

Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit steigern

Mit dem Bewertungs-Tool «Opinioon» können Rückmeldungen von Patienten, Angehörigen, Besuchern und Mitarbeitenden rascher in Verbesserungsprozesse integriert werden. Marcel Holzer, Leiter Hotellerie Gastronomie, hat das neue Instrument getestet.

*Interview: Irene Aebersold**

Warum ist eine solche Befragung notwendig?

Marcel Holzer: Durch das Feedback der Patienten, Mitarbeitenden und Besucher wird unsere Leistung gespiegelt. Nur so finden wir heraus, was wir gut machen und wo wir noch besser werden können.

Welche Erfahrungen hat die Gastronomie mit der Befragung gemacht?

Wir haben Rückmeldungen erhalten, auf die wir direkt reagieren konnten. Wir sind mit den Personen ins Gespräch gekommen und konnten auf beiden Seiten Verständnis schaffen für bestimmte Situationen. Diesen Dialog führen zu können, war für uns sehr positiv.

Hatten die Mitarbeitenden vor der Befragung Bedenken?

Viele Mitarbeitende befürchteten, dass das Ausfüllen der Umfrage zu viel Zeit in Anspruch nehmen werde. Da die Befragung auch anonym ausgefüllt werden konnte, hatten einige Mitarbeitende aus meinem Team zudem Bedenken vor einer schlechten Bewertung. Diese

Bedenken kann ich verstehen, da in der Anonymität oft anders kommuniziert wird als im direkten Gespräch. Meinen Mitarbeitenden gab ich jedoch vorab mit auf den Weg, dass eine kritische Rückmeldung eine Chance ist und kein Risiko. Im Rückblick hatte es zudem nur sehr wenige nicht nachvollziehbare «Ausreisser» in der Umfrage.

Welchen Vorteil bringt «Opinioon»?

Den grossen Vorteil sehe ich darin, sofort auf Rückmeldungen reagieren zu können. Zudem sind Zeitintervalle frei wählbar, was zu einem transparenteren Ergebnis führt. Das heisst konkret, wenn ein Aktionstag stattfindet, können wir die Bewertungen an diesem Tag separat betrachten. So wird das Gesamtergebnis nicht durch Ausreisser verfälscht und wir erfahren gleichzeitig, wie Aktionstage bei unseren Kunden ankommen.

Konnten sämtliche Änderungswünsche umgesetzt werden?

Nein, es können nicht alle Änderungswünsche berücksichtigt werden, weil sie zum Teil schlichtweg nicht umsetzbar sind. Wurde die Befragung nicht anonym ausgefüllt, konnten wir die Person jedoch kontaktieren und ihr zumindest erklären, weshalb wir den Wunsch nicht erfüllen können. Wir sind so zu einem Konsens gekommen, was letztendlich auch positiv ist.

Wie hoch war der Zeitaufwand für die Vorbereitungsarbeiten und für die Analyse der Daten?

Rasch reagieren

Die Zufriedenheit der Mitarbeitenden und Kunden steht in einem engen Verhältnis zum wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens. Zufriedene Patienten empfehlen das Unternehmen gerne weiter und tragen so zu einem Wettbewerbsvorteil und zur Umsatzsteigerung bei. Dabei gilt es nicht nur, die Zufriedenheit zu messen, sondern auch auf Unstimmigkeiten reagieren zu können.

Bei konventionellen Zufriedenheitsmessungen liegt zwischen der Datenerhebung und der Diskussion der Ergebnisse so viel Zeit, dass die Verbesserungsmaßnahmen oft nicht mehr aktuell sind. «Opinioon» ist ein Instrument, das Feedbacks unterschiedlicher Anspruchsgruppen in Echtzeit erfasst und eine Statistik generiert, sodass zeitnah auf Verbesserungswünsche reagiert werden kann. «Opinioon» soll dazu beitragen, eine offene Feedbackkultur im Unternehmen zu etablieren. In verschiedenen anderen Dienstleistungsunternehmen, wie beispielsweise in Restaurants und Hotels, sind solche Instrumente fixer Bestandteil. Im Gesundheitswesen hingegen ist diese Kultur noch wenig etabliert.

(iae)



Bild: hac

Grimasse, Smiley oder etwas dazwischen: «Opiniooon» funktioniert intuitiv und dauert gerade mal 60 Sekunden.

Das Instrument erfordert wenig Vorbereitungszeit und für die Analyse der Daten entsteht gar kein Aufwand. Das Tool generiert die Statistik automatisch.

Was waren die grössten Herausforderungen?

Es war knifflig, die richtigen Fragestellungen zu entwickeln. Man muss die Balance finden zwischen «ausreichend viele Fragen stellen», damit genügend Daten für die Auswertung zur Verfügung stehen und «nicht zu viele Fragen stellen», damit der Zeitaufwand für die Kunden nicht zu hoch wird. Sobald man die Fragen aber hat, ist das Ganze ein Kinderspiel.

Was würdest du beim nächsten Mal anders machen?

Ich würde die Umfrage noch schlanker gestalten, das heisst weniger Fragen

stellen. Die Umfrage dauerte gut eine Minute, was tendenziell zu viel ist.

Würdest du diese Art von Befragung weiterempfehlen?

Ja unbedingt, es war für uns durchweg ein positives Erlebnis.

**Irene Aebersold arbeitet Teilzeit in der Kommunikation, in der Patientenaufnahme und im Beschwerdemanagement.*

So funktioniert «Opiniooon»

Auf einem Tablet, integriert in eine Stele, kann der Kunde via Multiple Choice anonym 1 bis 7 Fragen beantworten. Er gibt dabei mit graphischen Symbolen (Smileys) an, wie zufrieden er mit einer Dienstleistung ist. Im Freitext-Kommentarfeld kann er auch eine persönliche Meinung hinterlassen oder freiwillig seinen Namen angeben. Das Tablet ist online mit dem Auf-

traggeber verbunden. Die betroffene Abteilung kann die Kundenzufriedenheit in Echtzeit messen und falls nötig Verbesserungsmaßnahmen ergreifen. Das System ist unter anderem auch im Inselspital, in der Rehaklinik Barmelweid AG und im Kantonsspital Aarau im Einsatz. «Opiniooon» ist ein Startup der Uni Zürich. (hac)