

# THE SECRET PATIENT

**-Mystery Shopping bei Akteuren im Gesundheitsmarkt-**

**Dr. med. Rainer Jund, MSc.**

*<http://www.secret-patient.com>*

## **Executive Summary**

In vielen Unternehmen wird permanent daran gearbeitet, fehleranfällige Prozesse zu erkennen, die Beratung zu optimieren, den richtigen Umgang mit schwierigen Fragestellungen und Kunden zu erlernen. Beim „**Mystery Shopping**“ wird dieses Wissen abgerufen. Dieses Prinzip, das eine **ganz unmittelbare Überprüfung von Qualität auf der Kundenseite** erlaubt, wird von „Secret Patient“ auf den Medizinsektor übertragen.

Ein Testpatient kommt in eine Praxis oder eine Klinik. Er tritt als normaler Patient auf und es entsteht eine Situation wie sie die Mitarbeiter in Praxen oder Kliniken tagtäglich erleben.

Mit einem **entscheidenden Unterschied**: der Patient ist keiner, sondern ein geschulter, in Qualitätsfragen ausgebildeter Mediziner, der die fachlichen Zusammenhänge auf Augenhöhe nachvollziehen kann.

Keiner in der Praxis weiß, dass er ein „Secret Patient“ ist. Es wird eine Überprüfung von Qualitätsdimensionen auf eine einzigartige Art und Weise möglich: **aus der Sicht eines Betroffenen.**

Die Praxis bekommt danach in einer gemeinsamen Sitzung ein **feedback**; zudem eine **unmittelbar umsetzbare Auswertung** der Beobachtung nach Qualitätskriterien. Ein **Benchmarking** in besonderer Perspektive wird möglich, **Lernprozesse** angestoßen.

## PROJEKTDESCHEIBUNG

### Der Träger

**Secret Patient (SP)** ist eine **unabhängige Geschäftsidee** mehrerer Ärzte mit einem besonderen Interesse an Qualität, sowie **Partnern** aus der Betriebswirtschaft, dem Medizinrecht und einer Steuerkanzlei. Der Sitz ist in München. SP kooperiert zudem auf wissenschaftlicher Ebene mit einer Abteilung für Marktforschung bei einem bayrischen Automobilhersteller.

Es werden weitere Partnerschaften mit Akteuren aus der Qualitätssicherung, der ärztlichen und betriebswirtschaftlichen Führung sowie von Selbsthilfegruppen und Patientenvereinigungen diskutiert.

Durch diese Kooperationen sowie eine ständige Aktualisierung des internen know-hows im fachlichen, kommunikativen und Managementsektor stellt SP sicher, dass seine Mystery Shopper immer **auf dem neuesten Stand der tatsächlichen Bedarfs- und Erwartungsperspektive im deutschen Gesundheitssystem** sind. SP kann jederzeit auf einen Pool an Zweitmeinungsanbietern zurück greifen.

Das **Angebot** von SP umfasst dabei eine Begehung aller Stellen und Prozesse einer Wertschöpfungskette einer Praxis oder Klinik. Vom Parkplatz, über die Telefonzentrale, das Chefarztsekretariat oder den Warteraum: **SP geht hin. Schaut hin.** Eröffnet eine neue Perspektive. Spricht mit Ärzten, Behandlern, Personal. Beschwerst sich und wird schwierig. Evaluiert und analysiert. SP ermöglicht eine Stratifikation von Schwachstellen im Unternehmen.

Aus der wichtigsten **Sicht: der des Patienten.**

### Warum SP?

Die gängigen Verfahren zur Darstellung von Qualität im Gesundheitssystem überprüfen vor allem eines: die Managementqualität. Die expliziten und impliziten Bedürfnisse von Patienten, letztlich von uns allen, stehen **nicht direkt** im Fokus dieser Systeme. Die direkt erlebte Qualität ist aber die maßgebliche: ob ein Patient das Entree einer Klinik

orientierungsfördernd erlebt oder als Ausdruck der Selbstdarstellung der Klinikleitung kann ein wichtiger Faktor sein. Besonders auf solche **Intangibles** legt SP großen Wert.

Denn die würden sonst nie dem Betreiber klar werden.

### **Wie macht das SP?**

Ein Secret Patient ist ein **Testkäufer**; ein Kunde und Patient, der die Klinik unvoreingenommen bewertet. Die Fehler, die bei den Testkäufern unterlaufen, wären sonst bei normalen Patienten geschehen. Durch das Mystery Shopping können Mängel erkannt und abgestellt werden, **bevor** sie fehlerrelevant oder reputationsschädigend werden können.

Bevor sie den richtigen Patienten unnötig warten lassen, ärgern oder schädigen. Dazu ist ein **unangemeldeter Lokaltermin** notwendig, denn das Personal oder die Leitung darf gerade nicht wissen, wann der Secret Patient kommt.

In einem systematischen Review werden die Beobachtungen in einem ersten Schritt deskriptiv präsentiert. Anschließend werden direkt Schwächen und Mängel angesprochen. Dies in einer Form, die nicht als Provokation verstanden wird, sondern als **wertvolle Qualitätsprüfung**. Verglichen mit Zahlen und Beobachtungen aus anderen Praxen und Kliniken kann ein Benchmarking durchgeführt werden. Dem Personal erlaubt dies eine **intime Reflexion** ihrer Außenwirkung, stimuliert den Lernprozess und motiviert zur Verbesserung. Insbesondere, wenn ein erneuter, unerwarteter Secret Patient irgendwann ins Haus kommt.

### **Hat SP auch ökonomische Effekte?**

Eine Verbesserung der unmittelbaren Qualität am Kunden hat enorme Wettbewerbsvorteile. SP ist gelebtes kreatives **Reputationsmanagement**. In den Zeiten zunehmender Ökonomisierung und Standardisierung wird eine der entscheidenden Größen das **Vertrauen** des Patienten in die Institution sein: erfahrbar auf dem Weg dahin ist dies nur durch Mystery Shopping. Der Perspektivwechsel zwingt **ungeahnte Effizienzgrößen** ans Tageslicht, die im konventionellen Bewertungssystem nicht erkennbar sind.

## **Wesen der Ergebnisverbesserung und Innovationscharakter**

SP ist somit ein **Anbieter einer Kundenperspektive**, die ganz besondere Einblicke in die Prozesse einer Klinik oder Praxis erlaubt

Innovationen in der Medizin und die Verbesserung der Ergebnisqualität müssen für den Kunden erfahrbar sein. SP hat dabei den Charakter eines

### **Marktforschungsinstrumentes.**

#### **SP schafft Werte für den Patienten:**

- Erkennung von Schwächen und Mängeln bevor Patienten betroffen sind
- Direkte Einbeziehung der Perspektive von Selbsthilfegruppen, Patientenvereinigungen und von erfahrenen Ärzten
- Stärkung des patientenorientierten Kommunikationsverhaltens von Mitarbeitern und Institutionen
- Transparenz von Leistungsangeboten
- Kürzere Liegezeiten bis hin zur ambulanten Versorgung
- Verbesserung der Servicequalität

#### **SP schafft Werte für den Betreiber:**

- Neue Qualitätsperspektive mit unmittelbarem Nutzen
- Motivation des Personals
- Vermeidung von Risiken
- Reputationsstärkung
- Benchmarking möglich
- Optimierung von Prozessen und Effizienzsteigerung

#### **SP schafft Werte für Ärzte und Mitarbeiter:**

- Direkte Umsetzbarkeit von Verbesserungen
- Erlebte, sinnhafte Qualität mit Spaß
- Beschäftigung mit dem Wichtigsten: Patienten zu helfen
- Besser werden durch Beratung von außen, genau da, wo sie Ärzte brauchen.

***Secret Patient – gönnen Sie sich eine andere Perspektive.***