

# Das Zwillingsspaar

## Marketing und Qualität gehören untrennbar zusammen. Aber wie!?

Von Sabine Loh

Die klassische Definition von „Medizinische Qualität“ umfasst drei wesentliche Dimensionen. **Erste Dimension:** Medizinische Qualität kann im Sinne von Strukturqualität aufgefasst werden. Dann geht es darum, welche Ressourcen eine Klinik oder medizinische Abteilung vorhält. Gibt es im Bereich der

schrieben, um im Alltag auch nachvollziehbar so umgesetzt werden zu können.

**Dritte Qualitätsdimension:** Sie ist diejenige, die die Patientinnen und Patienten, aber auch Zuweisenden am meisten interessiert: Die Ergebnisqualität der Diagnostik und Therapie. Hier geht es um die Anzahl gleicher Versorgungsfälle („volume outcome relation“), aber auch um Komplikationen und deren Häufigkeit, Verweildauern, postoperative Aufenthalte auf der Intensivstation und dergleichen mehr.

### Wie übersetzt man Qualitätskriterien ins Klinikmarketing?

Was hat das Ganze nun mit Marketing zu tun? Ganz einfach: Wenn man Strukturen etabliert hat, beispielsweise besondere Großgeräte oder gleich mehrere anerkannte Spezialistinnen und Spezialisten für eine bestimmte Erkrankungsart in der Klinik vorfindet, ist das für die Außendarstellung sehr relevant. Über redaktionelle Beiträge in Funk, Fernsehen oder auch Tageszeitungen lassen sich Qualitätsthemen bildlich und inhaltlich darstellen.

Gute oder exzellente Prozessqualität lässt sich transportieren, indem Patientinnen und Patienten befragt werden: Wie haben Sie Ihre Aufnahme in unserem Krankenhaus erlebt? Wie sind Sie mit den Begebenheiten auf der Station vertraut? Wie haben Sie die Versorgung in unserer Röntgenabteilung oder Endoskopie wahrgenommen? Wurden Ihre Speisen- und Getränkevorlieben erfüllt? Fühlten Sie sich gut aufgehoben? Die Antworten auf diese Fragen geben einerseits Aufschluss über die erlebte Prozessqualität auf Seiten der Patienten. Andererseits zeigt sich die Klinik organisationsouverän und zugleich offen für Anregungen und Kritik, was nicht nur dem Image guttut, sondern auch den Patienten und Mitarbeitenden.

### Zufriedenheitsbekundungen öffentlich zeigen

Die Ergebnisse dieser Zufriedenheitsbefragungen eignen sich zur Veröffentlichung auf der Homepage: Landingpage Header, Patienten-Besucher-Rubriken und auf den jeweiligen Unterseiten der einzelnen Fachkliniken und Institute. Am interessantesten für Patientinnen und Patienten und Zuweisende ist schließlich die Ergebnisqualität. Diese für Patienten griffig zu präsentieren, ist schwierig, da sie oft durch fachliche Kriterien und viele Zahlen bestimmt wird, die ein Laie nicht ohne weiteres versteht. Doch eine Zahl kennen viele Patienten mittlerweile und setzen sie in Zusammenhang mit dem Renommee des Hauses: die Fallzahl. Die Aussage dahinter ist schlicht. Wenn in einer Klinik pro Jahr 5.000 Untersuchungen oder Eingriffe einer bestimmten Art durchgeführt werden, so wird man dort in der Regel eine größere Expertise antreffen als in einer Klinik, wo es jährlich nur 1.500 Fälle sind.

### Fazit

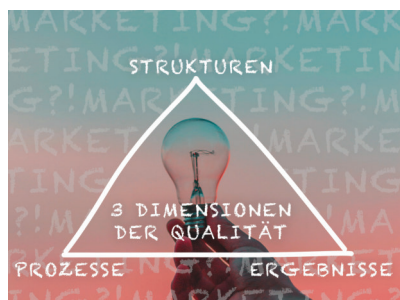
Um die Qualität einer Klinik marketingstrategisch aufzugreifen, ist es entscheidend, sich mit den objektiven Qualitätskriterien und Alleinstellungsmerkmalen auseinanderzusetzen, um diese zielgruppenspezifisch zu vermitteln. Warum also nicht zu Beginn des Jahres auf die Kolleginnen und Kollegen des Qualitätsmanagements zugehen? Sicher nicht nur aus strategischer Sicht eine gute Idee. In diesem Sinne: ein frohes und erfolgreiches neues Jahr 2024! ■

*Medizinexpertinnen und Experten wünschen sich, dass die herausragende Qualität, die sie mit ihrer Patientenversorgung erzielen, erfolgreich nach außen kommuniziert wird. Doch wie kann das gehen? Qualität in der Medizin ist ein voraussetzungsreiches und manchmal auch sperriges Thema. Es sei denn, wir im Marketing nähern uns diesem konkret an und vermitteln dann anschaulich. Was bedeutet also Qualität im Krankenhaus?*

**Keywords:** Marketing, Qualitätsmanagement, Kommunikation

Diagnostik eine herausragende Bildung, kann man zum Beispiel auf hochspezialisierte Labor- und Pathologieleistungen zurückgreifen? Zur Strukturqualität zählt aber auch, wie viele Stations-, Funktions- und Ambulanzbereiche mit welcher Personalausstattung die Klinik hat.

**Zweite Dimension:** Von der Strukturqualität unterschieden wird die Prozessqualität. Die Leitfrage lautet: Wie gut sind die Abläufe der Versorgung, vor und bei der Aufnahme, während des Aufenthaltes, bei Entlassung und darüber hinaus. Das heißt, die Arbeitsschritte werden ausdrücklich in Form von Prozessanweisungen niederge-



**Sabine Loh**  
Gesamtleitung  
Unternehmenskommunikation, ÖA und  
Marketing  
Brand & Media Management  
Universitätsmedizin Mannheim & Akademie  
Gründerin von create for care  
Agentur für Gesundheitsmanagement