

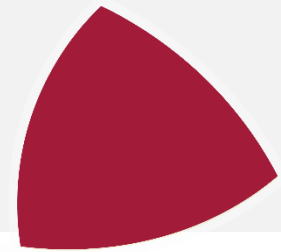
CURAVIVA Impulstag 23.6.2022

**Am Puls der Zufriedenheit –
Herausforderungen und Chancen von
Zufriedenheitsbefragungen.**

Biagio Saldutto
Geschäftsführer von
QUALIS evaluation GmbH

Zufriedenheitsbefragungen

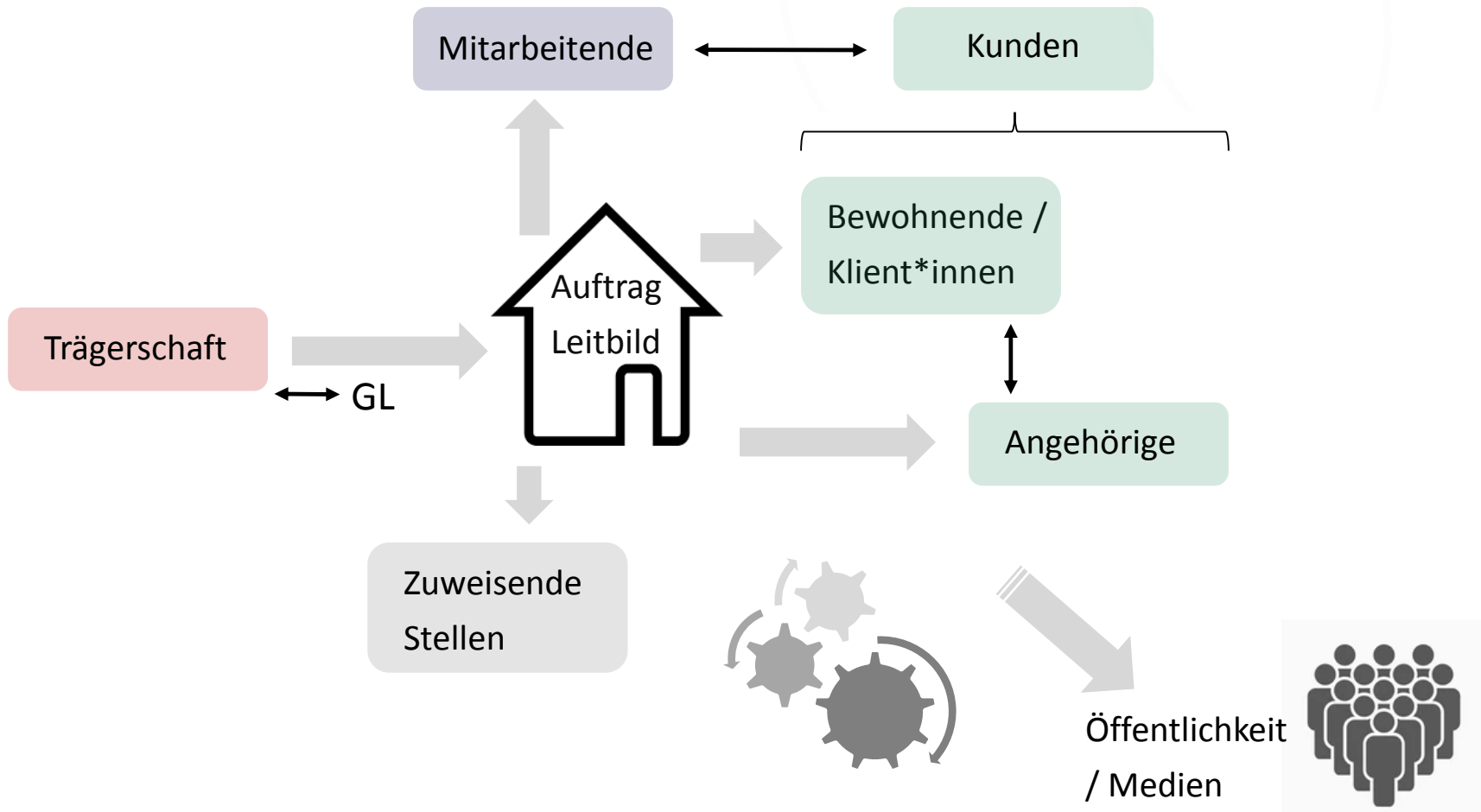
Ziel und Gründe



- Überprüfung der Zufriedenheit für internes Q-Management
- Evaluation der Dienstleistungen/des Auftrags (z.B. durch Trägerschaft)
- Evaluation nach Veränderung/Neuheit (z.B. Umbau)
- Weiterentwicklung des Unternehmens (z.B. Standortbestimmung)
- Positionierung im Markt (z.B. Attraktiver Arbeitsplatz/Label)
- Konkurrenzdruck (z.B. tiefe Bettenbelegung/Fachkräftemangel)
- QM-System/Gütesiegel erfordert Befragung (z.B. EFQM)
- Überprüfung von Gerüchten/Beschwerden
- Hohe Mitarbeitendenfluktuation

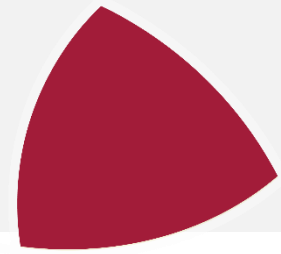
Intrinsische vs. extrinsische Motivation

Zufriedenheitsbefragungen Anspruchsgruppen



Zufriedenheitsbefragungen

Ist Zufriedenheit steuerbar?



Struktur-
Qualität



Prozess-
Qualität



Ergebnis-
Qualität
-> Zufriedenheit

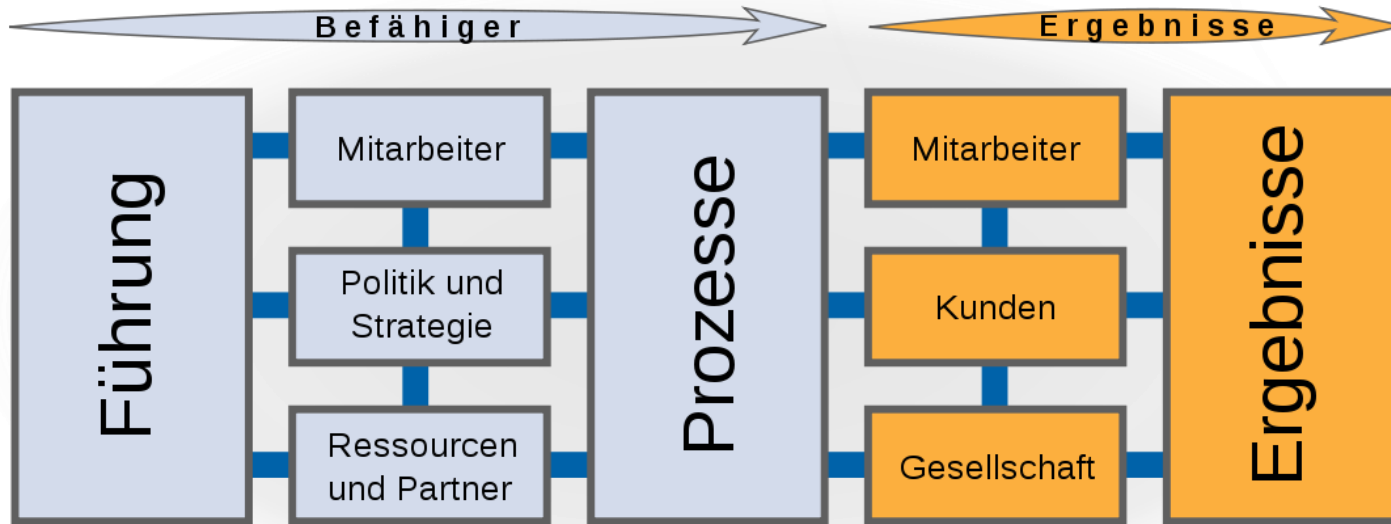


Leitlinien/-bilder, Kompetenzen, Strategie, Prozesse,
Organisationsstrukturen,
Führungsstrukturen/-grundsätze,
Kommunikationskonzepte-/-gefässe,
Architektur/Raumgestaltung



➔ QM-Modelle: z.B. EFQM, ISO

Zufriedenheitsbefragungen Steuerung mit EFQM-Modell



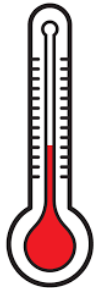
Modell zur Steuerung der ganzen Unternehmensführung

EFQM wurde 1988 von der European Foundation for Quality Management entwickelt.

Zufriedenheitsbefragungen

Ist Zufriedenheit messbar?

Wie genau kann
Zufriedenheit gemessen
werden?



Verschiedene
Messmethoden:

Interview
Fragebogen
Online-Link
Beobachtung

Zufriedenheitsbefragungen

Einfluss auf Zufriedenheitsmessung



Befragungssetting:

Methode, Fragebogen,
Schreiben, Anonymität,
Stichprobe



Institutionelle Eigenheiten

(Lage, Geschichte,
Grösse, Trägerschaft,
Konkurrenz etc.)



Zufriedenheits- messung



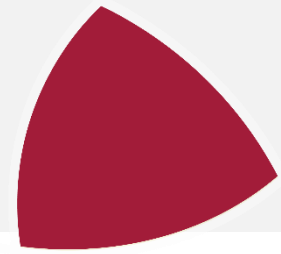
Personenmerkmale der Befragten

(Gesundheit, Leitungsfunktion,
Erwartungshaltung)



Zufriedenheitsbefragungen

Begleitfaktoren einer Messung



Eine Zufriedenheitsmessung wird von verschiedenen Begleitfaktoren beeinflusst:

- a) die ich beeinflussen kann
- b) die ich nicht beeinflussen kann

-> Wie kann ich die Aussagekraft bzw. den Nutzen einer Zufriedenheitsbefragung steigern?

Zufriedenheitsbefragungen Begleitfaktoren kontrollieren



Befragungssetting

Standardisierte Befragung:

- = gleiche Bedingungen für alle Instit. (intern/extern)
- = gleiche Anonymität für alle



Spezifische Rahmenbedingungen

Interpretation / Diskussion

- = offene Diskussion der Ergebnisse auf institutionellem Hintergrund
- = interpretierte Stärken/VP



Zufriedenheitsmessung



Personenmerkmale der Befragten

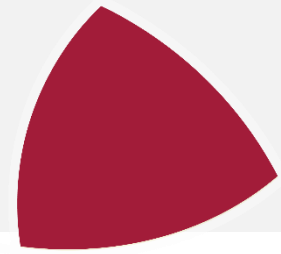
Definition/Auswertung Einschlusskriterien:

- = einheitlich, eindeutig definiert
- = Vergleichbarkeit: Soziodemografie-Auswertung



Zufriedenheitsbefragungen

Aussagekraft erhöhen

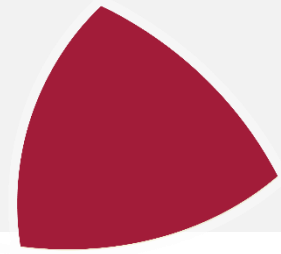


Weitere Aspekte, die Aussagekraft erhöhen können:

- Auf Fähigkeiten/Bedürfnisse ausgerichtete und validierte Messinstrumente
- Angepasster Benchmark (z.B. Institutionsgrösse, Branche)
- Spezifische Auswertungen nach wichtigen Personengruppen (z.B. Leitungsfunktion; Gesundheitsgruppen)
- Spezifische Auswertungen nach Organisationsstrukturen
- Stichprobengrösse -> Personeneigenschaften «lösen» sich auf
- Statistisches Gütemass (Vertrauensintervall)
- Externe, anonyme Befragung

Zufriedenheitsbefragungen

Herausforderungen einer Befragung



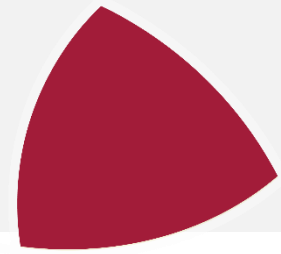
Eine «Zufriedenheitsmessung» stellt eine Herausforderung dar!

Welche Herausforderungen stellen sich aber für eine Institution, die sich «messen» möchte?

- Blick in den Spiegel → Ergebnissen «ins Gesicht schauen»
- Auf Erwartungen seitens der Befragten eingehen
-> Kommunikation der Ergebnisse
- Auf Verbesserungspotenziale reagieren können
-> z.B. finanzielle und personelle Ressourcen für Massnahmen
- Zeitfenster für Studium/Diskussion der Ergebnisse

Zufriedenheitsbefragungen

Chancen einer Befragung

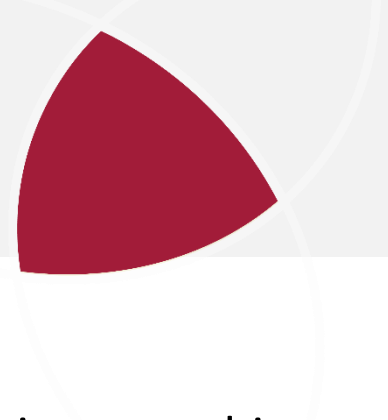


Wie kann eine Institution von einer Messung profitieren?

- Positionierung als offene, lernende Institution
- Befragung als Chance für Weiterentwicklung
- Qualitätskreislauf -> kontinuierliche Verbesserung
-> Erhöhung Attraktivität auf Kundschaft und Personal
- Gezielte Hinweise für Potenziale ermöglichen ressourcenschonende Massnahmen (kein Giesskannenprinzip)
- Nutzerbasierte Evaluation einer Massnahmen/Investition
- Ehrliche Rückmeldungen aufgrund externer/anonymer Befragung
- Vergleich mit anderen, ähnlichen Institutionen (Relativierung)
- Rechtfertigung eines Investitionsbedarfs gegenüber Trägerschaft

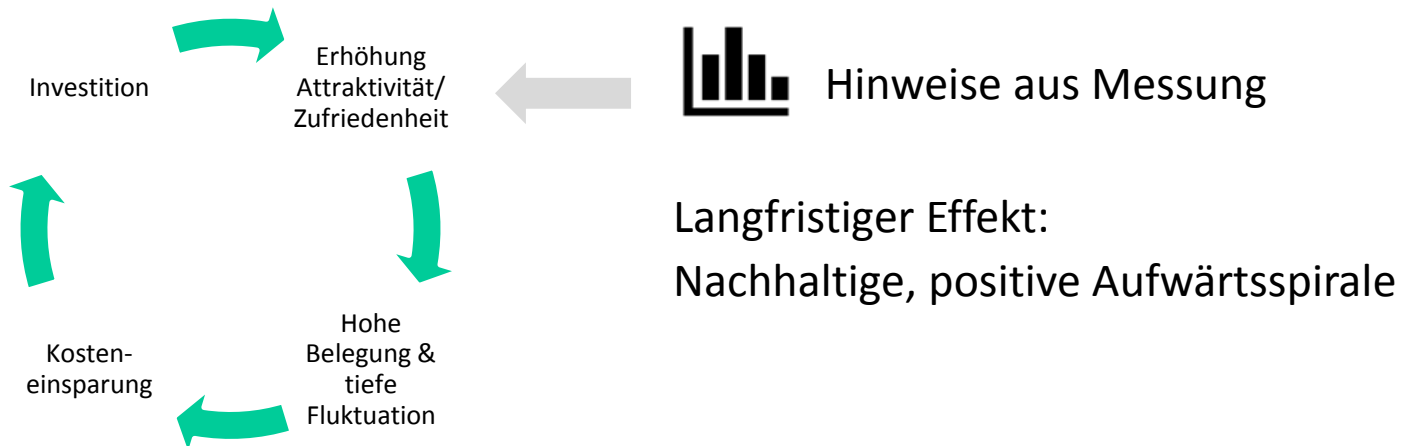
Zufriedenheitsbefragungen

Nebeneffekte durch hohe Zufriedenheit



Nebeneffekte durch hohe Zufriedenheit

- Reputation/Anziehungskraft als Arbeitgeber/Dienstleistungsanbieter
- Tiefe Fluktuation der Mitarbeitenden
- Hohe Bettenbelegung
- Kosteneinsparung -> gesunde Finanzen -> Investitionsmöglichkeit



Zufriedenheitsbefragungen

Was treibt die Zufriedenheit an?

Modell vs. Praxis?

**Wie kann ein erfolgreiches
Praxisbeispiel aussehen?**

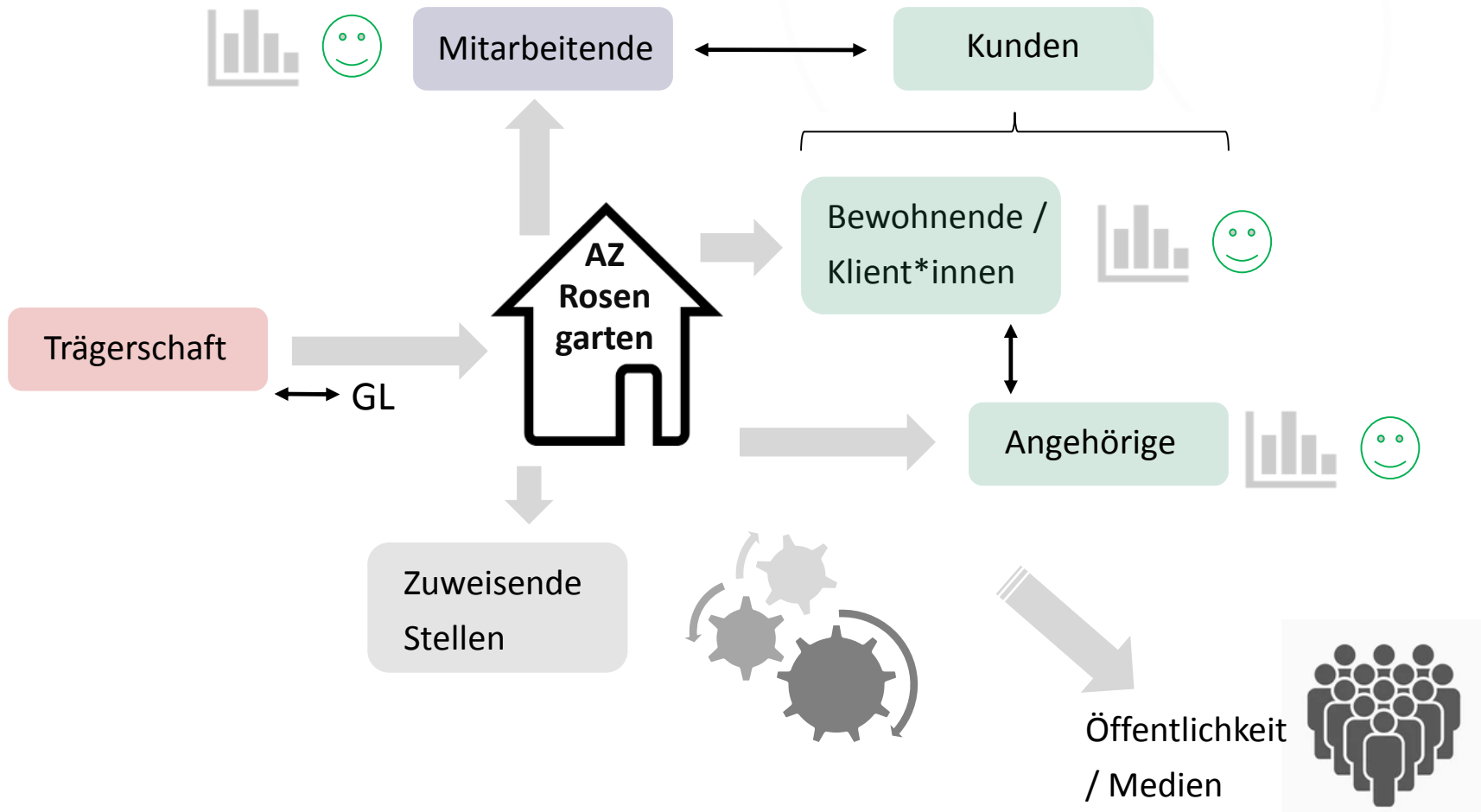
AZ Rosenberg als mögliches
Praxisbeispiel:
60-100 Betten



Strukturen
Prozesse
Ergebnisse

Quelle: Ergebnisse, Beobachtungen, Gespräche mit GL

Was treibt die Zufriedenheit an? Praxisbeispiel



Zufriedenheitsbefragungen

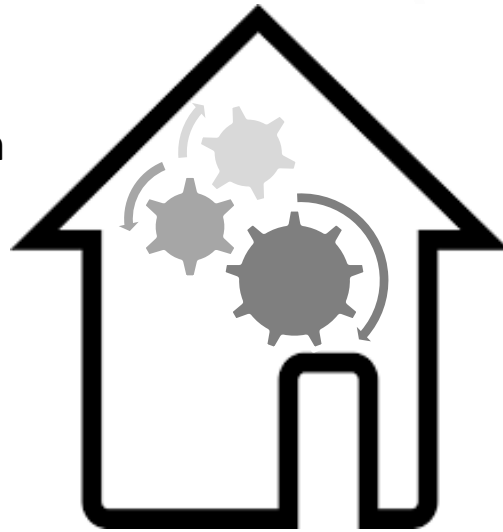
Praxisbeispiel

Stabiles, langjähriges
Verhältnis der GL zu
Trägerschaftspräsidenten

Hohe Besuchshäufigkeit
von Angehörigen

Zusammenarbeit
mit ANG wichtig

Langfristige «Kulturarbeit» (stabile Ltg.)
/Befähigung der MA



Hohe Investitionen in
Weiterbildung der MA

Seit 10 Jahren
stabile Co-GL
mit klarer Aufgabenteilung

Regelmässige ZUF-Befragungen
(BEW, ANG, MA) seit 2010

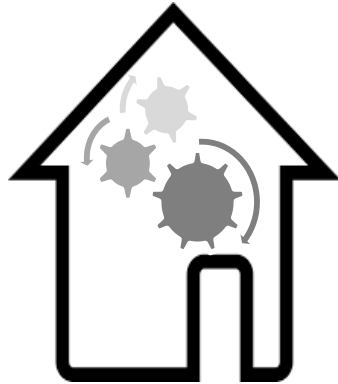
Tiefe MA-Fluktuation &
hohe Bindung an Institution

Konstant hohe Bettenbelegung
von 100%; sichere Finanzplanung

Zufriedenheitsbefragungen

Praxisbeispiel

FAZIT



Es ist ein Puzzle an Strukturen und Massnahmen, die gemeinsam die Zufriedenheit der Kunden & Mitarbeitenden in die Höhe treiben.

Der Rosengarten ist ein mögliches positives Fallbeispiel unter anderen. Es gibt nicht eine «beste Lösung».

Aus unserer Erfahrung scheint ein Puzzle-Teil besonders zentral zu sein:
Eine von der ganzen Institution (inkl. Trägerschaft) gemeinsam gelebte Haltung gegenüber Kunden und innerhalb der Institution.

Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Haben Sie Fragen?