

# Sci Kunden

## Schaffung von Instrumenten zur Erhebung der Erwartungen / Bedürfnisse der Kunden einer ZSVA Definition der damit verbundenen Ziele und Ergebnismessung

Jasmine Faul, Sterilisationsverantwortliche der Privatklinik Linde in Biel

### 1. EINLEITUNG

Meine Tätigkeit steht im Zusammenhang mit der Forschung im Bereich Qualität und ist fester Bestandteil der für das Universitätsdiplom « Qualitäts- und Risikomanagement in Spitälern » verfassten Diplomarbeit.

Die Qualität eines Produkts oder einer Dienstleistung ist nur eines von vielen Kriterien der Kundenzufriedenheit. Neben dem Preis sind weitere Kriterien zunehmend von Bedeutung: implizite Erwartungen des Kunden, technische Unterstützung, Rückgaberecht, Kundendienst und Reparaturservice zu vorteilhaften Preisen, kurze Lieferfristen, Lieferung in der vorgegebenen Zeit, Hilfe bei Problemen, Entsorgung des Produkts etc.

Diese Überlegungen zeigen, dass ein auf die Verarbeitung von Bestellungen und die dem Produkt oder der Dienstleistung eigene Qualität beschränktes System allein noch keine Kundenzufriedenheit garantiert.

### 2. STUDIENZIELE

Schaffung eines Bezugs zu den vorrangigen Zielen der Qualitätssicherung: *Erfüllung der Kundenbedürfnisse* durch Erhebung der

- Erwartungen, Bedürfnisse und Prioritäten der Kunden
- aktuellen Zufriedenheit der Kunden
- Gründe für mangelnde Zufriedenheit und Unzufriedenheit
- Wahrnehmung des Firmenimages durch die Kunden
- Leistungsentwicklung in den letzten 12/24 Monaten
- Wirkung der erbrachten Dienste und Leistungen

### 3. WAS IST KUNDENZUFRIEDENHEIT ?

Zufriedenheit wird allgemein als das Gefühl des Kunden im Anschluss an die Verwendung eines Produkts oder die Inanspruchnahme einer Dienstleistung definiert.

Zufriedenheit ist folglich:

- das Ergebnis der Wahrnehmung eines Angebots (und nicht des tatsächlichen Angebots, das besser sein kann), und
- auf einer Vergleichsbasis das Ergebnis des Gefühls, das sich aus dem Vergleich zwischen Wahrnehmung und Erwartung (nicht dem möglicherweise über den Erwartungen liegenden Wunsch) ergibt.

### 4. MESSUNG VON FUNKTION UND LEISTUNG

Gemäss ISO 9001 beschränkt sich die Kundenbeziehung nicht mehr nur auf die Auslieferung von Produkten und/oder die Erbringung von Dienstleistungen sowie die Bearbeitung von Reklamationen und die Bereitstellung eines leistungsfähigen Kundendienstes. Sie erfordert ein regelrechtes Dispositiv für die Messung der Zufriedenheit.

«Die Organisation muss die Informationen über die Wahrnehmung des Kunden in Bezug auf den Grad der Erfüllung seiner Erwartungen durch die Organisation als eine der Leistungsmessungen des Qualitätsmanagementsystems überwachen. Die Methoden zur Erhebung und Nutzung dieser Informationen müssen festgelegt werden.» (§ 8.2.1, ISO 9001:2008).

Der chronologische Ablauf der Beziehung zwischen dem Kunden und dem Unternehmen kann vereinfacht in vier Phasen unterteilt werden.

#### 4.1. Funktionsprinzip

Auf dem Schema unten sind vier Arten der Qualität aufgeführt:

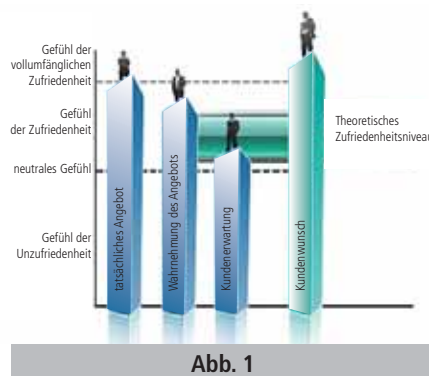


Abb. 1

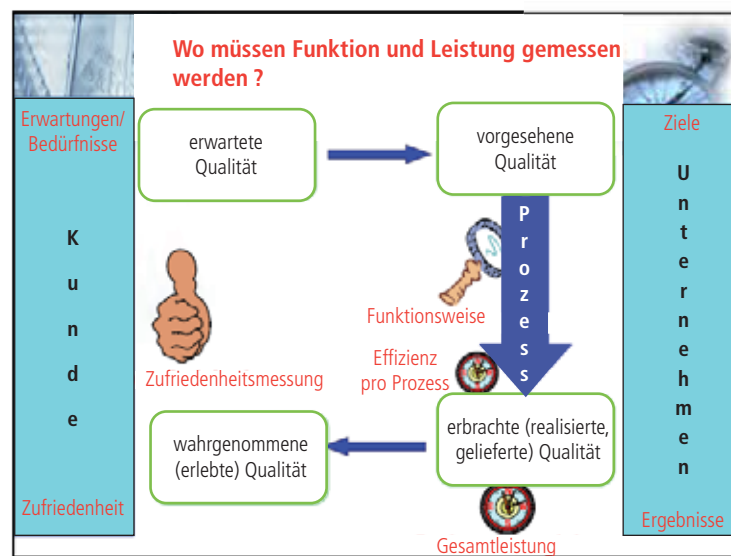


Abb. 2 Qualitätsarten und mögliche Abweichungen.

- erwartete Qualität
- vorgesehene Qualität
- gelieferte Qualität
- wahrgenommene Qualität

Daraus ergeben sich drei mögliche Arten von Abweichungen:

- Konzeptionsabweichung
- Umsetzungsabweichung
- Wahrnehmungsabweichung
- Zufriedenheitsabweichung

Zu Beginn hat der Kunde Erwartungen. Das Unternehmen geht dank seiner Prozesse auf den Kunden ein und wandelt diese Erwartungen in die gewünschte Qualität um, d.h. in das, worauf es am Ende seiner internen Prozesse abzielt, um die Erwartungen des Kunden zu erfüllen. Der zweite Schritt betrifft den Übergang von der vorgesehenen zur erbrachten (realisierten, gelieferten) Qualität. Schliesst man die Dienstleistungen aus, bei denen diese Etappe die aktive Teilnahme des Kunden voraussetzt, bleibt diese Phase für ihn transparent, weil sie im Unternehmen stattfindet. Wenn diese Qualität erreicht ist, geht es darum, sie an den Käufer weiterzugeben.

Das ist der Kommunikations-/Verkaufsprozess (im weiteren Sinne), durch den der Kunde nach dem Kauf, dem Konsum und/oder der Verwendung des Produkts seine Wahrnehmung (wahrgenommene Qualität) bilden kann. Der Vergleich zwischen erwarteter Qualität (vor dem Kauf) und wahrgenommener Qualität (nach dem Kauf und der Verwendung) bestimmt die Zufriedenheit oder Unzufriedenheit des Kunden.

Die Bildung dieses Gefühls der Zufriedenheit oder Unzufriedenheit hat auch Auswirkungen auf die künftige Einstellung des Kunden gegenüber seinem Lieferanten: Die wahrgenommene Qualität informiert ihn über « das, was er tatsächlich erhalten kann », und verändert somit seine künftigen Erwartungen.

Auf diese Weise misst die Zufriedenheit die Übereinstimmung (und damit die möglichen Abweichungen) zwischen dem Anfang und dem Ende des Prozesses.

Mithilfe des Schemas Funktions- und Leistungsmessung können die verschiedenen Arten möglicher Abweichungen erläutert werden.

- Abweichung zwischen « erwarteter » und « vorgesehener » Qualität: Es handelt sich um ein Problem beim Eingehen auf den Kunden: Entweder hat man dem Kunden nicht oder falsch zugehört. Dadurch entsteht eine *Konzeptionsabweichung* (Beispiel: Es gibt eine Qualitätspolitik, die jedoch nicht den Kundenerwartungen entspricht).

- Abweichung zwischen « vorgesehener » und « gelieferter » Qualität: Es handelt sich um ein Qualitätsproblem im Unternehmen: Das ursprünglich festgelegte Pflichtenheft wurde bei der Herstellung des Produkts bzw. Erbringung der Dienstleistung nicht beachtet. Dadurch entsteht eine *Umsetzungsabweichung* (Beispiel: festgelegtes, aber nicht erreichtes Ziel).

- Abweichung zwischen « gelieferter » und « wahrgenommener » Qualität: Der « Kommunikations-/Verkaufsprozess » funktioniert nicht richtig. Die Erfahrung zeigt, dass hier oft logistische Probleme (Verspätungen, Lieferfehler etc.) vorliegen. Dadurch entsteht eine *Wahrnehmungsabweichung* (Beispiel: festgelegtes, erreichtes, aber nicht dem Kundenziel entsprechendes Ziel; Zielabweichung).

- Abweichung zwischen « wahrgenommener » und « erwarteter » Qualität: Ein Ergebnis wurde erzielt, das jedoch nicht der Kundenerwartung entspricht. Dadurch entsteht eine *Zufriedenheitsabweichung*.

## 5. MESSUNG DER KUNDENZUFRIEDENHEIT

« Die Messung der Kundenzufriedenheit erfolgt über eine Zufriedenheitsumfrage. Dadurch kann

sichergestellt werden, dass das Unternehmen die erwartete Dienstleistung gemäss den geäusser-ten und/oder aufgezeigten Bedürfnissen, Erwartungen und Anforderungen erbringt. »<sup>(1)</sup>

Dabei hat der Kunde Vorrang: Was denkt der Kunde heute über unser Unternehmen? Wie beurteilt er unser Produkt? Unsere Leistung? Mit dieser Analyse soll die Stimme des Kunden ins Unternehmen hineingetragen werden.

Die Zufriedenheitsumfrage ist folglich das einzige objektive Instrument zur Messung der von den Kunden wahrgenommenen Qualität. Deshalb müssen ihre Wahrnehmung, ihr Lob und ihre Kritik erhoben werden. Mit diesem wertvollen Instrument kann ein angemessener Aktionsplan erstellt werden.

Es ist aber nur sinnvoll, wenn das Unternehmen fest entschlossen ist, eine Fortschrittsdynamik in Gang zu setzen (Abb. 3).

### 5.1 Zufriedenheitsumfrage

Der Zufriedenheitsgrad der Kunden ist Bestandteil der ständigen Bemühungen der Klinik.

Das Prinzip der Kundenzufriedenheitsumfrage besteht darin, den Zufriedenheitsgrad als wesentliches und entscheidendes Element der Kundenbindung zu messen.

Mithilfe dieser Untersuchung können ausserdem die Erwartungen und Wünsche der Kunden in Bezug auf neue Dienstleistungen oder Produkte festgestellt werden. Ferner lässt sich die Stichhaltigkeit des aktuellen Angebots und der angebotenen Dienstleistungen (Empfang, Lieferung, Qualität der Beziehungen etc.) überprüfen.

Die Ausarbeitung der Zufriedenheitsumfrage gliedert sich um verschiedene Elemente:

- Messung der Abweichung zwischen wahrgenommener und erwarteter Qualität
- Feststellung der Bereiche mit Unzufriedenheit und der unerlässlichen Verbesserungen
- Definition der Verbesserungsmassnahmen und sonstigen Aktionen
- Kommunikation der Umfrageergebnisse und Korrekturmassnahmen

Neben der gesetzlichen Verpflichtung können wir dank solcher Umfragen unser Know-how und dadurch unsere Wettbewerbsfähigkeit verbessern. Die Untersuchung « durchleuchtet » mehrere Unternehmensbereiche wie Kundenbeziehungen, Produkte, Dienstleistungen und Preise (Abb. 4).

### 5.2 Angesprochene Fragen und Themen

Die Fragen werden zusammen mit Antwortmöglichkeiten auf einer Skala präsentiert. Die Zustimmung des Befragten zu einer Aussage wird mit mehr oder weniger Nuancen abgefragt. Die



Abb. 3



Abb. 4

		1	2	3	4	5
1	Sind für Sie die Instrumente professionell aufbereitet ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Bewertungsskala**

Codifizierung der Bewertungen				
1	2	3	4	5
Ja, ganz klar	Ja	Nein	Nein, überhaupt nicht	keine Ahnung, trifft nicht zu

Eine Antwort unter der Frage gibt an, wie wichtig dieser Aspekt für den Befragten ist.

Für Sie ist dieser Aspekt:				
Sehr wichtig <input type="checkbox"/>	Ziemlich wichtig <input type="checkbox"/>	Ein wenig wichtig <input type="checkbox"/>	Unwichtig <input type="checkbox"/>	

Antworten « weiss nicht » oder « nicht anwendbar » sind möglich, weil bestimmte Indikatoren nur einen Teil der Kunden betreffen. In diesem Fall ist es für die Glaubwürdigkeit des Fragebogens wichtig, dass die nicht Betroffenen, die sich nicht äussern können (nicht nicht wollen), eine Alternativmöglichkeit haben. Es werden zwei Arten von Antworten erwartet.

- Eine direkte Antwort auf die Frage (graue Zellen) mit einer Bewertungsskala wie unten dargestellt:

Bei jedem Thema hat der Kunde die Möglichkeit, seine Bewertung darzulegen und zu nuancieren. Beispiel: Welche Verbesserungen sind bei den oben gestellten Fragen vorzunehmen ?

Haben sie noch Kommentare über die Organisation oder den Empfang ?

Der Fragebogen ist ausserdem in sieben Kapitel aufgeteilt (siehe Anhang):

- Organisation, Annahme der MedP
- Arbeitsqualität
- Kommunikation
- Spezifische Aufträge
- Reklamationen/Verbesserungen
- Abrechnung
- Diverses

**6. ANALYSE DER ERGEBNISSE**

Warum sind diese Daten nicht ausreichend ?

Eine jährliche Kundenbefragung, um die Entwicklung des Zufriedenheitsgrades zu messen, ist schon ein guter Ansatz. Was will unser Kunde ?

Wie der Künstler, der « sein Publikum » kennenlernen und erfahren will, wie dieses seine Kompositionen wahrnimmt, möchten auch wir herausfinden, was die Benutzer wirklich denken.

Die Erbringer von Dienstleistungen sind von dieser Frage besessen, weil sie dadurch den Kontakt

zum Kunden aufrechterhalten können. Wir sind uns der raschen Entwicklung der Bedürfnisse und des Geschmacks der Kunden bewusst. Deshalb ist auch eine Methode zur Erhebung von Informationen über die neuen Bedürfnisse und ein entsprechender Aktionsplan erforderlich.

Diese Struktur erscheint einfach, aber aufgrund der vierjährigen Erfahrungen in der Klinik lässt sich sagen, dass sie schwer aufrechtzuerhalten ist und ständig reaktiviert werden muss. Aus Sicht des menschlichen Verhaltens ist es einfacher, sich auf eine Produktionsroutine zu beschränken, als Bedürfnisse zu ermitteln, die die Gewohnheiten in Frage stellen.

**6.1 Rücklaufquote**

Nur ein externer Kunde weigerte sich, teilzunehmen, weil es seiner Meinung nach keine Probleme gebe.

Ich möchte an dieser Stelle allen Teilnehmern (fünf Teilnehmern aus den verschiedenen OPS-Fachbereichen, fünf Pflegeabteilungsverantwortlichen sowie fünf Arzthelferinnen der externen Arztpraxen) herzlich danken.

**6.2 Ergebnisse**

Kodierung	Zufriedenheitsgrad
Sehr zufrieden	75%
Eher zufrieden	17%
Eher unzufrieden	2%
Überhaupt nicht zufrieden	0%
Keine Ahnung, trifft nicht zu	6%

Es geht nicht darum, eine Schwelle festzulegen, ab der die Ergebnisse gut oder schlecht sind.

Im Gegenteil: Die als « unzufrieden » oder besorgniserregend beurteilten Aspekte müssen als Verbesserungschancen und nicht als Problembereiche betrachtet werden.

**6.3 Verbesserungsmassnahmen**

- Verbesserung der Lieferfristen
- Verbesserung der Lieferscheingestaltung
- Verbesserung der Präsentation der einzelnen Instrumente
- Verbesserung der Vorbereitung von Leihmaterial
- Klärung der Verwendung des Formulars für Konformitätsprobleme
- Erneute Diskussion über den Abrechnungstarif
- Durchführung einer Schulung zu Instrumenten und Lagermanagement in den Pflegeabteilungen

**7. SCHLUSSFOLGERUNG**

Dank der Umfrage konnten wir unsere Kunden treffen und kennenlernen sowie einen Zufriedenheitsindikator erheben.

Der Zufriedenheitsfragebogen diente nicht dazu, Fragen in alle möglichen Richtungen zu stellen – ganz im Gegenteil ! Die Erarbeitung eines Fragebogens (oder eines Wartungsplans) erfordert ein sehr methodisches Vorgehen, bei dem in einem ersten Schritt die Erwartungen des Kunden angenommen und anschliessend durch die Studie bestätigt und ergänzt werden müssen.

Klar ist, dass sich das Eingehen auf den Kunden nicht auf die Erhebung von Informationen beschränkt. Für das Unternehmen sind die



Abb. 5

Ergebnisse jeder Aktion und die daraus folgenden Verbesserungsmaßnahmen wichtig. Eine korrekt durchgeführte Umfrage bietet eine Vielzahl nützlicher Informationen.

Diese Umfrage wurde mit drei Arten von Kunden durchgeführt: OPS, Pflegeabteilungen sowie externe Kunden. Aufgrund der für die Durchführung notwendigen Zeit wurde entschieden, jedes Jahr eine Umfrage durchzuführen – aber nur für jeweils einen Kundentyp.

Wenn das Eingehen auf den Kunden richtig konzipiert ist und korrekt durchgeführt wird, ist dies auf jeden Fall und für das gesamte Personal eine Motivationsquelle. Das Unternehmen erhält dadurch ein reaktiveres und innovativeres Image. Die aktuellen Ereignisse führen mich jedoch zur Überlegung, dass der Kundenzufriedenheitsindikator die übrigen Indikatoren nicht verdrängen darf (Abb. 5).

## 8. BIBLIOGRAFIE

### Wichtigste Referenzen aus der Fachliteratur

- Le Manager, la qualité et les normes ISO – Willy A. Sussland – Collection Diriger l'entreprise 9 – Presses polytechniques et universitaires romandes

- Mesurer et développer la satisfaction clients – Editions d'Organisation – Daniel Ray
- La certification des services, de l'état d'esprit qualité au service gagnant – Editions d'organisation – Georges Napolitano, Jean Lapeyre
- Le grand livre de la qualité – Roger Ernoul – Afnor éditions
- Mesurer la performance de la fonction qualité – David Autissier, Yvon Mougin, Jacques Ségot – Eyrolles éditions d'organisation

### Wichtigste Referenzen bezüglich Normen und Vorschriften

- [1] ISO 9001:2008 « Qualitätsmanagementsysteme – Anforderungen »
- [2] ISO 13485:2003 « Qualitätsmanagementsystem – Medizinprodukte – Besondere Anforderungen bezüglich der Anwendung der ISO-Norm 9001 »
- [3] ISO/TR 14969:2004 « Medizinprodukte – Qualitätsmanagementsysteme – Leitlinien für die Anwendung der ISO-Norm 13485:2003 »

### Anhang

Formular Zufriedenheitsumfrage

### Dank

Qualität ist sehr oft das Ergebnis einer Teamarbeit. Das gilt auch für diese Diplomarbeit. Deshalb möchte ich dem Team herzlich danken.

Ich verdanke meinen Kunden viel, die dazu beigetragen haben, meine Konzepte und Methoden zu verfeinern.

Mein Dank gilt auch Frédy Cavin und Hervé Ney für die Bereitstellung von Vorlagen für Fragebogen zur Erhebung der Kundenzufriedenheit.

<sup>(1)</sup> Besonders bedanken möchte ich mich auch bei Herrn Linden, dem wissenschaftlichen und pädagogischen Verantwortlichen des Universitätsdiploms für Qualitäts- und Risikomanagement in Gesundheitseinrichtungen der Universität Strassburg für seine Kommentare, Tabellen und vor allem seine Verfügbarkeit.

Danke auch an die für eine namentliche Erwähnung zu zahlreichen Freunde und Kollegen, die Informationen oder Ideen beigesteuert haben.

HERZLICHEN DANK |



**Sicherheitsstufe Miele.**

**Die neuen Reinigungs- und Desinfektionsautomaten PG85.**

**Exklusiv.** Innovative Ausstattung für sichere Instrumentenaufbereitung.

**Patentiert.** Spezialprogramme für reinigungskritische Instrumente.

**Effizient.** Hohe Reinigungsleistung und niedriger Energiebedarf.

**Miele Qualität**

Miele Professional, 8957 Spreitenbach  
Telefon 056 417 27 51  
www.miele-professional.ch

**Miele**  
PROFESSIONAL

PG85  
Perfection  
Garanteed



8	Wissen sie aufgrund der Beschriftungen ihrer MedP (Containerplakette, Filzstiftbeschriftung, Papieretikette) um welches MedP es sich handelt ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
für Sie ist dieser Aspekt :						
	sehr wichtig	ziemlich wichtig	ein wenig wichtig	unwichtig		
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
9	Grundsätzlich verwenden sie Ihre MedP vor dem angegebenen Verfalldaten? ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
für Sie ist dieser Aspekt :						
	sehr wichtig	ziemlich wichtig	ein wenig wichtig	unwichtig		
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
10	Sind sie zufrieden mit der Verfügbarkeit der MedP(am gleichen Tag für OP Bereich, 24 h. für Abteilungen und Extern) ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
für Sie ist dieser Aspekt :						
	sehr wichtig	ziemlich wichtig	ein wenig wichtig	unwichtig		
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

#### Welche Verbesserungsmassnahmen habe sie zu den oben gestellten Fragen ?

- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10

#### Haben Sie noch Kommentare über die Organisation, oder die Entsorgung der MedP :

---



---



---

#### KOMMUNIKATION

		1	2	3	4	5
11	Werden sie ausreichend über Änderungen in den Sieben oder Sets informiert ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
für Sie ist dieser Aspekt :						
	sehr wichtig	ziemlich wichtig	ein wenig wichtig	unwichtig		
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
12	Werden ihre Fragen vom Fachpersonal der Sterilisation fachgerecht beantwortet ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
für Sie ist dieser Aspekt :						
	sehr wichtig	ziemlich wichtig	ein wenig wichtig	unwichtig		
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
13	Werden sie im Teamrapport genügend über vorkommende Änderungen in der Sterilisation informiert ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
für Sie ist dieser Aspekt :						
	sehr wichtig	ziemlich wichtig	ein wenig wichtig	unwichtig		
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
14	Wie empfinden sie die Zusammenarbeit mit der Sterilisation ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
für Sie ist dieser Aspekt :						
	sehr wichtig	ziemlich wichtig	ein wenig wichtig	unwichtig		
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

Welche Verbesserungsmassnahmen habe sie zu den oben gestellten Fragen ?

11

12

13

14

Haben Sie noch Kommentare über die Organisation, oder die Entsorgung der MedP ?

---



---



---

**SPEZIFISCHE AUFTRÄGE**

		1	2	3	4	5
15	Ist ihnen bekannt, dass sie vor der Neuanschaffung eines MedP Rücksprache mit der Sterilisation in Bezug auf Wiederaufbereitung nehmen sollten / könnten ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	für Sie ist dieser Aspekt :					
	sehr wichtig		ziemlich wichtig	ein wenig wichtig	unwichtig	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
16	Steht ihnen ihr Medizinprodukt immer zum gewünschten Zeitpunkt zur Verfügung, vor allem wenn eine sofortige Wiederaufbereitung nötig ist ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	für Sie ist dieser Aspekt :					
	sehr wichtig		ziemlich wichtig	ein wenig wichtig	unwichtig	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
17	Sind sie zufrieden wie ihnen die Leihinstrumente zur Verfügung gestellt werden ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	für Sie ist dieser Aspekt :					
	sehr wichtig		ziemlich wichtig	ein wenig wichtig	unwichtig	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Welche Verbesserungsmassnahmen habe sie zu den oben gestellten Fragen ?

15

16

17

Haben Sie noch Kommentare über die Organisation, oder die Entsorgung der MedP ?

---



---



---

**REKLAMATIONEN/VERBESSERUNGEN**

		1	2	3	4	5
18	Kennen sie das neue Formular....: « Nicht Konformität Meldungen », das Sie benutzen können um Fehler oder Verbesserungen zu melden ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	für Sie ist dieser Aspekt :					
	sehr wichtig		ziemlich wichtig	ein wenig wichtig	unwichtig	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
19	Werden ihre Reklamationen oder Fehlermeldungen ernst genommen und innert nützlicher Frist bearbeitet ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	für Sie ist dieser Aspekt :					
	sehr wichtig		ziemlich wichtig	ein wenig wichtig	unwichtig	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
20	Sind sie mit den daraus resultierenden Verbesserungen zufriede n ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	für Sie ist dieser Aspekt :					
	sehr wichtig		ziemlich wichtig	ein wenig wichtig	unwichtig	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
21	Wie beurteilen sie die Verbesserung der Qualität in der Sterilisation im Rückblick ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	für Sie ist dieser Aspekt :					
	sehr wichtig		ziemlich wichtig	ein wenig wichtig	unwichtig	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
22	Stimmen ihre Erwartungen mit der Leistungen der Sterilisation überein ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	für Sie ist dieser Aspekt :					
	sehr wichtig		ziemlich wichtig	ein wenig wichtig	unwichtig	
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

**Welche Verbesserungsmassnahmen habe sie zu den oben gestellten Fragen ?**

- 18
- 19
- 20
- 21
- 22

**Haben Sie noch Kommentare über die Organisation, oder die Entsorgung der MedP ?**

---



---



---



---



## ABRECHNUNG

		1	2	3	4	5
23	Sind sie mit dem Preis-Leistungsverhältnis zufrieden ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

für Sie ist dieser Aspekt :

sehr wichtig      ziemlich wichtig      ein wenig wichtig      unwichtig

24	Haben sie genügend Information, über ihr MedP allgemein oder im spezifischen zur Wiederaufbereitung ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
----	---	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

für Sie ist dieser Aspekt :

sehr wichtig      ziemlich wichtig      ein wenig wichtig      unwichtig

## Welche Verbesserungsmaßnahmen habe sie zu den oben gestellten Fragen ?

23

24

## Haben Sie noch Kommentare über die Organisation, oder die Entsorgung der MedP ?

---



---



---



---

## ZUM ABSCHLUSS

		JA	NEIN
25	Sind wir für sie der einzige Betrieb, dem sie ihre MedP zur Aufbereitung geben ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		JA	NEIN
26	Würden sie uns weiterempfehlen ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		JA	NEIN
27	Würden sie sich mehr Service von der Sterilisationsabteilung (Einkauf, Reparatur, Beratungen, Schulungen) wünschen ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ich danke ihnen für die Zeit die sie für mich geopfert haben. Seien sie gesichert das die Antworten die sie mir geben haben, helfen werden die Leistungen der Sterilisation zu verbessern, und ich hoffe auch eure zukünftige Wünsche zu erfüllen.

Jasmine Faul  
Leitung Sterilisation