

QUALITÄTS- MANAGEMENT – EINE «LAUFENDE BEHANDLUNG».



NEBEN ANDEREN KLASSISCHEN WERTEN WIE «EHRlichkeit», «ZUVERLÄSSIGKEIT» UND «DISZIPLIN» ERFÄHRT AUCH «QUALITÄT» EINE RENAISSANCE IN UNSERER GESELLSCHAFT. IM SENSIBLEN GESCHÄFT MIT DER GESUNDHEIT, WO SICH MIT ZUNEHMENDEN QUALITÄTSANSPRÜCHEN AUCH DER KOSTENDRUCK STÄNDIG VERSCHÄRFT, WIRD DIE UMSETZUNG EINES UMFASSENDEN QUALITÄTSVERSTÄNDNISSES UNUMGÄNGLICH. VORBILDICHE ÄRZTE UND APOTHEKER ERARBEITEN SICH DADURCH EINE ÜBERLEGENE REPUTATION. Von Bernhard Bauhofer*

Während man früher mit «Qualität» eher die physische Beschaffenheit eines Produktes, z.B. eines Autos oder eines Kleidungsstückes, assoziierte, erhält der Begriff im Zeitalter der Serviceökonomie einen übergreifenden Stellenwert mit einer starken Erlebniskomponente. Das verlangt ein Umdenken bei immer mehr Unternehmen: «Qualität» muss im vielfältigen Kontakt des Unternehmens und seiner Mitarbeitenden mit dem Kunden generiert und erlebbar gemacht werden. Statt kurzfristig Qualitätskampagnen zu lancieren, verfolgen dabei immer mehr Unternehmen eine Qualitätsverbesserung im Sinne der japanischen «Kaizen»-Philosophie, der zufolge eine nachhaltige Qualitätsoptimierung nur in kleinen Verbesserungsschritten kontinuierlich erreicht werden kann. Für diese Unternehmen ist Qualität ein integraler Bestandteil der Unternehmenskultur. Eine Qualitätsreputation verdienen sie sich durch die laufende Einlösung des Qualitätsversprechens gegenüber ihren Stakeholdern.

Auch für Ärzte und Apotheker wird das ganzheitliche Qualitätsmanagement zur massgeblichen Erfolgsgrösse bei der nachhaltigen Kunden- bzw. Patientenbindung. Neben gesetzlichen Verordnungen eröffnen freiwillige Qualitätszertifizierungen zusätzlich Chancen zur Differenzierung gegenüber dem Wettbewerb. Neben der «Strukturqualität», welche die räumliche, maschinelle und personelle Ausstattung der Praxis oder der Apotheke beinhaltet, beschreibt die «Prozessqualität» den zielgerichteten, zeitnahen und effizienten Einsatz der strukturellen Ressourcen. Das ganzheitliche Qualitätsmanage-

ment reicht von der Rekrutierung der besten Mitarbeitenden, der innerbetrieblichen Information, Schulung und der konsequenten Weiterbildung über die Aus- und Aufrüstung der Praxis bzw. Apotheke mit Apparaten und Technologien auf den neuesten Stand bis hin zum Umgang mit den Patienten, der Therapieplanung, Behandlung, Führung und Aktualisierung der Patientenunterlagen, in der Diagnose, Befunde, Verlauf und Massnahme dokumentiert werden. Gerade im sensiblen Umgang mit

Patientendaten müssen Regelungen zum Datenschutz, der Vertraulichkeit und Datensicherheit berücksichtigt und im Unternehmen verankert werden. Weitere reputationssensible Bereiche sind neben der Sicher-

heit am Arbeitsplatz der Umweltschutz und hier z.B. die Entsorgung von kontaminiertem und infektiösem Material. Die «Ergebnisqualität» misst, in welchem Ausmass sich der ganze Aufwand auch lohnt. Schlussendlich führt die systematische Ausrichtung des Qualitätsmanagements auf die Bedürfnisse von Patienten und Mitarbeitenden zu mehr «Lebensqualität» und einem «gesunden» Betriebsklima.

In meiner nächsten Kolumne erfahren Sie mehr zum Thema «Kommunikation» und Reputation. Ich freue mich auf Ihren Kommentar: bauhofer@sparringpartners.ch ♦

* Bernhard Bauhofer ist Gründer und Managing Partner der Sparring Partners GmbH, Autor des Buchs «Reputation Management» (Orell Füssli) und Dozent an Universitäten im In- und Ausland. www.sparringpartners.ch