

## Wat doe je met de stem van de patiënt?

“Naar luisteren, van leren én vervolgens verbeteren natuurlijk! Toch?”

Zodra je de lichte, moderne en open ontvangsthal van het Vlietland ziekenhuis betreed, krijg je het gevoel dat je hier in goede handen bent. Als bezoeker loop je direct tegen de kernwaarden aan van het Vlietland ziekenhuis: *'Beter worden doen wij samen'*. *Wij verlenen persoonlijke, goede, veilige en efficiënte zorg. Ons zorgaanbod is servicegericht en ook gemakkelijk en snel toegankelijk.*

Maar zijn die kernwaarden herkenbaar als je hier bent opgenomen als patiënt? Hoe word je behandeld? Voel je je veilig in het Vlietland ziekenhuis? Deze vragen hielden de kliniekmanager, de specialisten en het hoofd van de afdeling Interne Geneeskunde bezig. Om antwoord te krijgen op deze vragen zocht Vlietland samenwerking met &samhoud.

### De hulpvraag

Het Vlietland ziekenhuis wilde weten hoe je de stem van de patiënt naar binnen haalt om zodoende de ervaringen van patiënten naar de oppervlakte te halen en een manier te vinden om vanuit een sense of urgency of een sense of excitement de dienstverlening te verbeteren. Zo'n aanpak zou bovendien duurzaam geborgd moeten worden in de organisatie.

### De aanpak & het resultaat

Vervolgens hebben we gezamenlijk gezocht naar een manier om niet alleen te luisteren naar de patiënt maar ook te leren van de patiënt en op basis daarvan actief verbeteringen door te voeren. Onze aanpak bestond uit 3 fases: Inleven & Voorbereiden, Het Spiegelgesprek en Doen & Verbeteren.

#### • Fase 1 Inleven & Voorbereiden:

Om de dynamiek van de afdeling Interne Geneeskunde (IG) te begrijpen hebben we interviews met leidinggevenden, verpleegkundigen en internisten uitgevoerd. Dit “inleven” leverde een beeld op van de heersende thematiek waarover we met de patiënten in gesprek konden gaan. In deze fase is ook gestart met een Masterclass om de afdeling IG te prepareren op het ontvangen en verwerken van feedback van de patiënten. Een groep van circa 10 leidinggevenden en verpleegkundige maakten tijdens deze eerste Masterclass kennis met de basisvaardigheden van procesbegeleiders en met thema's als veranderkunde en gesprekstechnieken. Voor de deelnemers was het best spannend omdat dit niet hun dagelijks werk is.

#### • Fase 2 Het Spiegelgesprek 'de stem van de patiënt':

Na de voorbereiding vond het Spiegelgesprek plaats met als doel om 'inzicht te krijgen in ervaringen en wensen van patiënten om daarmee de zorg en dienstverlening te verbeteren.'

7 oud-patiënten van de afdeling waren geselecteerd om feedback te geven. Zij zaten in een kleine kring. Daaromheen was een buitenring opgesteld. In die buitenring zaten ongeveer 30 medewerkers van het Vlietland Ziekenhuis: leidinggevenden, verpleegkundigen en medisch specialisten van de afdeling IG, stafmedewerkers en de voorzitter van de Raad van Bestuur.

Het Spiegelgesprek bestond uit twee rondes. In de eerste ronde waren alleen de patiënten aan het woord onder leiding van een gespreksleider; de buitenring luisterde. In de tweede ronde was het de beurt aan de buitenring om verdiepende vragen te stellen aan de patiënten. Daarnaast werden in de tweede ronde de kernwaarden van het Vlietland Ziekenhuis getoetst aan de ervaringen van de patiënten.



Naast veel complimenten kwam er uit het Spiegelgesprek ook een aantal verbeterpunten naar voren. Deze werden bijeengebracht in twee hoofdpunten:

- Beter managen van de verwachtingen van de patiënt; wachttijden, vragen ten behoeve van de opname, ontslagtijden en overdracht tussen arts-assistent en behandelend arts
- Geluidsoverlast verminderen; verblijf op de afdeling is veelal onrustig door lawaai vanuit de omgeving en overlast van andere patiënten



### • Fase 3 Doen & Verbeteren

Na het Spiegelgesprek werd een tweede Masterclass georganiseerd die in het teken stond van concretiseren: Doen & Verbeteren. Met dezelfde selecte groep uit de eerste Masterclass zijn prioriteiten gesteld op de ingebrachte thema's en zijn de meest urgente thema's aangepakt. Hiervoor hebben we de Kaizen methodiek toegepast. Dit zijn de belangrijkste verbeteringen die binnen één week werden doorgevoerd:

- Er zijn afspraken gemaakt over de informatievoorziening naar patiënten, onder andere over wanneer men de arts assistent dan wel de behandelende arts kan verwachten. Ook patiënten die regelmatig terugkomen op de afdeling krijgen een meer persoonlijke benadering
- Diverse apparatuur is verplaatst naar een ruimte waardoor de nachtrust niet meer wordt verstoord. Mochten patiënten toch nog last hebben van geluidsoverlast dan kunnen zij gebruik maken van oordopjes. Overlast van licht in de nacht is opgelost door mijnwerkerslampjes te verstrekken aan verpleegkundigen die 's nachts hulp verlenen aan het bed
- Ook zijn de controlerondes van de nachtdienst aangepast. Om de nachtrust te bevorderen wordt niet iedere patiënt om 6 uur in de ochtend standaard gewekt.

Een reactie van de communicatiemanager van het Vlietland Ziekenhuis: 'Wij vonden dit eerste spiegelgesprek zo leerzaam en inzichtelijk dat we hebben besloten om spiegelgesprekken in te voeren op regelmatige basis zodat de stem van de patiënt echt in onze organisatie is te horen.'

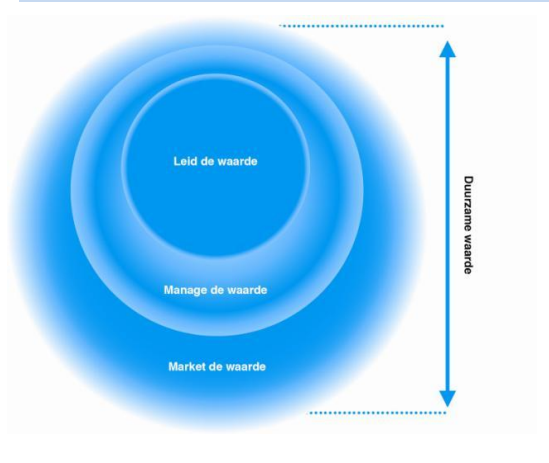
### De casuïstiek van het Vlietland Ziekenhuis in perspectief van het waardecreatie model

Het Vlietland ziekenhuis is op weg om duurzame waarde te creëren voor haar patiënten, haar medewerkers en haar financiële stabiliteit. In onze opvatting verloopt waardecreatie via drie golven: Lead the Value, Manage the Value en Market the Value. De eerste golf, Lead the Value, richt zich op het creëren van de juiste omstandigheden voor waardecreatie, zoals een heldere visie (met onder andere kernwaarden), een duidelijke sense of urgency maar ook de juiste mensen aan

boord. Bij Vlietland is dit gebeurd tijdens fase 1 en fase 2: de eerste Masterclass heeft er voor gezorgd dat de juiste mensen aan boord kwamen en dat ze gedegen werden voorbereid. Het Spiegelgesprek leidde tot een sense of urgency om de visie waar te maken en de kernwaarden na te leven.

De tweede golf, Manage the Value, heeft betrekking op 'waarmaken'; uitvoeren van de strategie en resultaten behalen. Tijdens de tweede Masterclass (Doen & Verbeteren) zijn de kritiepunten uit het spiegelgesprek met de patiënten omgezet in concrete verbeteracties die binnen één week zijn doorgevoerd.

De laatste golf in het waardecreatie model is Market the Value. Dit heeft betrekking op de



toekomstige verwachtingen van de buitenwereld ten aanzien van het Vlietland Ziekenhuis. De nieuwe aanpak van het Vlietland is zowel intern als extern gecommuniceerd en heeft geleid tot nieuwe energie.

Kortom, het Vlietland Ziekenhuis heeft geluisterd naar haar patiënten, heeft van ze geleerd en medewerkers hebben direct verbeteringen doorgevoerd. Medewerkers hadden een zeer positieve ervaring doordat zij zelf de verbeteringen hebben bedacht en geïmplementeerd. Dit heeft geleid tot waardecreatie op alle fronten.

Het Vlietland Ziekenhuis waardeerde de samenwerking en onze aanpak met een 9. Betrokken adviseurs van &samhoud; Barbara de Greeff, Otie Hauser en Maarten Sisselaar.

