



PATIENT CENTRICITY: WAS SCHWEIZER PATIENTEN VOM SPITAL DER ZUKUNFT ERWARTEN

- Repräsentativstudie untersucht Bedürfnisse Schweizer Spital-Patienten und -Besucher
- Sieben Erfolgsfaktoren für das Spital der Zukunft
- Patient Centricity als Chance für das Schweizer Spitalwesen

I. HINTERGRUND

Im Zentrum der Bemühungen um ein modernes, verbessertes Schweizer Gesundheitswesen steht der immer besser informierte und anspruchsvolle Patient. Die freie Spitalwahl ist zwar im Krankenversicherungsgesetz verankert, jedoch hat die Mehrheit in der Bevölkerung on top eine Zusatzversicherung dafür. Der Spital-Standort tritt als Entscheidungskriterium zunehmend zurück. Viele Spitäler stehen vor der Herausforderung, ihre Bekanntheit und Attraktivität bei selbstbestimmten Schweizer Patienten und unter anhaltendem Kosten- und Ertragsdruck steigern zu müssen. So ist die **Orientierung an den Bedürfnissen und Präferenzen von Patienten** ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Doch in praxi werden Patienten in aller Regel nicht aktiv in die Gestaltung der Spitalimmobilie bzw. des Spitals der Zukunft eingebunden. Vielfach sind ihre Anforderungen und Bedürfnisse gar nicht im Detail bekannt.

II. STUDIE UND METHODE

Vor diesem Hintergrund hat das LINK Institut anlässlich des 12. Immo-Healthcare-Kongresses (<https://www.immohealthcare.com>; 15.-16. September 2020), der jährlich das Spitalwesen und die Real-Estate-Branche zusammenbringt, eine repräsentative Marktstudie durchgeführt. Es wurden **gut 1'000 Schweizer Spital-Patienten und -Besucher** zu ihren Erfahrungen und Erwartungen befragt. Ziel war es zu ermitteln, wie das Spital bzw. die Spitalimmobilie der Zukunft ihrer Meinung nach aussehen sollte. Um eine Anspruchsinfation zu vermeiden, setzte das LINK Institut Trade-Off Verfahren und implizite Tests ein. Auf deren Grundlage wurden die Befragten zu einer Priorisierung unter verschiedenen Leistungselementen gezwungen bzw. ihre spontane, unbewusste Wahrnehmung wurde bei der Analyse berücksichtigt. Im Ergebnis haben wir **sieben Erfolgsfaktoren** ermittelt, die sich aus den Patientenbedürfnissen in Kombination mit den aktuellen Marktentwicklungen ergeben.



Abbildungen: Impressionen vom 12. Immo-Healthcare-Kongress, veranstaltet von Euroforum/Verlagsgruppe Handelsblatt.

III. 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, kann die Qualität auch aufgrund ihrer Immaterialität im Vorfeld nur schwer beurteilt werden und es wird ein hohes Entscheidungsrisiko empfunden. Aus diesem Grund ziehen Patienten Schlüsselinformationen und 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 Mitarbeitern, der kommunikative Auftritt des Spitals und der Gesamteindruck des Gebäudes mit seiner technischen Apparateausstattung dienen als Qualitätsindikatoren. Da ein Spital vor dem eigentlichen Aufenthalt nur selten physisch besucht wird, sich aber immer mehr Patienten vorab online im Detail informieren, gewinnt die **Spital-Website** weiter an Bedeutung. Ihre Top-Performance ist das Fundament für eine erfolgreiche Digital-Zukunft. „Top-Performance“ ist dabei nicht nur in Bezug auf klassische Digital Marketing-KPI's zu verstehen wie Anzahl Website-Besucher, Verweildauer oder Suchmaschinenperformance. In der emotional schwierigen Situation, in der sich viele Patienten und Besucher befinden, ist die durch sie vermittelte Fachkompetenz und Sicherheit entscheidend. Dafür wiederum muss die Website in punkto Übersichtlichkeit und Navigation, wahrgenommener Inhalte sowie Bild- und Farbgestaltung überdurchschnittlich gut funktionieren.

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. Sie möchten verstehen, in welchem Spital genau sie sind bzw. was das jeweilige Spital auszeichnet. In diesem Zusammenhang ist also eine möglichst einzigartige und unverwechselbare Spital-Identität gefordert, um sich z.B. von nahegelegenen Wettbewerbs-Spitälern zu differenzieren und auch eine Fernwirkung zu erzeugen. Diese muss stringent und über die gesamte Patient Journey hinweg erlebbar werden, angefangen bei Website und Öffentlichkeitsarbeit über den Aufenthalt hin bis zur Nachbetreuung. Die Spitalimmobilie sollte diese Identität also auch reflektieren, ebenso wie das Spital-Personal im Patientenkontakt.

IV. PATIENTENBETREUUNG DER ZUKUNFT

Im Spannungsfeld zwischen zunehmender Digitalisierung der Patientenbetreuung und persönlichem Service in Wohlfühlumgebung ist es den Patienten wichtig, Sprechstunden und Beratung weiterhin persönlich wahrnehmen zu können. Der menschliche Kontakt, die zur Genesung beitragende Berührung, kann durch Maschinen und Technik aus Sicht der Befragten nicht äquivalent ersetzt werden. Interessanterweise ticken auch jüngere Zielgruppen wie die Digital Natives auf diese Weise. Eine **durch digitale Elemente unterstützte, persönliche Betreuung** trifft auf grössere Gegenliebe, insbesondere wenn dadurch die Selbständigkeit und Convenience der Patienten gefördert wird. Apps, über die Krankenakten oder Gesundheits-Werte abgerufen werden oder Erinnerungen an Medikamenteneinnahmen erfolgen, kann sich immerhin jeweils rund jeder zweite Schweizer gut vorstellen.

Das **Patientenzimmer**, als besonders sensibler Ort für Patienten im Spital, muss nicht zum Fünf-Sterne-Wellness-Hotel werden, wenn es nach den Befragten geht. Besonders wichtig ist ihnen eine durchdachte Raumaufteilung zur Wahrung der Privatsphäre in ruhiger Umgebung mit Tageslicht sowie moderne Sanitäreinrichtungen. Auf multifunktionale Einrichtung, Smart Home-Features, Hotellerie-Service und individuelle Lichteinstellung können die meisten Schweizer verzichten. Das Spital darf und soll also auch in Zukunft ein Spital bleiben – daher müssen medizinische Apparate im Patientenzimmer auch nicht versteckt werden. Im Gegenteil: sichtbare Medizintechnik kann sogar positiv auf die wahrgenommene Fachkompetenz wirken.



*«Der menschliche Kontakt, die zur Genesung beitragende Berührung, kann durch Technik nicht äquivalent ersetzt werden.»
(Stefan Reiser, Studienautor und Mitglied der Geschäftsleitung, LINK Institut).*

V. AREAL UND ARCHITEKTUR DER ZUKUNFT

Auch wenn es um das Areal geht, zeigen sich die befragten Schweizer vergleichsweise genügsam. Integrationselemente wie Freizeit- und Einkaufsmöglichkeiten, Co-Working-Spaces oder Kinderbetreuung spielen auf dem Spital-Areal der Zukunft aus ihrer Sicht nur eine vergleichsweise unwichtige Rolle. Primär relevant sind Möglichkeiten, **Treffen zwischen Besuchern und Patienten auch ausserhalb des Patientenzimmers** wahrnehmen zu können. Private Bereiche im öffentlichen Raum gewinnen demnach an Bedeutung. Vorstellbar dafür sind etwa mehr Rückzugsnischen, Lounges, Freiflächen, Begegnungszonen oder Spital-Bibliotheken.

Im Spannungsfeld zwischen maximaler Flexibilität und Effizienz beim Spitalbau empfiehlt sich auf Basis der Ergebnisse und unserer Studienerfahrungen abseits dieser Untersuchung, **so viel Flexibilität wie möglich und so viel Effizienz wie nötig**. Natürlich bestehen immer Budgetrestriktionen in der Planung und Flexibilität geht häufig zu Lasten der Betriebseffizienz. Spitalplaner sollten aber nicht an der falschen Stelle sparen – im schlimmsten Fall an Stellen, die zu Lasten der Patienteninteressen gehen. Nachdem neu gebaute Spitäler über mehrere Dekaden funktionieren müssen und sich die medizinischen und technologischen Möglichkeiten rund um das Spital gerade sehr dynamisch entwickeln, sind genügend flexible Umnutzungs- und Anpassungsmöglichkeiten erfolgskritisch.



«Private Bereiche im öffentlichen Raum gewinnen signifikant an Bedeutung. Rückzugsnischen, Lounges, Begegnungszonen – es gibt viele Möglichkeiten, das auf dem Areal zu berücksichtigen.» (Semia Braun, Studienautorin und Immobilienökonomin IREBS).

VI. AKTIVER EINBEZUG VON PATIENTEN IM SPITAL DER ZUKUNFT

Patient Centricity ist ein vielgenutztes Stichwort im Spitalwesen, aber nur wenige leben sie wirklich und beziehen Patienten aktiv in die Entwicklung des Spitals der Zukunft ein. Das sind ganz offensichtlich verlorene Chancen. Denn es wird aus der Studie erkennbar, dass Patienten und Besucher durchaus eine hohe Affinität dafür mitbringen, aktiv mitzuwirken und ihren Input in die Planung einzugeben. Andererseits beweist die Studie, dass mit der richtigen Befragungsmethodik auch sichergestellt wird, dass sie ihre Anforderungen und Wünsche priorisieren und damit konstruktiv am Spital der Zukunft mitwirken können. «Zukünftig erfolgreiche Spitäler setzen sich proaktiv und kontinuierlich mit dem Feedback von Patienten und Besuchern auseinander, um sich Schritt für Schritt zu verbessern», so Semia Braun.

VII. FAZIT

Natürlich gibt es nicht DAS EINE Spital der Zukunft – abhängig von Region, medizinischer Spezialisierung, Grösse, Spitaltyp etc. müssen Spital-Verantwortliche die Bedürfnisse ihrer Patienten und Besucher verstehen und aufnehmen. Für die Gesamt-Schweiz lässt sich auf Basis der Studie allerdings zusammenfassend sagen, dass das Spital der Zukunft weder Freizeitpark, noch 5-Sterne-Wellnesshotel werden muss. Einsparungen, die dabei entstehen, können beispielsweise in mehr private Begegnungszonen im öffentlichen Raum, die Spitalwebsite oder in mehr Flexibilität bei der Spitalimmobilie investiert werden. Die Digitalisierung wird Patienten zu mehr Selbständigkeit verhelfen und bietet Spitälern die grosse Chance, Patienten aktiv in die Bauplanung sowie kontinuierliche Verbesserung bei Abläufen, Immobilie und Marketingmassnahmen einzubeziehen. Trotz aller medizinischer und technologischer Fortschritte bleibt das Schweizer Spital der Zukunft ein Ort der menschlichen Begegnung und der persönlichen Betreuung.

ANHANG – TEIL I

Charts zum Studiensummary (wie auf dem Immo-Healthcare-Kongress präsentiert)



LEBEN SIE PATIENT CENTRICITY – AUCH BEI DER IMMOBILIE!

- CO-CREATION**
Lassen Sie Patienten früh in 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

ANHANG – TEIL II

Die GESAMTSTUDIE „Patient Centricity: Die Spitalimmobilie von Morgen - Was wünscht sich der Patient von einem Spital?“ ist jetzt verfügbar...

Auf Basis unserer Repräsentativstudie bei gut 1'000 Schweizer Spital-Patienten und –Besuchern haben wir die Erfolgsfaktoren für das Spital der Zukunft ermittelt. Thematisch deckt die rund 100-seitige Untersuchung folgende Fragen ab:

- **Entscheidungskriterien bei Spitalwahl:** Worauf achtet der Patient bei der Spitalwahl? Welche Rolle spielt der Standort noch? Woran macht er die Fachkompetenz eines Spitals fest?
- **Spitalimmobilie von heute & morgen:** Wie zufrieden ist die Schweizer Bevölkerung mit den Spital-immobilien von heute? Wie werden die Spitalimmobilien von heute wahrgenommen? Wo liegen die Painpoints unterschiedlicher Zielgruppen? Welche Eigenschaften hat die Spitalimmobilie von morgen?
- **Spitalareal & Patientenzimmer:** Was sind die wichtigsten Nutzungsmöglichkeiten auf einem Spitalareal? Welche Merkmale sind in einem Patientenzimmer besonders wichtig oder unwichtig?
- **Homecaring & Patientenhotels:** Wie ist die Akzeptanz dieser beiden Versorgungsmodelle? Welche Zielgruppen sprechen diese Konzepte an?
- **Digitale Leistungen:** Wie ist die Akzeptanz von Apps und Videosprechstunden? Welche Unterschiede lassen sich zwischen Zielgruppen feststellen?

Bestellen Sie die Studie und kontaktieren Sie uns, wenn Sie mehr wissen möchten...

Unsere Studie bietet kompaktes Wissen über die Bedürfnisse und Anforderungen seitens der Schweizer Spital-Patienten und –Besucher, das erstmals so umfangreich und systematisch erhoben wurde.



Ihre Ansprechpartner

Semia Braun: semia.braun@link.ch; +41 41 367 72 43

Stefan Reiser: stefan.reiser@link.ch

ANHANG – TEIL III

Methodenübersicht der Studie

- Methode: Online-Befragung im LINK Internet-Panel mit 115'000 telefonisch rekrutierten, aktiven Panelisten, unter Einsatz von impliziten und Trade-Off-Analysetechniken
- Anzahl Interviews (netto): n=1'036
- Erhebungszeitraum: 13. bis 24. August 2020
- Interviewdauer: durchschnittlich ca. 10 Minuten
- Zielgruppe: Schweizer Bevölkerung im Alter von 15 bis 79 Jahren in der Deutsch- und Westschweiz, die sich innerhalb der letzten 5 Jahre als Patient oder Besucher in einem Schweizer Spital aufgehalten hat. Generell gilt bei Studien im LINK Internet-Panel: Nur sprachassimilierte Personen, die mindestens mehrmals im Monat im Internet sind
- Stichprobenziehung: Repräsentative Verteilung der Stichprobe auf Einsteiger, Screening innerhalb dieser Repräsentativgruppe auf die Zielgruppe

Studienautoren und Kontakt für Rückfragen/ Bezugsmöglichkeiten der Gesamtstudie

- Semia Braun, Senior Projektleiterin im LINK Institut und Immobilienökonomin (IREBS): semia.braun@link.ch; Tel.: +41 41 367 72 43
- Stefan Reiser, Mitglied der Geschäftsleitung im LINK Institut, Vorstandsmitglied im Forscherverband SWISS INSIGHTS, Dozent im Bereich Market Intelligence: stefan.reiser@link.ch

Über das LINK Institut (siehe auch www.link.ch)

Das LINK Institut ist Schweizer Marktführer in der Markt- und Sozialforschung und Betreiber des einzigartigen LINK Internet-Panels. Mit 115'000 Panelisten ist das LINK Internet-Panel das grösste und qualitativ hochwertigste Panel der Schweiz und deckt damit alle Sprachregionen ab. Mit über 100 Markt- und Sozialforscher/innen und knapp 1'000 Befragter/innen schafft das LINK Institut seit knapp vierzig Jahren präzise, zuverlässige und aussagekräftige Entscheidungsgrundlagen für grosse und mittlere Unternehmen, Institutionen aller Art sowie die öffentliche Verwaltung.

Weitere Informationen zum Immo-Healthcare-Kongress

- <https://www.immohealthcare.com>
- <https://www.linkedin.com/posts/anja-resch-120989171-immohealthcare-digital-universitaetsklinikum-activity-6711942082702917632-bjRC>

