

## Patient Centricity

# Was Schweizer Patienten vom Spital der Zukunft erwarten

Eine repräsentative Studie ermittelte die Bedürfnisse der Schweizer Spitalpatientinnen und -patienten und der Besuchenden. Das LINK Institut leitete daraus Erfolgsfaktoren für das Spital der Zukunft ab. Patient Centricity erweist sich als grosse Chance für das Schweizer Spitalwesen. – Von Stefan Reiser, Semia Braun

Im Zentrum der Bemühungen eines Spitals stehen immer besser informierte und anspruchsvolle Patientinnen und Patienten. Viele Spitäler stehen vor der Herausforderung, ihre Attraktivität steigern zu müssen. Die Orientierung an den Präferenzen von Patienten ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Doch in der Praxis werden Patienten in aller Regel nicht aktiv in die Gestaltung des Spitals der Zukunft eingebunden. Vielfach sind ihre Anforderungen gar nicht im Detail bekannt.

## Studie und Methode

Vor diesem Hintergrund hat das LINK Institut eine repräsentative Marktstudie durch-

geführt. Es wurden gut 1000 Schweizer Spitalpatienten und Besuchende zu ihren Erfahrungen und Erwartungen befragt. Ziel war es zu ermitteln, wie das Spital bzw. die Spitalimmobilie der Zukunft ihrer Meinung nach aussehen sollte. Im Ergebnis fassen die Forscher sieben Erfolgsfaktoren zusammen, die sich aus den Patientenbedürfnissen in Kombination mit den aktuellen Marktentwicklungen ergeben.

## Aussendarstellung der Zukunft

Das wichtigste Entscheidungskriterium für die Spitalwahl ist die wahrgenommene Leistungsfähigkeit eines Spitals, nicht die Nähe zum Wohnort. Bei erklärungsbedürftigen

Dienstleistungen, wie die eines Spitals, können Patienten die Qualität im Vorfeld nur schwer beurteilen und empfinden ein hohes Entscheidungsrisiko. Aus diesem Grund ziehen sie Ersatzindikatoren heran, von denen sie auf die Leistungsfähigkeit eines Spitals schliessen. Die Ergebnisse zeigen, dass sich Patienten hauptsächlich auf die Empfehlung von Ärzten verlassen. Auch die Aussenwirkung von Mitarbeitenden, der kommunikative Auftritt des Spitals und der Gesamteindruck des Gebäudes mit seiner technischen Apparateausstattung dienen als Qualitätsindikatoren. Da sich immer mehr Patienten vor ihrem Aufenthalt online informieren, gewinnt die Spitalwebsite weiter an Bedeutung. Ihre Top-Performance ist dabei nicht nur in Bezug auf klassische Leistungsindikatoren für digitales Marketing zu verstehen. Entscheidend ist die durch die Website vermittelte Fachkompetenz und Sicherheit.

Neben der Website spielt die Positionierung der Spitäler eine entscheidende Rolle. Das Spital der Zukunft, so zeigen die Studienergebnisse, muss aus Sicht der Patienten individueller und persönlicher werden. Eine unverwechselbare Spital-Identität ist gefordert, um sich z.B. von nahegelegenen Konkurrenzspitälern zu differenzieren und eine Fernwirkung zu erzeugen. Diese muss stringent und über die gesamte Patient Journey hinweg erlebbar werden, auch durch die Spitalimmobilie und das Spitalpersonal.

## Patientenbetreuung der Zukunft

Im Spannungsfeld zwischen zunehmender Digitalisierung und persönlichem Service ist es den Patienten wichtig, Sprechstunden zur Therapie und Diagnostik weiterhin persönlich wahrnehmen zu können. Der menschliche Kontakt kann hier durch Tech-

nik aus Sicht der Befragten nicht äquivalent ersetzt werden. Eine durch digitale Elemente unterstützte, persönliche Betreuung trifft auf grössere Gegenliebe, insbesondere wenn dadurch die Convenience der Patienten gefördert wird.

Das Patientenzimmer muss nicht zum 5-Sterne-Hotelzimmer werden, wenn es nach den Befragten geht. Besonders wichtig ist ihnen eine durchdachte Raumaufteilung zur Wahrung der Privatsphäre. Auf Smart Home-Features oder Hotellerie-Service kann die Schweizer Bevölkerung verzichten. Medizinische Apparate müssen nicht versteckt werden. Im Gegenteil: sichtbare Medizintechnik kann die Wahrnehmung der Fachkompetenz sogar positiv beeinflussen.

## Areal und Architektur der Zukunft

Auch wenn es um das Areal geht, zeigen sich die befragten Schweizerinnen und Schweizer genügsam. Integrationselemente, wie z.B. Freizeit- und Einkaufsmöglichkeiten, sind auf dem Spitalareal der Zukunft aus ihrer Sicht vergleichsweise unwichtig. Primär relevant sind Möglichkeiten, Besuchende auch ausserhalb des Patientenzimmers empfangen zu können. Private Bereiche im öffentlichen Raum gewinnen demnach an Bedeutung.

Im Spannungsfeld zwischen maximaler Flexibilität und Effizienz beim Spitalbau ist so viel Flexibilität wie möglich und so viel Effizienz wie nötig zu empfehlen. Nachdem neu gebaute Spitäler über mehrere Dekaden funktionieren müssen und sich die technologischen Möglichkeiten rund um das Spital sehr dynamisch entwickeln, sind flexible Anpassungsmöglichkeiten erfolgskritisch.

## Aktiver Einbezug von Patienten

Patient Centricity ist ein vielgenutztes Stichwort im Spitalwesen, aber nur wenige beziehen Patienten systematisch in die Entwicklung des Spitals der Zukunft ein. Das sind verlorene Chancen. Denn aus der Studie wird erkennbar, dass Patienten und Besuchende durchaus eine hohe Affinität mitbringen, aktiv mitzuwirken. Mit der richtigen Befragungsmethodik lassen sich Anspruchsinflation im Sinne von «alles ist wichtig» vermeiden und unbewusste Einstellungen erheben. Zukünftig erfolgreiche Spitäler nutzen Patientenfeedbacks systematisch, um sich Schritt für Schritt zu verbessern.

## Spital weiterhin ein Ort menschlicher Begegnung

Natürlich gibt es nicht das eine Spital der Zukunft – Spitalverantwortliche müssen die Bedürfnisse ihrer (potenziellen) Patientinnen und Patienten sowie Besuchenden verstehen. Für die gesamte Schweiz lässt sich zusammenfassend sagen, dass das Spital der Zukunft weder Freizeitpark, noch 5-Sterne-Hotel werden muss. Einsparungen, die dabei entstehen, können z.B. in mehr private Begegnungszonen, die Spitalwebsite oder mehr Flexibilität bei der Spitalimmobilie investiert werden. Die Digitalisierung verhilft Patienten zu mehr Selbstständigkeit und bietet Spitälern die Chance, Patienten aktiv in Planungen einzubeziehen. Trotz aller technologischer Fortschritte bleibt das Schweizer Spital der Zukunft ein Ort der menschlichen Begegnung und der persönlichen Betreuung. ■

Info: [www.link.ch/spital](http://www.link.ch/spital)



**Stefan Reiser**, Mitglied der Geschäftsleitung, LINK Institut, Zürich; [stefan.reiser@link.ch](mailto:stefan.reiser@link.ch)  
**Semia Braun**, Senior Projektleiterin, LINK Institut, Zürich; [semia.braun@link.ch](mailto:semia.braun@link.ch)

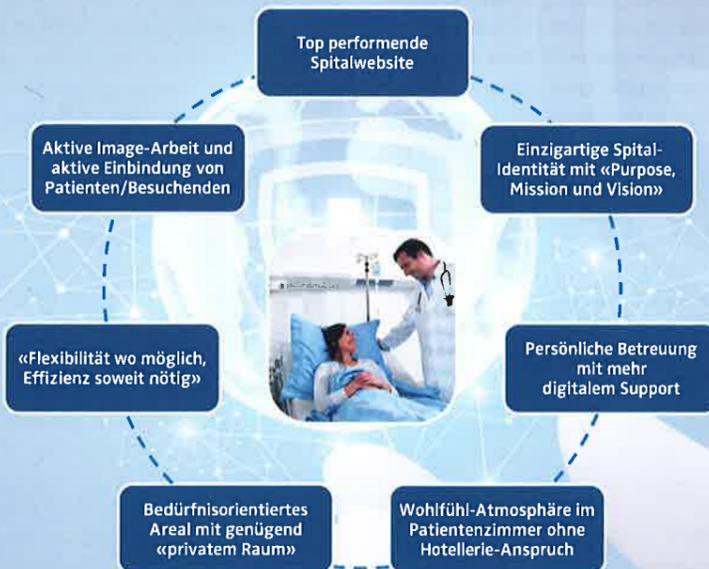
## Répondre aux attentes: un gage d'amélioration

Une étude récente a permis de cerner les besoins des patients et des visiteurs des hôpitaux suisses. L'institut LINK en a tiré une liste des facteurs de succès pour l'hôpital du futur. L'étude a montré que le critère le plus important pour le choix d'un hôpital n'était pas sa proximité mais ses performances. A ce propos, les patients se fient principalement à la recommandation de leur médecin, mais ils se basent aussi sur leurs propres indicateurs: l'image que l'hôpital et son personnel donnent à l'extérieur, l'impression générale laissée par le bâtiment et son équipement technique. Le site web de l'hôpital prend toujours plus d'importance.

Le positionnement des hôpitaux joue également un rôle capital: du point de vue des patients, l'hôpital devrait avoir sa propre identité et offrir des services plus individualisés et plus personnalisés. Si l'on en croit les personnes interrogées, les chambres n'ont pas à devenir des chambres d'hôtel 5 étoiles. L'important est de garantir l'intimité grâce à une disposition bien pensée. La technologie médicale visible pour le patient peut influencer positivement sa perception de la compétence professionnelle. Cependant, elle ne remplace pas le contact humain. Les patients plébiscitent une prise en charge personnelle, soutenue par les technologies numériques. La possibilité de recevoir des visiteurs en dehors de la chambre est aussi de première importance.

La «Patient Centricity» s'avère très pertinente et les hôpitaux performants utiliseront systématiquement les commentaires des patients pour s'améliorer en permanence. ■

## Auf dem Weg zum Spital der Zukunft – sieben Erfolgssäulen auf der Basis der Studie



Grafik: LINK Institut

## Patient Centricity – auch bei der Immobilie



### Co-Creation

Lassen Sie Patienten früh an der (Neu-)Bau-Planung aktiv teilhaben und nehmen Sie sie entlang des Prozesses mit.

### Patienten-Feedbackmanagement

Fordern Sie qualitatives Feedback ein – antworten Sie darauf – nutzen Sie es zur kontinuierlichen Verbesserung.



### Aussenwahrnehmung

Prüfen Sie selbstkritisch Ihre Aussenwahrnehmung – Prio 1: Website, Prio 2: Reputation/Marketingmassnahmen.

Grafik: LINK Institut