

„ Vor dem Versuch, Leben zu retten,
koste es, was es wolle, ist zu warnen,
da dies dazu führt, den Staat zu
ruinieren und moralische Werte zu
zerstören.“

Platon

Krankenhäuser des LBK Hamburg



Weitere Informationen unter: www.lbk-hh.de



Kunden fragen – Experten antworten

**Kundenzentrierte
Qualitätsberichterstattung
als
Marketinginstrument**

Wer sind die Kunden ?

- **Patienten**
- **Zuweiser**
- **Vertragspartner**

Was können welche Kunden aus einem Qualitätsbericht lesen ?

Wer sind die Experten ?

- **Geschäftsführung**
- **Berater**
- **Marketingfachleute**

Was ist Qualität ?

Was verstehen Sie unter Qualität ?

Qualität

**ist ein Wertungsbegriff
dem eine Sichtweise zugrunde liegt**

Qualität in der medizinischen Versorgung

„Quality of Care“ – IOM, Institute of Medicine, 1990

Versorgungsqualität ist der Grad, in welchem Gesundheitsleistungen für Einzelne oder ganze Bevölkerungen die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass angestrebte **Ergebnisse unter Anwendung des derzeitigen professionellen Wissens **erreicht werden****

Ziele und Kunden des Qualitätsberichtes

Ziele und Kunden des Qualitätsberichtes gemäß Sachverständigenrat (SVRfKAiG 2003)

- Versicherten und Patienten Informationen und **Entscheidungshilfen** im Vorfeld einer Krankenhausbehandlung bereitzustellen
- Vertragsärzten und Krankenkassen Orientierungshilfen bei der Einweisung und Weiterbetreuung der Patienten an die Hand zu geben
- Krankenhäusern die Möglichkeit zu bieten, ihre **Leistungen** nach Art, Anzahl und Qualität nach außen **transparent** und sichtbar **darzustellen**

Was ist Marketing ?

Marke Brockhaus

- **kommt aus dem Französischen (marque= Zeichen), Merkmal zum Erkennen, Wiedererkennen und Unterscheiden oder zur Orientierung, auch Kennzeichnung von Gegenständen, um ihre Zugehörigkeit oder ihren Ursprung erkennbar zu machen.**

**Was spricht
aus Sicht des Verbrauchers
für die Marke ?**

Was spricht aus Sicht des Verbrauchers für die Marke ?

- **Wiedererkennbarkeit und Vertrautheit**
- **Qualitätsgarantie**
- **Innovationen**
- **Breite Verfügbarkeit**
- **Kontinuität und Anpassungsfähigkeit**
- **Vielfalt**

Eine Marke erfüllt drei Grundfunktionen Industriesicht

- **Ideeller Nutzen**
Marken können einen ideellen Nutzen stiften
Selbstverwirklichung ; Selbstdarstellung ; Identifikation
- **Informationseffizienz**
Erleichterung der Informationsaufnahme
Herkunft ; Orientierung ; Interpretation ; Wiedererkennung
- **Risikoreduktion**
Reduzieren des Risiko falsche Entscheidungen zu treffen
Sicherheit ; Kontinuität ; Vertrauen

Beispiel einer Marke



ALDI:

„Die Magie des Billigen“*

oder:

**„Je schlechter es den Leuten geht,
desto besser geht es ALDI“* ?**

oder:

**je mehr darüber soviel "Gutes" schreiben,
reden, berichten, desto mehr glauben daran
Mundpropaganda war schon immer sehr effizient!**

* Quelle: STERN Ausgabe 49/2002

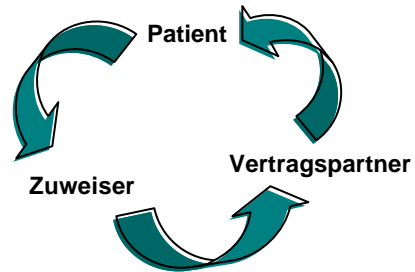
Kunden sind Entscheider über

Produkt- und

Servicequalität

Divergierende Erwartungen der Kunden Patienten – Zuweiser – Vertragspartner

- **Patienten**
 - Fachliche und persönliche Kompetenz
 - Behandlungstransparenz
 - Patientenorientierte Servicezeiten
- **Zuweiser**
 - Kooperation
 - Fachliche Kompetenz
 - Kundenbindung
- **Vertragspartner**
 - Wirtschaftlichkeit
 - Qualität
 - Transparenz



nach Seidel-Kwem

Vom Kunden her denken !

Vom Kunden her denken !

Marktforschung

- **Wie werden wir vom Markt gesehen?**
 - Positionsbestimmung – wo stehen wir?

- **Welche Krankenhäuser, welche Dienstleister?**
 - Mitbewerberstatus

- **Wer sind unsere „Hauptkunden“? Woher kommen sie?**
 - Kundenstatus

Vom Kunden her denken !

Produktmarketing

Welche Produkte werden angeboten?

- **Konsolidierung**
- **Wachstumsbereiche**
- **Vorhandene Angebote**
- **Mitbewerber**
- **Standortanalyse**
- **Entwicklungschancen**
- ...

Vom Kunden her denken ! Produktmarketing

Kundenorientierte Prozesse

- Aufnahmemanagement
- Patientendokumentation
- GBA / Entlassungsmanagement
- Ambulante Prozesse
- ...

Vom Kunden her denken ! Produktmarketing

Kundennahe Organisationsstruktur

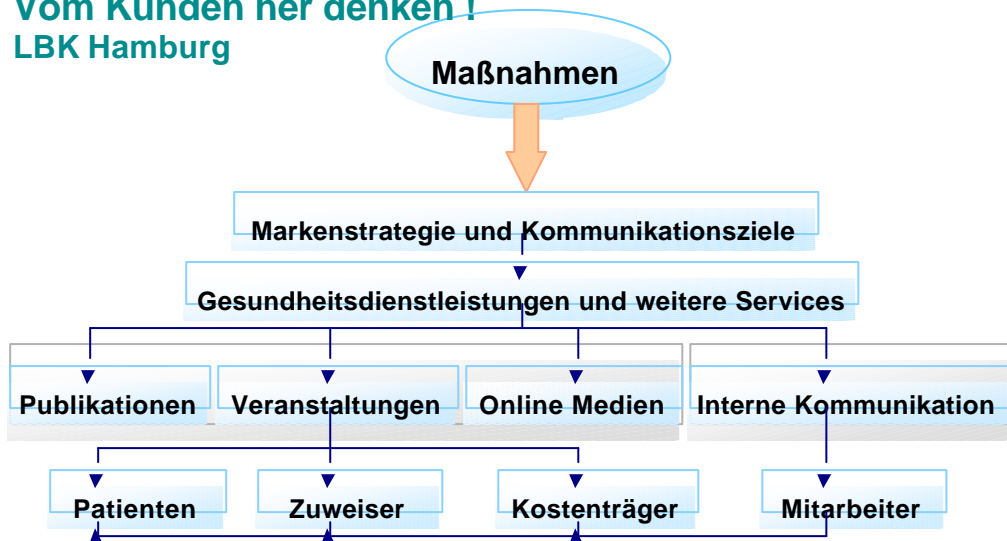
- Morbidität und Motilität
- Standortangepasste Produkte
- Schlanke Hierarchien
- ...

Vom Kunden her denken ! Produktmarketing

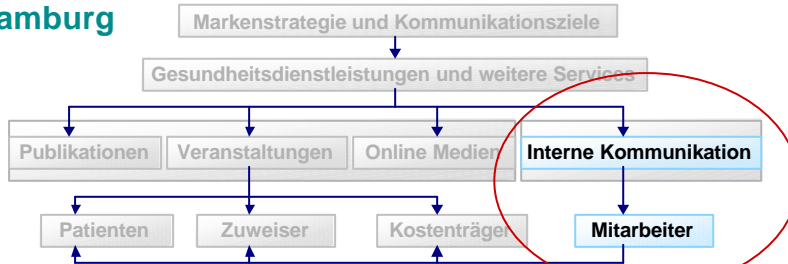
Erlös - / Kostenrelation

- Ziele formulieren
- Kostentransparenz
- Kostendisziplin
- Produktverträge / Strukturverträge
- ...

Vom Kunden her denken ! LBK Hamburg



Vom Kunden her denken ! LBK Hamburg



LBK Hamburg-weites einheitliches Marketingverständnis durch:

- Direkte Kommunikation
- Print- und Onlinemedien
- Veranstaltungen
- Standards

Quelle: Ludwig / Marschke

§ 137 Abs 1 Satz 3 Nr.6

Reklamiert Qualitätsinformation
als Recht der Öffentlichkeit

Kostenträger werden und müssen auf Basis der Berichte

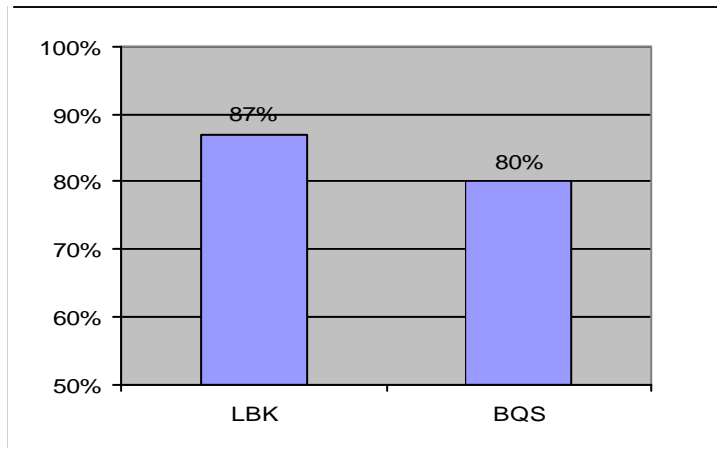
- 1. Qualitätsmerkmale vergleichen**
- 2. Über Qualitätsmerkmale informieren**
- 3. Empfehlungen aussprechen**

Welche Daten sind im Sinne eines Marketinginstrumentes zu verwenden ?

Ergebnisorientierte Steuerungskennzahlen aus anonymisierten EQS-Daten



Übereinstimmung von klinischen Zeichen und histologischem Befund bei der Appendektomie



E. Zukunft



Leistungs- und Qualitätsbericht 2002



5 Ergebnisse der externen Qualitätssicherung

5.3.5 Ergebnisse der externen Qualitätssicherung der LBK Hamburg Gruppe des Jahres 2002 (LBK) im Vergleich mit Daten der Bundesstelle für Qualitätssicherung des Jahres 2001 (BQS)

Vergleichen wurden Qualitätsparameter aus der Gebieten Bauch- und Unterdarmer Chirurgie. Dabei wurde darauf geachtet, daß pro Item ausreichende Fallzahlen zur Verfügung standen.

1. Übereinstimmung von klinischen Zeichen und histologischen Befund bei der Appendektomie

In der LBK Konzernkassen wird eine 87%ige Übereinstimmung zwischen klinischen Bild und histologischem Befund bei der Appendektomie erreicht. Angestrebt und erreicht wird in Durchschnitt das bundesweite Niveau einer 80%igen Übereinstimmung.

2. Untergeräte (Gewebe) bei der laparoskopischen Cholezystektomie

Bei der laparoskopischen Cholezystektomie liegt der LBK-Hamburg mit 1,5 % Gesamtuntergeräten unter dem bundesweiten Niveau.

3. Problemraten bei Coarctation-Endprothetik

Die Rate der Problemraten einer Hüftendprothesen-Operation bei Coarctation in LBK-Hamburg ist mit dem Bundesdurchschnitt vergleichbar, obwohl die Durchschnittswerte der LBK-Patienten höher ist (siehe auch Leistungen MDCCC).

4. Häufigkeit der Reintervention bei Coarctation-Endprothetik

Die Häufigkeit einer Reintervention liegt in LBK-Hamburg nach einer Hüftendprothesen-Operation bei Coarctation an die Hälfte niedriger als im Bundesdurchschnitt.

5. Implantatentfernung nach operativer Behandlung einer Schenkelhalsfraktur

Die Implantatentfernung nach operativer Behandlung einer Schenkelhalsfraktur ist in LBK-Hamburg nicht höher als im Bundesdurchschnitt, obwohl das Durchschnittswerte der LBK-Patienten deutlich höher ist (siehe auch Leistungen MDCCC).

Zusammenfassung der EQS-Ergebnisse des LBK Hamburg

Der LBK Hamburg veröffentlicht erstmals detaillierte Ergebnisse der externen Qualitätssicherung (EQS) und zeigt, dass diese vergleichbar oder besser sind als die von der Bundesgesundheitsstelle (BQS) veröffentlichten Ergebnisse aus Bundesweiten 2001.



Ergebnisorientierte Steuerungskennzahlen aus DRG-Daten



Mortalität bei Schenkelhalsfrakturen

(Patienten > 64 Jahre)

Datenstand: 2002

Vollstationäre Patienten ohne Psychiatrie

■ Fallzahl ■ Mortalität

*Goldacre MJ, Roberts SE, Yeates D.

Mortality after admission to hospital with fractured neck of femur: database study of 8148 cases >64 yrs.

BMJ 2002; 325:868:869

E. Zukunft

Ergebnisorientierte Steuerungskennzahlen Prozessziele der KLINOVA-Programme



- präoperative Verweildauer
- vollstationäre Verweildauer
- OP-Auslastung
- Anzahl abgesetzter elektiver Operationen
- Wartezeiten in Funktionsbereichen
- Anzahl nach GBA behandelter Patienten
- Anzahl ungeplanter Wiederaufnahmen
- Anzahl Patienten mit > 4 Std.- Aufenthalt in der ZNA
- Verlegung aus Kurzzeittherapiestationen

Ergebnisorientierte Steuerungskennzahlen

weitere ausgewählte Beispiele



- Mortalität unter Mindestmengenregelung:
- Mortalität bei Tracer-Diagnosen im Vergleich zum Bundesschnitt
- Mortalität bei Modulen der externen Qualitätssicherung (BQS)
- Anzahl A-DRG (Pneumonie bei beatmeten Patienten)
- Anzahl Patienten mit > 4 Std.- Aufenthalt in der ZNA
- vermeidbare unerwünschte Ereignisse

Ergebnisorientierte Steuerungskennzahlen

Hauptdiagnose bei Komplikationen



- T84.0 Mechanische Komplikation durch eine Gelenkendoprothese
- T81.0 Blutung und Hämatom als Komplikation eines Eingriffes
- T81.4 Infektion nach einem Eingriff
- T82.1 Mechanische Komplikation durch ein kardiales elektronisches Gerät
- T88.7 Unerwünschte Nebenwirkung eines Arzneimittels oder einer Droge
- Sonstige Komplikationen

Werben mit Qualität

usnews.com [Subscribe Now](#) | [Free Newsletters](#) | [Log In](#) Search

if you are **fighting cancer**

Best Hospitals

America's Best Hospitals 2003
If you're looking for the best in medical care, check out the 14th annual edition of "America's Best Hospitals." We rank 203 top medical centers in 17 specialties.
• View the U.S. News [Honor Roll](#)



- [Cancer](#)
- [Digestive Disorders](#)
- [Ear, Nose & Throat](#)
- [Eyes](#)
- [Geriatrics](#)
- [Gynecology](#)
- [Heart and Heart Surgery](#)
- [Hormonal Disorders](#)
- [Kidney Disease](#)
- [Neurology and Neurosurgery](#)
- [Orthopedics](#)
- [Pediatrics](#)
- [Psychiatry](#)
- [Rehabilitation](#)
- [Respiratory Disorders](#)
- [Rheumatology](#)
- [Urology](#)

Articles

- [Jessica's story](#)

Tools

- [Advanced search](#)

nach Sens 11.2003

if you are **fighting cancer**



> This Week's Issue

- Rankings & Guides
- Money & Business
- Education
- Health
- Best Hospitals
- Hospital Directory
- Children's Health
- Men's Health
- Women's Health
- Health after 50
- Heart Disease
- Wellness
- Columnists
- Technology
- Washington Whispers
- Work & Career
- News Briefings

Best Hospitals

Rankings Index • Heart Care • Best Hospitals

HEART AND HEART SURGERY

Less-invasive procedures are gradually replacing major surgery

Rank	Hospital	U.S. News Index	Reputational score	Mortality rate	Discharges	R.N.'s to beds	Technology services (of 8)	Trans catheter	Hospice/palliative care
1	Cleveland Clinic	100.0	73.2 %	0.58	13,824	2.12	9.0	No	H, P
2	Mayo Clinic, Rochester, Minn.	82.0	58.2 %	0.64	15,728	1.31	8.0	No	H, P
3	Brigham and Women's Hospital, Boston	61.7	32.4 %	0.61	7,504	1.64	8.5	Yes	H, P
4	Duke University Medical Center, Durham, N.C.	51.5	34.8 %	0.64	10,539	2.55	8.0	Yes	H, P
5	Massachusetts General Hospital, Boston	49.3	31.3 %	0.76	10,583	1.82	8.0	Yes	H, P
6	Georgetown Hospital, Baltimore	38.6	31.4 %	0.79	6,163	1.79	9.0	Yes	H, P
7	Emory University Hospital, Atlanta	42.0	16.9 %	0.62	7,302	1.43	8.0	No	P
8	Texas Heart Institute at St. Luke's Episcopal Hospital, Houston	40.2	13.7 %	0.60	10,425	1.39	8.0	No	H, P
9	Stanford Hospital and Clinics, Stanford, Calif.	37.9	18.3 %	0.91	4,517	1.50	7.6	No	H
10	Baylor-Jewish Hospital, St. Louis	37.2	8.9 %	0.81	11,127	---	---	---	---
11	New York Presbyterian Hospital	36.2	11.8 %	1.00	13,700	---	---	---	---
12	UCLA Medical Center, Los Angeles	35.0	8.1 %	0.82	4,045	1.94	9.0	Yes	H, P

nach Sens 11.2003

**"Wenn die Welt anders sein soll,
müssen wir anders sein."**

Mahatma Gandhi