

## Das einfachste Qualitätsmanagement der Welt

**Mit der steigenden Bedeutung von Qualitätsmanagement-Systemen in der Altenpflege steigt auch der Bedarf an Befragungen zur Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit. Eine innovative Methode gibt hier neue Dimensionen des Feedbacks.**

### **Die Bedürfnisse der Anspruchsgruppen wirklich kennen**

Viele Einrichtungen und Träger planen die Einführung umfangreicher Qualitätsmanagement-Systeme bzw. haben ein solches schon implementiert. Vielerorts wird jedoch eine der Grundlagen eines funktionierenden QM-Systems vergessen: Die Befragung der wichtigsten Anspruchsgruppen: MitarbeiterInnen, Angehörige und BewohnerInnen.

Welche Bedürfnisse haben die wichtigsten Anspruchsgruppen? Wie zufrieden sind sie mit der jeweiligen Einrichtung und den jeweiligen Leistungen? Welche Verbesserungspotenziale gibt es? Alle diese Fragen können durch klassische Zufriedenheitsanalysen beantwortet werden. Das hilft jedoch nur teilweise.

### **Der Faktor Wichtigkeit von Leistungen**

Elementar ist dabei die Frage: Welche Leistungen, die angeboten und erbracht werden, sind überhaupt wichtig, welche weniger wichtig? Ein Leistungsaspekt, der Unzufriedenheit auslöst **und** wichtig ist, ist mit allen möglichen Anstrengungen zu verbessern. Leistungen hingegen, die unterdurchschnittliche Zufriedenheit aufweisen, aber unwichtig sind, haben keine so hohe Priorität in der Optimierung. Auf der anderen Seite sind Leistungsaspekte mit hoher Zufriedenheit und hoher Wichtigkeit mit allen Mitteln zu halten, denn das sind die wirklichen Wettbewerbsvorteile und Kernkompetenzen. Durch das Wissen von Wichtigkeit und Zufriedenheit kann man in der Qualitätsverbesserung seine Ressourcen auch effizient einsetzen und die Hebel dort ansetzen, wo sie auch wirklich wirken.

### Eine neue Methode erhebt Wichtigkeit und Zufriedenheit

Der Qualitätsmonitor ist eine neue Methode, bei der nicht nur die Zufriedenheit mit verschiedenen Leistungen erhoben wird, sondern auch (durch multivariate Statistikmethoden) die Wichtigkeit errechnet wird. Beide Ergebnisse sind bei der Optimierung aller Qualitätsaspekte einer Altenpflege-Einrichtung bedeutend.

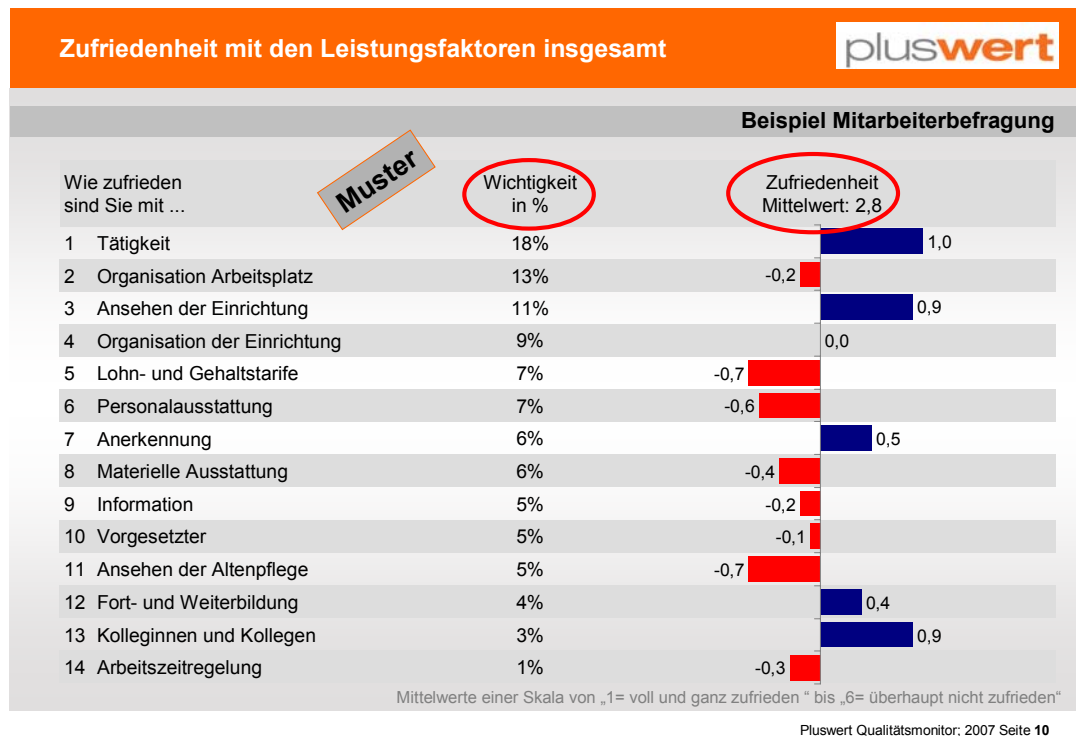


Abbildung 1: Anschauliche Darstellung von Wichtigkeit und Zufriedenheit (Beispiel MitarbeiterInnen-Befragung)

### Transport der Ergebnisse zu allen MitarbeiterInnen

Im Qualitätsmanagement hilft der Einsatz von Marktforschungsanalysen dabei, sich einen Spiegel vorzuhalten und die Wünsche und Einstellungen der wichtigsten Zielgruppen (Angehörige, BewohnerInnen, MitarbeiterInnen) zu eruieren. Oft bekommt man jedoch von Marktforschungsinstituten als Output von Befragungen ein paar Kilogramm Papier mit tausenden Tabellen, die noch dazu nur Insider verstehen. Wie soll man das überhaupt noch managen?

Qualität passiert ja tagtäglich auf allen Ebenen: beim Pflegepersonal, in der Küche, beim Portier und Servicepersonal. Diese QualitätsbotschafterInnen müssen in die

Ergebnisse von Zufriedenheitsanalysen eingebunden werden. Dazu benötigt man anschauliche, leicht verständliche Darstellungen und Präsentationen der Ergebnisse in Art von Workshops. Wichtig dabei ist: Weniger ist mehr bzw. Reduktion auf das Wesentliche. Die Auswertungen des Qualitätsmonitors sind aus diesem Grund einfach, transparent und leicht verständlich. Damit kann man die Ergebnisse optimal zu allen MitarbeiterInnen transportieren. Das erhöht das Verständnis und verbessert die nachhaltige Qualitätsorientierung.

### Strategische Analyse zur Qualitätsoptimierung wichtiger Leistungsfaktoren

Durch die Erhebung bzw. Berechnung der zwei Faktoren: Wichtigkeit und Zufriedenheit ist eine gewichtete Darstellung durch ein Portfolio, in gewohnter Darstellungsform, möglich. Sofort lassen sich Schwerpunkte zur Qualitätsverbesserung erkennen. Auch sind Trends bei kontinuierlicher Durchführung des Qualitätsmonitors leicht darstellbar.

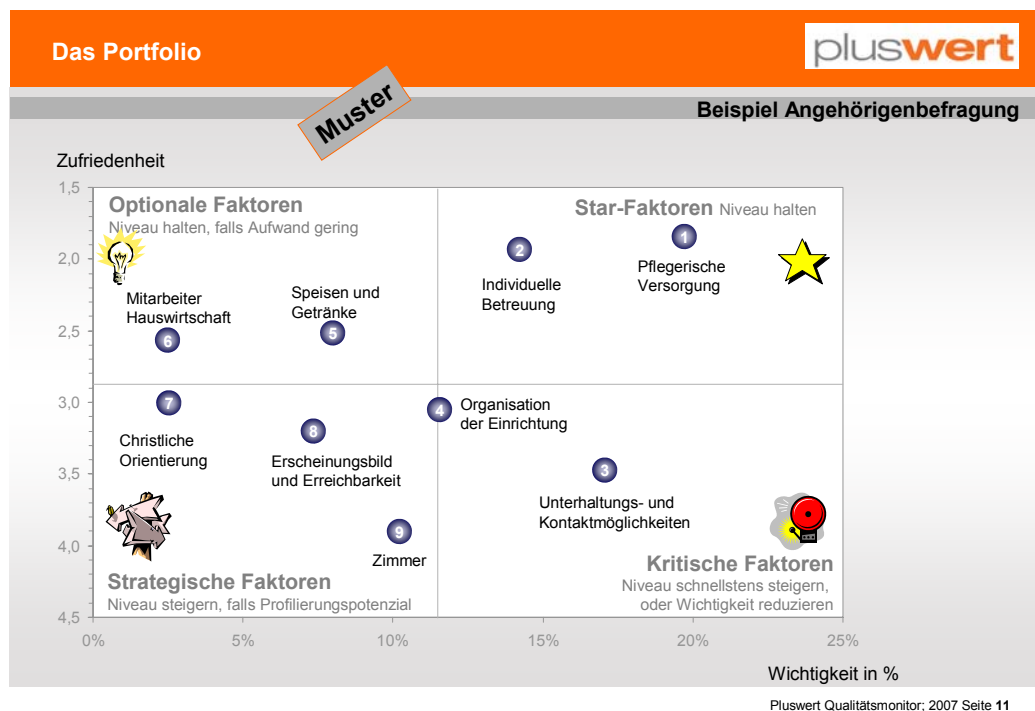


Abbildung 2: Portfoliodarstellung: auf einem Blick sind die wichtigsten Hebel zur Qualitätsverbesserungen ersichtlich (Beispiel Angehörigen-Befragung)

### **Zufriedenheitsanalysen müssen nicht teuer sein**

Durch Standardisierung der Datenanalyse und einfache schriftliche Erhebungsmethode kann sich auch eine kleinere Einrichtung eine Zufriedenheitsanalyse leisten. Die Kosten für einen Qualitätsmonitor liegen bei rund 2.500,- Euro. Auch bei größeren Trägerorganisationen mit vielen Einrichtungen ist eine umfassende und kontinuierliche Zufriedenheitsanalyse damit budgetär umsetzbar.

### **Keywords**

Kundenzufriedenheit  
Mitarbeiterzufriedenheit  
Qualitätsmanagement  
Marktforschung

### **Autor**

Mag. Anton Prettenhofer, Geschäftsführer von pluswert - Spezialist für Zufriedenheitsanalysen, Rosenberggürtel 35, 8010 Graz, Tel.: 0664.460 88 14, [anton.prettenhofer@pluswert.at](mailto:anton.prettenhofer@pluswert.at), [www.pluswert.at](http://www.pluswert.at)

### **Kurzbeschreibung des Autors**

Anton Prettenhofer hat in Graz Psychologie und BWL studiert und begann seine Laufbahn beim Marktforschungsinstitut INFO in Wien. Als weitere Stationen folgten die Marketingleitungen in verschiedenen Unternehmen und Branchen in Österreich. Im Jahr 2007 gründete er das Beratungsunternehmen pluswert. Der Schwerpunkt seiner Tätigkeit sind Beratungen im Bereich Strategie, Kommunikation und Zufriedenheitsanalysen.