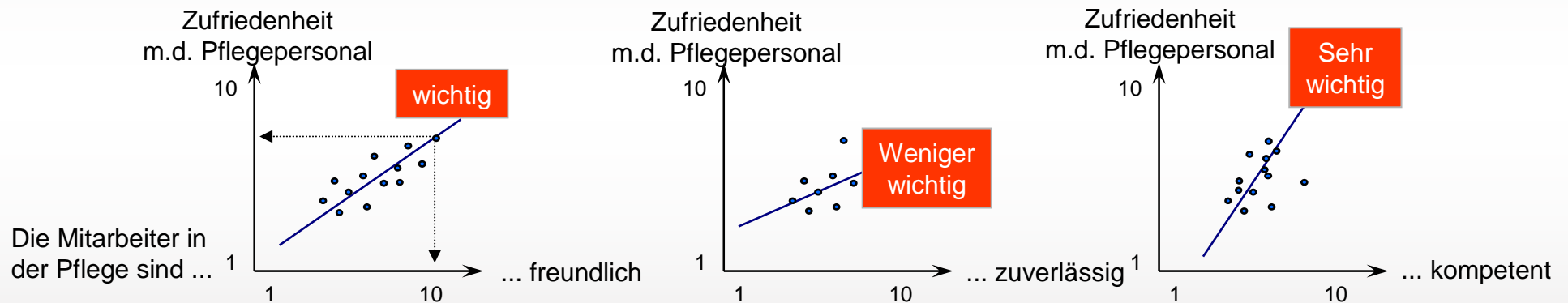
- ➔ Der Qualitäts-Monitor „bündelt“ verwandte Leistungen zu **Leistungsfaktoren**.
- ➔ Der Qualitäts-Monitor stellt den **Zusammenhang** von Leistungsbewertung und Zufriedenheit her.
- ➔ Der Qualitäts-Monitor bestimmt die **Wichtigkeit jeder Leistung für die Zufriedenheit**.
- ➔ Der Qualitäts-Monitor bietet **Handlungsempfehlungen** zur Steigerung der Zufriedenheit.
- ➔ Der Qualitäts-Monitor liefert also das „**Rezept**“ für die **Zufriedenheit der Mitarbeiter bzw. der Kunden**.

- ➔ Die Besonderheit des Qualitäts-Monitors ist **Berechnung der Wichtigkeit**.
- ➔ Nach „Wichtigkeit“ wird nicht gefragt; solche verbalen Abfragen wären zu komplex und führen häufig zu sozial erwünschten Ergebnissen.
- ➔ Die Wichtigkeit einzelner Leistungen oder ganzer Leistungsbündel („Leistungsfaktoren“) wird über eine Regressionsrechnung durchgeführt.

Zusammenhang: Was ist wichtig?

Methodik des Qualitäts-Monitors

- ⇒ Im Leistungsfaktor „Pflegepersonal“ gibt es beispielsweise drei Leistungen.
- ⇒ Die Zufriedenheit mit dem Leistungsfaktor ist eine übergeordnete Größe; ist das Ziel.
- ⇒ In drei Koordinatensystemen kann man die Bewertung der drei (verschiedenen) Leistungen und der (gleichen) Zufriedenheit gleichzeitig abtragen. Jeder Punkt steht für die Bewertung **einer** Person.



- ⇒ Die Regressionsgerade zeigt den Zusammenhang zwischen Leistung und Zufriedenheit. Je steiler sie verläuft, desto **höher ist der Zufriedenheitsbeitrag** ist diese Leistung.

Warum sollte ein Träger der Altenpflege seine Kunden befragen?

- ⇒ **Der Bewohner im Mittelpunkt des Handelns:**
Fühlt sich der Bewohner wohl?
Wenn ja, warum? – und wenn nein: Was können wir tun?
- ⇒ **Innere Transparenz der Leistungsfähigkeit:**
Erbringen wir überall die Leistung, die unsere Bewohner zufrieden stellt?
Was können einzelne Einrichtungen tun, um eine höhere Kundenzufriedenheit zu erreichen.
- ⇒ **Äußere Transparenz der Leistungsfähigkeit:**
Hohe Kundenzufriedenheit kann man nach außen kommunizieren und damit „Werbung“ machen.
- ⇒ **Gerechtigkeit:**
Machen Sie Kundenzufriedenheit zum „**kontrollierten**“ **Unternehmensziel** und belohnen Sie diese.
- ⇒ **Qualitätsmanagement:**
Kundenzufriedenheitsbefragungen sind notwendig für Zertifizierungen.

**Die Übernahme von Tätigkeiten im
Rahmen einer Kundenbefragung
spart Kosten!**

Aufgabe von K & M

- Bereitstellung des Fragebogens
- Dateneingabe der ausgefüllten Fragebogen
- Analyse der Daten und Berechnung der Wichtigkeiten
- Ableitung der Kunden- bzw. Mitarbeiterbedürfnisse
- Tabellarische Auswertung der Fragebögen
- Graphische Aufbereitung der Ergebnisse und Ableitung von Handlungsempfehlungen
- Umsetzungs-Workshop

Aufgabe der Einrichtung

- Kunden informieren
- Fragebogen nach Vorlage kopieren
- Fragebogen verteilen
- Rücksendung an Konzept & Markt oder zentrale Sammlung
- Umsetzungs-Workshop

Egal wo Ihre Kunden sind ...

Anschreiben

Musterheim

Sehr geehrte Kundin,
sehr geehrter Kunde,

Wir würden gern wissen, wie zufrieden Sie mit unserer Arbeit sind. Bitte gehen Sie deshalb diesen Fragebogen durch und kreuzen Sie dabei zu den jeweiligen Fragen Ihre persönliche Meinung an. Wenn Sie keine Aussage zu einer Frage machen möchten oder können bzw. Leistungen nicht in Anspruch nehmen, kreuzen Sie einfach nichts an.

Nehmen Sie Pflegeleistungen z.B. durch unsere mobilen Dienste oder unser Personal vor Ort in Anspruch? Ja Nein

Beantworten Sie bitte die folgenden Fragen, wenn Sie Pflegeleistungen in Anspruch nehmen:

Wie zufrieden sind Sie mit ...	sehr zufriede n	zu- frieden	teils- teils	nicht- zufriede n	gar nicht zufriede n
• ... der fachlichen Qualität der Pflege?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ... der Pünktlichkeit der Mitarbeiter/innen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ... der Zuverlässigkeit der Mitarbeiter/innen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ... der Freundlichkeit der Mitarbeiter/innen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ... dem Ton der Mitarbeiter/innen bei der Pflege?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ... der Pflege insgesamt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nehmen Sie unseren mobilen Mittagstisch in Anspruch? Ja Nein

Beantworten Sie bitte die folgenden Fragen, wenn Sie unseren mobilen Mittagstisch in Anspruch nehmen:

Wie zufrieden sind Sie mit ...	sehr zufriede n	zu- frieden	teils- teils	nicht- zufriede n	gar nicht zufriede n
• ... dem Angebot unseres Essens?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ... dem Geschmack unseres Essens?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ... der Frische unseres Essens?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ... der Temperatur unseres Essens, wenn es bei Ihnen ankommt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ... der Pünktlichkeit der Anlieferung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ... der Zuverlässigkeit der Mitarbeiter/innen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ... der Freundlichkeit der Mitarbeiter/innen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nehmen Sie unsern ...

Beantworten Sie ...

Wie zufrieden sind ...

Wie zufrieden sind Sie mit ...	sehr zufriede n	zu- frieden	teils- teils	nicht- zufriede n	gar nicht zufriede n
• ... der Essen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ... der Reini	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ... der Wäsch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ... dem Eink	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ... der Pünkt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ... der Zuver	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Eine Kundenbefragung gibt die Möglichkeit, einen Abgleich zwischen Erwartung und Erleben vorzunehmen.

- Rückfragen sind nicht möglich
 - ⇒ Eindeutig formulieren
 - ⇒ Möglichst keine Filter verwenden
 - ⇒ Antwortfelder groß genug gestalten
- Optisch gibt es viele Möglichkeiten
- Ab vier Seiten Länge nimmt die Antwortbereitschaft überproportional ab
- Skalen können optisch unterstützt werden
- Offene Fragen bleiben meistens „offen“
- Heftungen verwenden, damit nicht Teile des Fragebogens verloren gehen
- Lange Itemlisten können durch Ankreuzen relativ schnell beantwortet werden

Qualitäts-Monitor: Fragebogen

Methodik des Qualitäts-Monitors

Name der Einrichtung: _____

Sehr geehrte Damen und Herren,

vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen, an unserer Bewohnerbefragung teilzunehmen.

Ihre persönliche Meinung ist uns sehr wichtig. Alle Angaben sind selbstverständlich freiwillig und bleiben völlig anonym!

Wir bitten Sie, unseren Service und unsere Leistungen zu bewerten. Sie müssen dazu nur **Noten wie in der Schule** angeben und die vorgesehenen Kästchen ankreuzen. Bitte beurteilen Sie zunächst die Aussagen **zu unserer Einrichtung** mit Hilfe einer Schulnotenskala von 1 bis 6. Eine "1" bedeutet, dass die Aussage auf unsere Einrichtung **voll und ganz zutrifft**, eine "6" bedeutet, dass die Aussage auf unsere Einrichtung **überhaupt nicht zutrifft**.

Die „1“ ist also die beste Note, die „6“ ist die schlechteste Note. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen. Wenn Sie einmal kein Urteil abgeben können, ist das kein Problem.

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf die **Pflegerische Versorgung** zu? **Trifft voll und ganz zu ☺** **Trifft überhaupt nicht zu ☹**

Die Pflegerinnen und Pfleger ...

... sind stets sehr freundlich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... sprechen die Bewohner stets mit Namen an	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... sind sofort namentlich zu erkennen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... haben stets genügend Zeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Das Erscheinungsbild der Pflegerinnen und Pfleger ist sehr ansprechend	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Die Pflegemaßnahmen beziehen aktiv ein und animieren zum Selbermachen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Es wird ausreichend oft gebadet und geduscht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Meine Wäsche wird ausreichend oft gereinigt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Die Reinigung der Zimmer erfolgt ausreichend oft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Auf meine religiöse Einstellung wird stets Rücksicht genommen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf die **Speisen und Getränke** zu? **Trifft voll und ganz zu ☺** **Trifft überhaupt nicht zu ☹**

• Das Essen schmeckt stets sehr gut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Die Portionen sind sehr reichhaltig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Die Speisen werden frisch zubereitet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Die Speisen sind warm, wenn sie serviert werden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Es gibt vielfältige Wahlmöglichkeiten für das Essen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Die Auswahl an Getränken ist sehr gut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Treffen die folgenden Aussagen auf die **Unterbringung** zu? **Trifft voll und ganz zu ☺** **Trifft überhaupt nicht zu ☹**

• Die Größe der Zimmer ist ausreichend	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Das Zimmer kann individuell gestaltet werden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Die Ausstattung des Zimmers mit Bad- und Sanitäreinrichtungen ist sehr komfortabel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Die Möblierung des Zimmers ist behaglich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Die Privatsphäre ist jederzeit gewährleistet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf die **Einrichtung insgesamt** zu? **Trifft voll und ganz zu ☺** **Trifft überhaupt nicht zu ☹**

• Das Gebäude hat eine angenehme Atmosphäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Die Gemeinschaftsräume haben eine angenehme Atmosphäre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Die Gemeinschaftsräume sind gut ausgestattet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Die Orientierung in dem Gebäude fällt stets sehr leicht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• In dem Gebäude fühlt man sich sehr sicher	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Die Außenanlagen sind einladend gestaltet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Wie zufrieden sind Sie mit ... **Voll und ganz zufrieden ☺** **Überhaupt nicht zufrieden ☹**

• ... der pflegerischen Versorgung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ... den Speisen und Getränken?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ... dem Erscheinungsbild der Einrichtung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ... den Unterhaltungs- und Kontaktmöglichkeiten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ... der Beratung bei Verwaltungsangelegenheiten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ... den Mitarbeitern in der Hauswirtschaft?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ... der Verwaltung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ... der Unterbringung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ... der Einrichtung insgesamt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zum Abschluss bitten wir Sie noch um einige statistische Informationen.

Geschlecht:

- Weiblich
 - Männlich
- Bewohner seit : _____ Jahren
Alter: _____ Jahre

Vielen Dank für's Mitmachen!

Zielsetzung des Projekts

Methodik und Vorgehensweise des Qualitäts-Monitors

Ergebnisse der Zufriedenheitsanalysen

Bewohner

Angehörige

Mitarbeiter

Empfohlene Maßnahmen

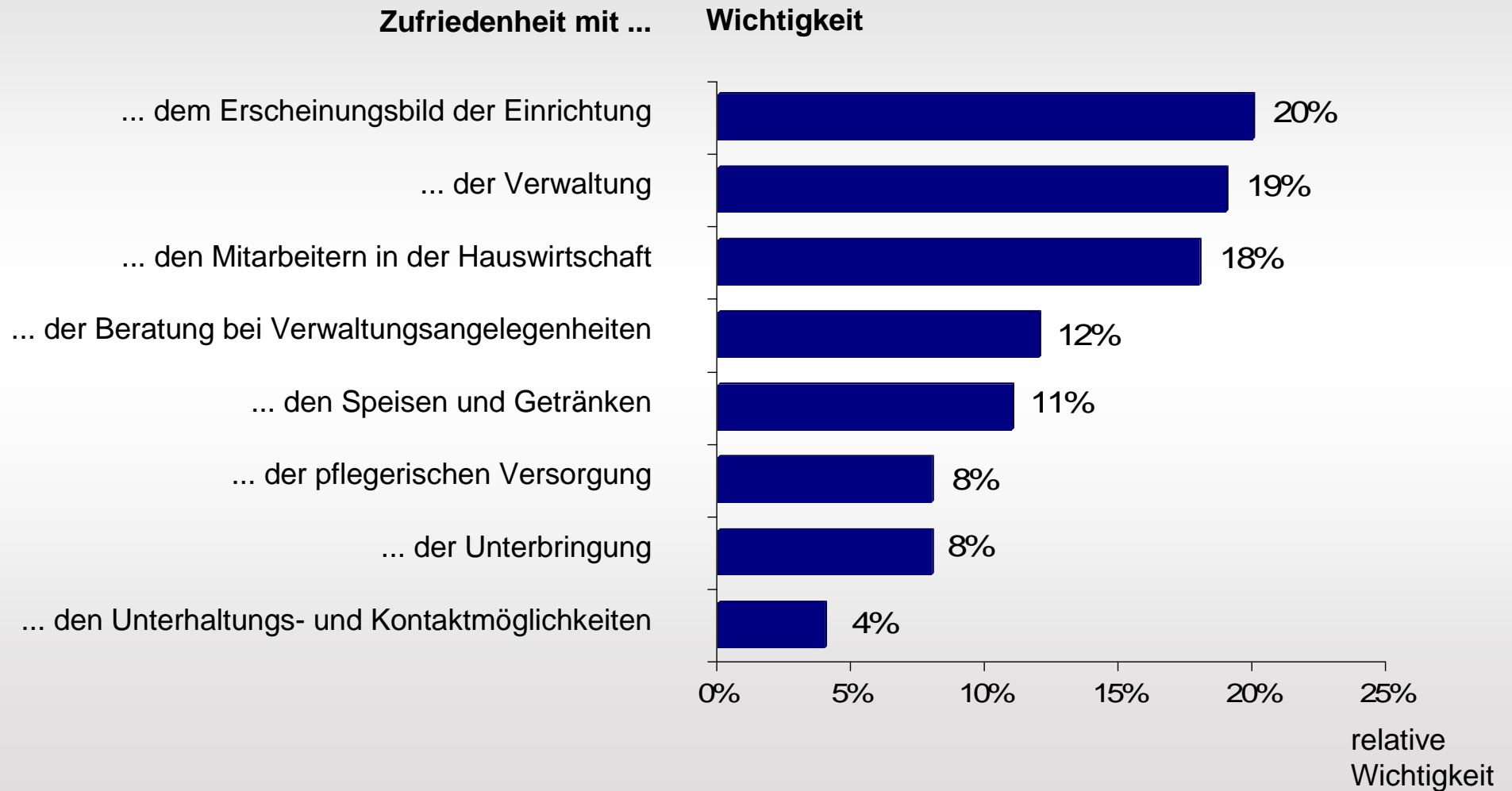
**Kunden- und Mitarbeiterbefragungen
machen nur Sinn, wenn daraus konkrete
Handlungsempfehlungen abgeleitet werden!**

- Erhebungsmethode: Schriftliche Befragung
- Zielgruppe: Angehörige, Bewohner und Mitarbeiter
- Stichprobe: n=52 Angehörige
n=29 Bewohner
n=27 Mitarbeiter
- Stichprobe: Bewohner n=29
Angehörige n=57
- Stichprobe: Angehörige n=67
Mitarbeiter n=24
- Stichprobe: Bewohner n=65
- Erhebungszeitraum: Sommer 2006
- Analyse und Konzeption: Konzept & Markt, Wiesbaden

Leistungen und deren Wichtigkeit

Einfluss jeder Leistung auf die Zufriedenheit

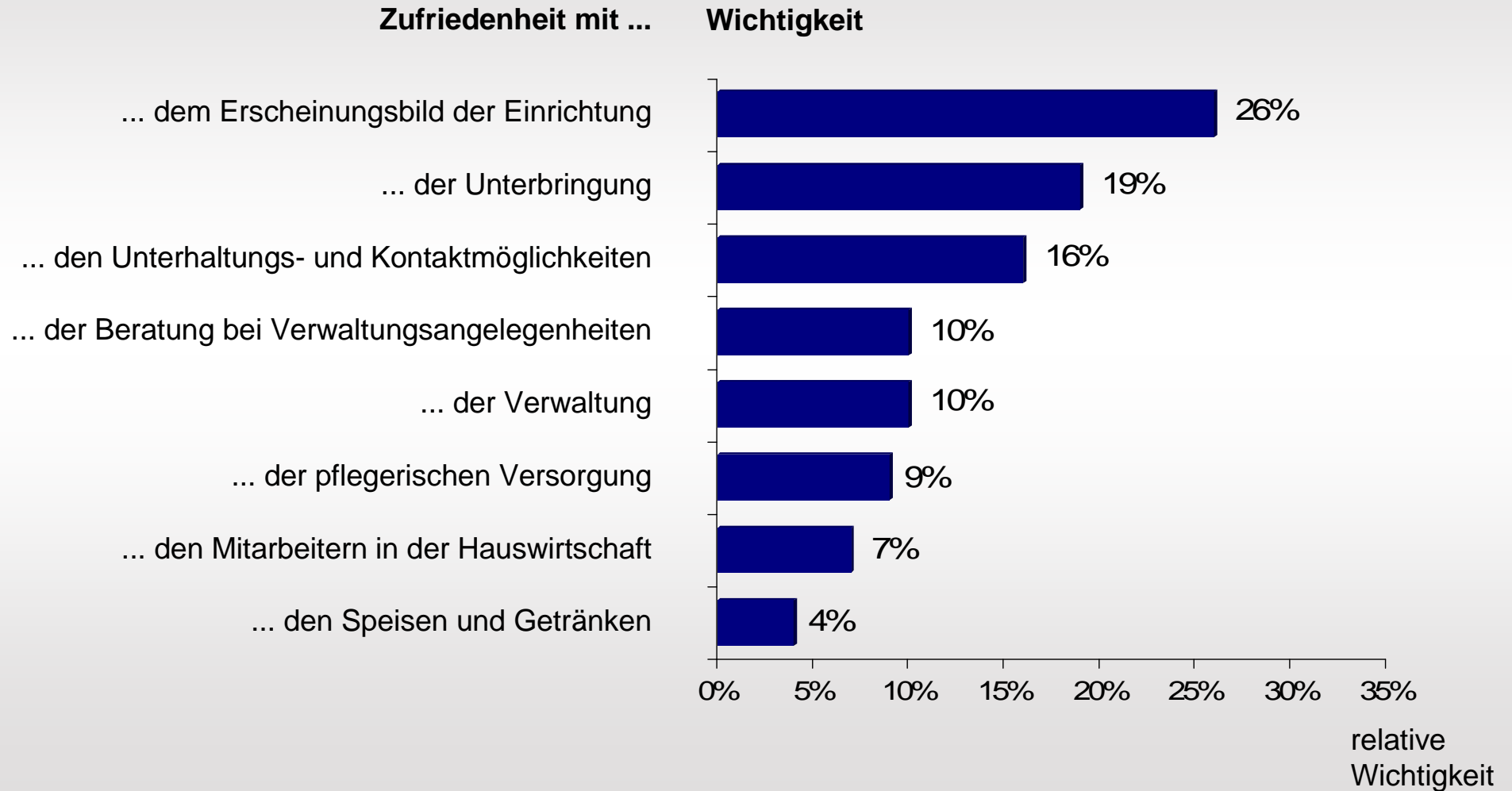
Bewohner



Leistungen und deren Wichtigkeit

Einfluss jeder Leistung auf die Zufriedenheit

Angehörige



Leistungen und deren Wichtigkeit

Einfluss jeder Leistung auf die Zufriedenheit

Mitarbeiter

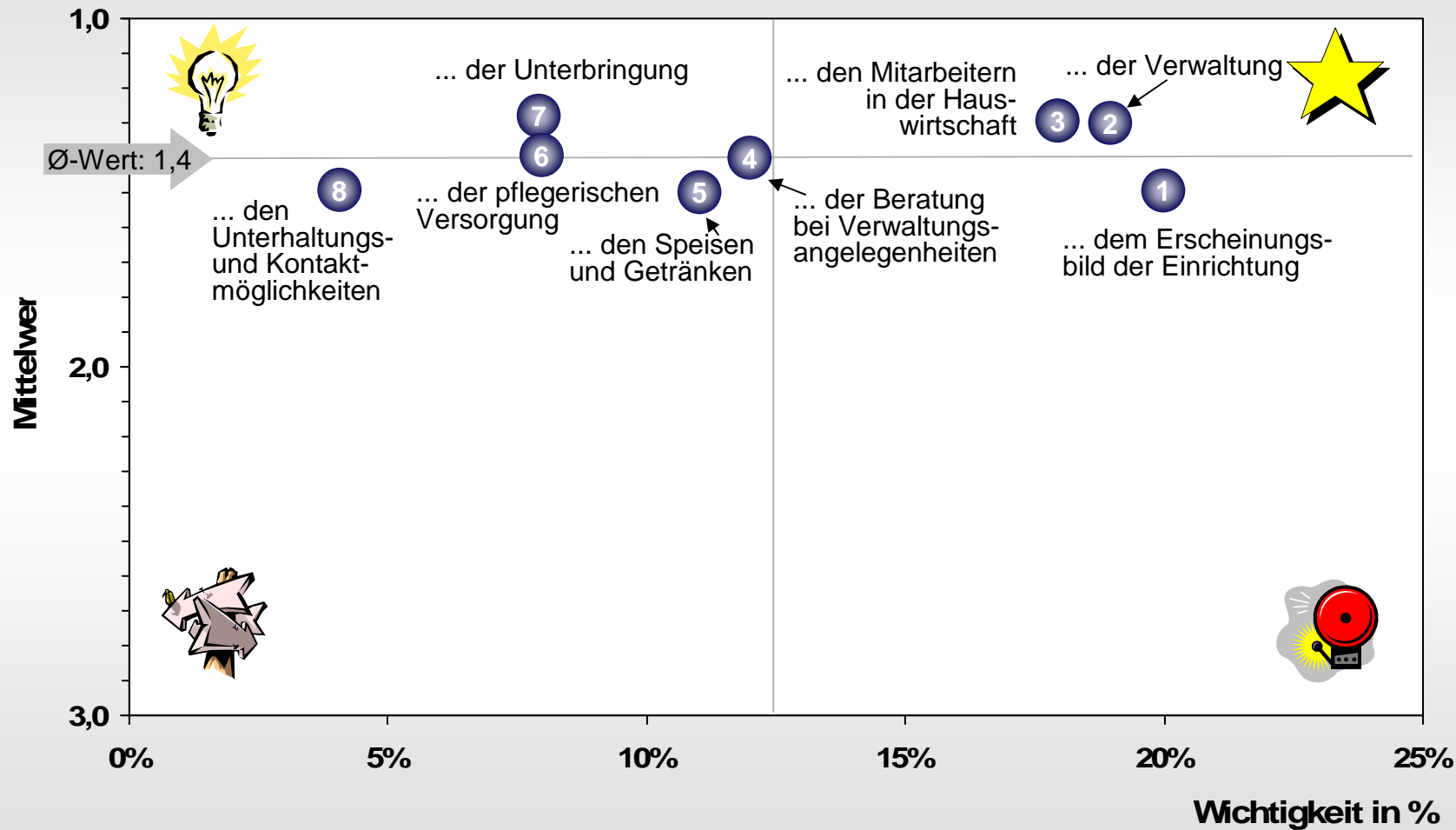


**Die Bedürfnisse von Bewohnern,
Angehörigen und Mitarbeitern
sind unterschiedlich!**

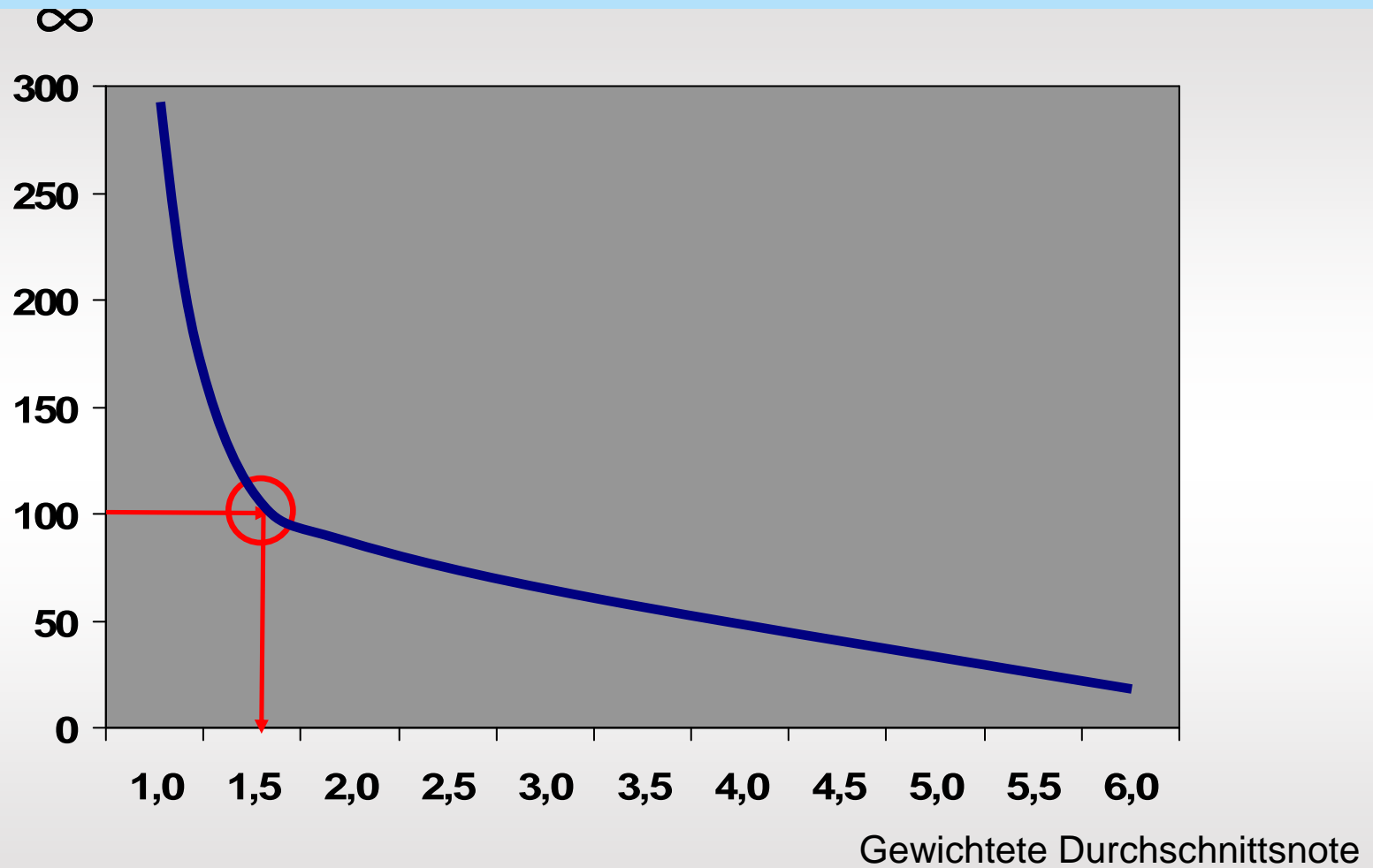
Leistungs-Portfolio (Zufriedenheit mit den Leistungen)

Haus 1: Bewohner

Zufriedenheit mit ...



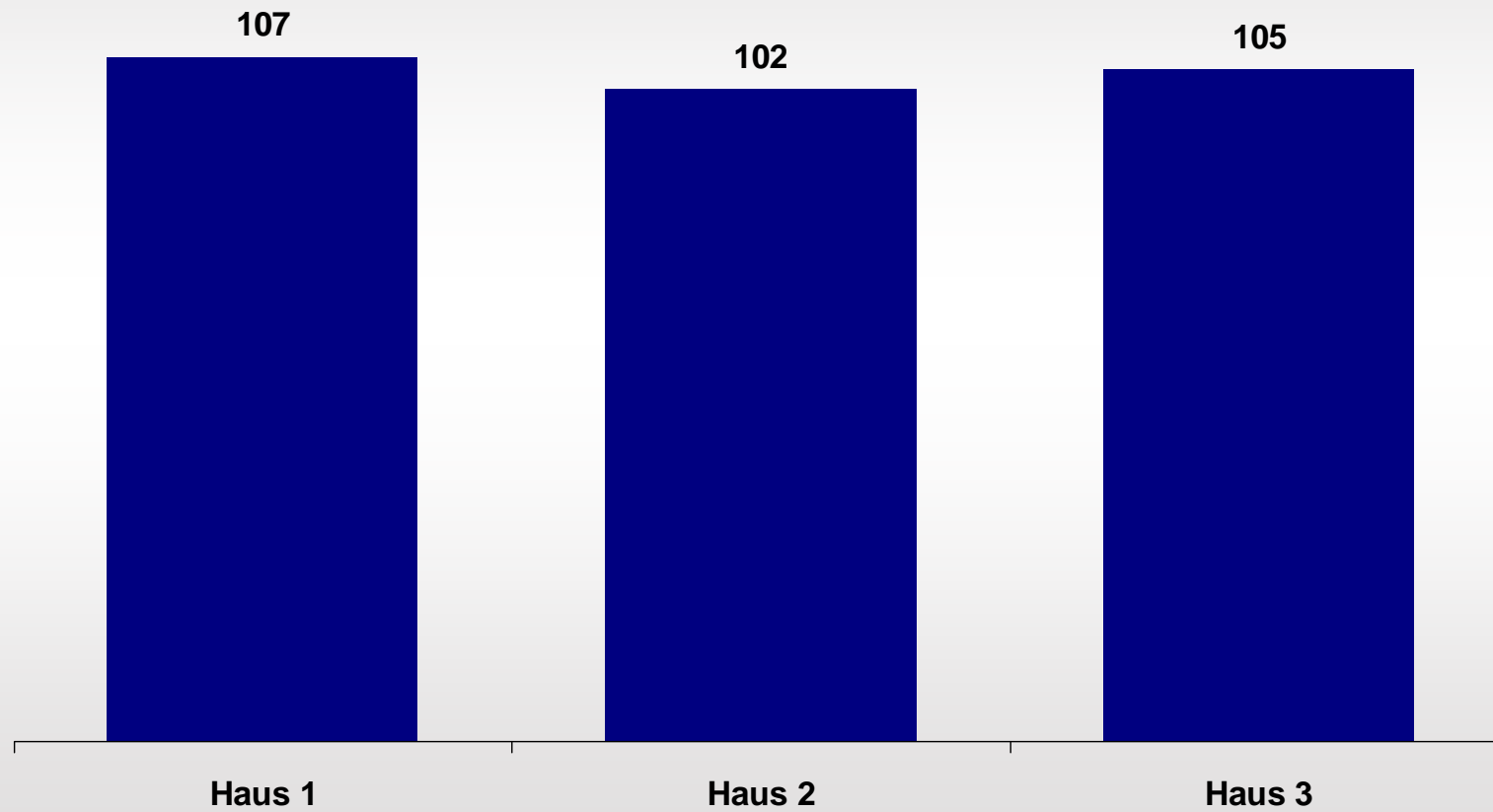
Mittelwerte einer Skala von „1= voll und ganz zufrieden“ bis „6= überhaupt nicht zufrieden“



Zufriedenheitsindex im Vergleich

Haus 1: Bewohner

Zufriedenheitsindex



Zufriedenheitsindex im Vergleich

Benchmarks

Zufriedenheitsindex (alte Untersuchungen)

Altenpflege:

Stationäre Pflege Bewohner	80 – 105
Stationäre Pflege Angehörige	70 – 85
Stationäre Pflege Mitarbeiter	60 – 80

Betreutes Wohnen Bewohner	90 – 105
Betreutes Wohnen Angehörige	70 – 90

Andere Branchen:

Finanzdienstleistungen Kunden	70 – 90
Versandhandel Kunden	80 – 90

Pflegerische Versorgung (Bewohner)

Haus 1: Bewohner

Frage: Inwieweit treffen folgende Aussagen auf die **Pflegerische Versorgung** zu?

Die Pflegerinnen und Pfleger ...

Wichtigkeit

Mittelwert: 1,6
(n=29)

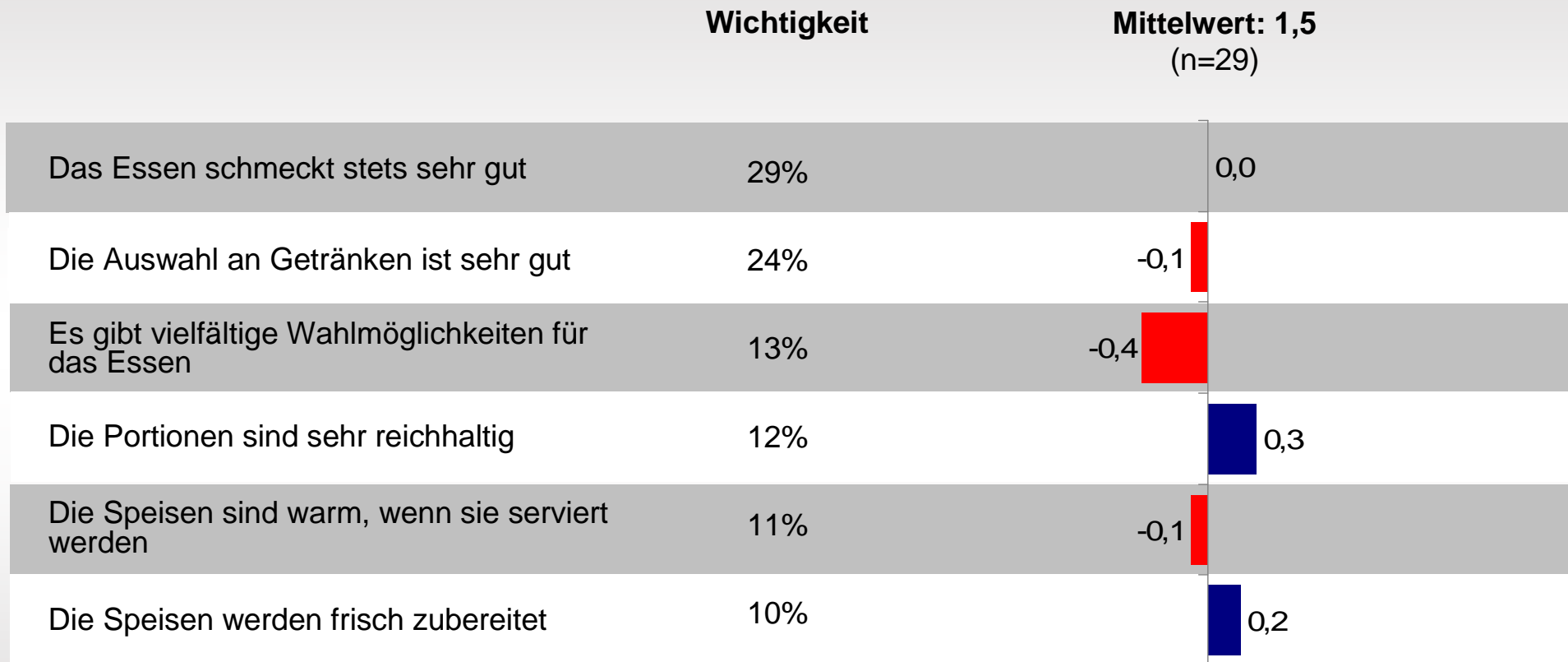
Die Pflegerinnen und Pfleger ...	Wichtigkeit	Mittelwert
Die Pflegemaßnahmen beziehen aktiv ein und animieren zum Selbermachen	16%	-0,1
... sind sofort namentlich zu erkennen	14%	-0,4
Meine Wäsche wird ausreichend oft gereinigt	11%	0,2
... sprechen die Bewohner stets mit Namen an	11%	0,1
Auf meine religiöse Einstellung wird stets Rücksicht genommen	10%	0,4
Es wird ausreichend oft gebadet und geduscht	10%	0,0
... haben stets genügend Zeit	9%	-0,4
... sind stets sehr freundlich	8%	0,1
Die Reinigung der Zimmer erfolgt ausreichend oft	7%	0,3
Das Erscheinungsbild der Pflegerinnen und Pfleger ist sehr ansprechend	5%	0,0

Mittelwerte einer Skala von „1= trifft voll und ganz zu“ bis „6= trifft überhaupt nicht zu“

Speisen und Getränke (Bewohner)

Haus 1: Bewohner

Frage: Inwieweit treffen folgende Aussagen auf die **Speisen und Getränke** zu?



Mittelwerte einer Skala von „1= trifft voll und ganz zu“ bis „6= trifft überhaupt nicht zu“

Unterbringung (Bewohner)

Haus 1: Bewohner

Frage: Inwieweit treffen folgende Aussagen auf die **Unterbringung** zu?

	Wichtigkeit	Mittelwert: 1,4 (n=29)
Die Privatsphäre ist jederzeit gewährleistet	31%	0,0
Die Größe der Zimmer ist ausreichend	20%	0,1
Die Möblierung des Zimmers ist behaglich	19%	-0,1
Die Ausstattung des Zimmers mit Bad- und Sanitäreinrichtungen ist sehr komfortabel	18%	-0,1
Das Zimmer kann individuell gestaltet werden	12%	0,0

Mittelwerte einer Skala von „1= trifft voll und ganz zu“ bis „6= trifft überhaupt nicht zu“

Die Einrichtung insgesamt

Haus 1: Bewohner

Frage: Inwieweit treffen folgende Aussagen auf die **Einrichtung insgesamt** zu?

	Wichtigkeit	Mittelwert: 1,5 (n=29)
Das Gebäude hat eine angenehme Atmosphäre	33%	0,1
Die Orientierung in dem Gebäude fällt stets sehr leicht	18%	0,1
In dem Gebäude fühlt man sich sehr sicher	17%	0,2
Die Gemeinschaftsräume sind gut ausgestattet	15%	-0,1
Die Außenanlagen sind einladend gestaltet	13%	-0,1
Die Gemeinschaftsräume haben eine angenehme Atmosphäre	5%	-0,1

Mittelwerte einer Skala von „1= trifft voll und ganz zu“ bis „6= trifft überhaupt nicht zu“

Zielsetzung des Projekts

Methodik und Vorgehensweise des Qualitäts-Monitors

Ergebnisse der Zufriedenheitsanalysen

Bewohner

Angehörige

Mitarbeiter

Empfohlene Maßnahmen

Fazit Haus 1: Bewohner

- Eine Globalzufriedenheit von 1,5 und ein QMI-Zufriedenheitsindex von 107 lassen ein hohes Zufriedenheitsniveau aus der Sicht der Bewohner erkennen.
- Zu den Stärken zählen die Verwaltung, die Mitarbeiter in der Hauswirtschaft und die Unterbringung. Als leichte Schwächen werden das Erscheinungsbild der Einrichtung und das Angebot an Speisen und Getränken empfunden.

Detailanalyse

- Die Pflegerische Versorgung wird mit 1,6 recht gut bewertet. Einzige Schwachpunkte sind die namentliche Erkennbarkeit der Pflegerinnen und Pfleger und dass die Mitarbeiter stets genügend Zeit haben.
- Bei den Speisen und Getränken überzeugen insbesondere Wahlmöglichkeiten für das Essen nicht.
- Im Hinblick auf die Unterbringung gibt es keinen Handlungsbedarf. Sie wird mit einer Durchschnittsnote von 1,4 sehr positiv bewertet.
- Im Hinblick auf die Einrichtung insgesamt besteht bei positiver Bewertung von 1,5 kein Handlungsbedarf.

Empfohlene Maßnahmen Haus 1: Bewohner

- Insgesamt zeigt sich ein positiveres Bild als bei den Angehörigen.
- Kurzfristiges Optimierungspotenzial ist bei der namentlichen Erkennbarkeit der Mitarbeiter zu sehen.
- Ferner sollte bei Gelegenheit mit den Bewohnern besprochen werden, in welcher Hinsicht sie mehr Auswahl beim Essen wünschen.
- Weiterhin sollte mit den Bewohnern proaktiv ihr Kritikpunkt bezüglich der wenigen Zeit, die den Pflegern zur Verfügung steht, diskutiert werden.

Empfohlene Maßnahmen

Insgesamt liegt das Zufriedenheitsniveau recht hoch. Folgende Maßnahmen empfehlen wir dennoch:

Bewohner	Angehörige	Mitarbeiter
<ul style="list-style-type: none">• Kein kurzfristiger Handlungsbedarf• Privatsphäre sicher stellen• Subjektives Sicherheitsbedürfnis ernst nehmen• Verpflegung, insbesondere Auswahl verbessern• Problematik der mangelnden Zeit proaktiv vermitteln und diskutieren	<ul style="list-style-type: none">• Kurzfristiger Handlungsbedarf gegeben• Mangelnde Zeit in der Pflege proaktiv verargumentieren• In der „Optik“ für mehr Präsenz der Pflegekräfte sorgen• Verpflegung mit den Angehörigen diskutieren• Die Einrichtungen und die Zimmer behaglicher gestalten. Können die Angehörigen dabei stärker mit einbezogen werden?	<ul style="list-style-type: none">• Den Zeitmangel in der Pflege durch organisatorische Maßnahmen auffangen• Engen Dialog zwischen Vorgesetzten und Mitarbeiter pflegen• Hilfe bieten beim Thema Sterben• Maßnahmen entwickeln, um die Altenpflege in der Öffentlichkeit besser darzustellen

Externes Qualitäts-Controlling für die Diakonie Bayern

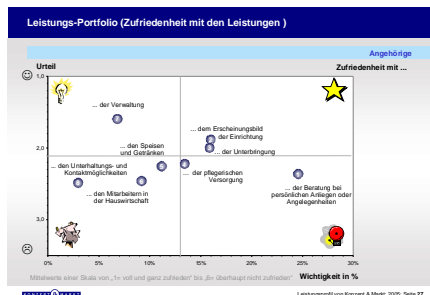
Qualitäts-Controlling für die Diakonie Bayern 2007

Sehr geehrte Einrichtungs- und Heimleiter/-innen,

sicher haben Sie sich schon häufiger die Frage gestellt, wie Sie die Qualität Ihrer Serviceleistungen steigern oder sichern können.

Konzept & Markt stellt mit seinem **Qualitäts-Controlling 2007** ein spezielles Verfahren zur Messung von Zufriedenheit vor. Das Verfahren liefert Ihrer Einrichtung einen **konkreten Maßnahmenplan** zur Steigerung der Kundenzufriedenheit.

Sie können die Zufriedenheit Ihrer „Kunden“ in folgenden Bereichen erfassen:



- Wohnen
- Tagespflege
- Ambulante Pflege
- Mitarbeiter

Schon ab einem Preis von

995,00 Euro (zzgl. MwSt.)

können Sie gemeinsam mit uns eine Kunden-Zufriedenheits-Befragung realisieren.

Die Durchführung einer solchen Befragung in Ihrem Haus ist dabei viel einfacher, als Sie vielleicht denken. Die **professionelle Auswertung und grafische Aufbereitung der Ergebnisse** übernimmt Konzept & Markt für Sie.

In diesem Folder finden Sie die wesentlichen Bausteine und Informationen, um in Zukunft **selbst** ein Qualitäts-Controlling etablieren und von seinen Vorteilen profitieren zu können:

Pflegerische Versorgung (Angehörige)

Frage: Inwieweit treffen folgende Aussagen auf die pflegerische Versorgung zu?

Die Pflegerinnen und Pfleger ... Wichtigkeit Mittelwert: 1,8 (n=30)

Aussage	Wichtigkeit	Mittelwert
... haben stets genügend Zeit	21%	-0,9
Das Erscheinungsbild der Pflegerinnen und Pfleger ist sehr ansprechend	17%	0,1
Die Pflegemaßnahmen beziehen aktiv ein und animieren zum Selbstmachen	11%	-0,2
Die Reinigung der Zimmer erfolgt ausreichend oft	11%	0,1
Mit der Wäscheverorgung bin ich zufrieden	9%	0,1
... sind stets sehr freundlich	9%	0,2
... sind sofort namentlich zu erkennen	8%	0,0
... sprechen die Bewohner stets mit Namen an	7%	0,5
Es wird ausreichend oft gebadet und geduscht	5%	-0,2
Auf meine religiöse Einstellung wird stets Rücksicht genommen	2%	0,5

Mittelwerte einer Skala von „1= voll und ganz zu“ bis „3= nicht überhaupt nicht zu“

Linkungstext von Konzept & Markt, 2005, Seite 27

- einfache Durchführung
- verständliche Auswertung
- konkrete Maßnahmen
- zufriedene Kunden

Wenn Sie die Vorteile des Qualitäts-Controllings 2007 nutzen möchten, dann zögern Sie nicht und greifen Sie zum beiliegenden Antwortfax. Oder rufen Sie uns ganz einfach an:

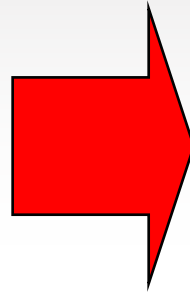
Konzept & Markt GmbH
 Dr. Ottmar Franzen
 Telefon : 0611 / 690 17 11
 Fax: 0611 / 690 17 59

- Professionelle Auswertung
- Übernahme von Projektteilen spart Kosten
- Vergleichbare Datenbasis, da Standardfragebogen
- Individuelle Berechnung der Wichtigkeiten und Ermittlung des Bedürfnisprofils
- Vergleichbarkeit durch QMI
- Kosten

- Pro Träger und Zielgruppe 995,- €
- für jedes weitere Haus und Zielgruppe innerhalb eines Trägers: 295,- €

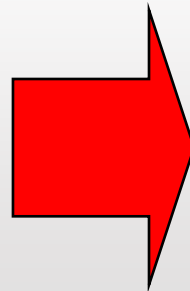
Welche Kosten sind zu erwarten?

- Grundanalyse (pro Träger)
 - Liefert Erwartungsprofil (Wichtigkeiten)
 - Bericht mit farbigen Graphiken
 - Maßnahmenempfehlungen
 - Für jeden Träger individuell
 - Für jede Kundengruppe individuell



995,-- €

- Deskriptive Analyse (pro Einrichtung)
 - Basiert Erwartungsprofil (Wichtigkeiten) des jeweiligen Trägers
 - Bericht mit farbigen Graphiken
 - Maßnahmenempfehlungen
 - Für jede Einrichtung individuell
 - Für jede Kundengruppe individuell



295,-- €

**Überprüfen Sie den Erfolg Ihrer
Zertifizierung am Kunden!**

Professionell und zu vertretbaren Kosten!

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Konzept & Markt GmbH
Herr Dr. Ottmar Franzen
Tel: 0611 / 69017-11
Rheingaustraße 88
65203 Wiesbaden

E-Mail: Franzen@Konzept-und-Markt.com
<http://www.konzept-und-markt.com>

**Vielen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit!**