



Ein vielseitiger Ansatz zur Ausbildung, Beobachtung und Feedback in einer erfolgreichen Händehygiene- Kampagne

Single-center-prospektive Studie

Durchgeführt vom Tufts Medical Center in Boston

WAS WURDE UNTERSUCHT?

- Nachdem herkömmliche Kommunikations- und Aufklärungsstrategien die **Händehygiene (HH) nicht verbessern konnten, wurde eine umfassende Kampagne implementiert, um das Ziel einer Händehygiene-Compliance (HHC) von 90 %** im Tufts Medical Center in Boston zu erreichen.
- Wichtige Bestandteile der **multimodalen Kampagne** waren:
 - Entwicklung einer Marketingkampagne, die auf die besondere Kultur des Zentrums zugeschnitten ist
 - Starke Unterstützung durch die Leitung des medizinischen Zentrums
 - Vielfältiger Schulungsansatz
 - Monatliches Feedback zur HHC

WAS WAR DAS ERGEBNIS?

Schnelle und anhaltende Verbesserung der HHC.

Signifikant höhere HHC (Mittelwert = 94 %) nach der Kampagne im Vergleich zur durchschnittlichen HHC-Rate in den sechs Monaten vor der Kampagne (72 %).

Eine vielschichtige Händehygienekampagne mit dem Fokus auf Aufklärung, Beobachtung und Feedback führt zu einer schnellen und nachhaltigen Verbesserung der HHC.





HINTERGRUND

Nosokomiale Infektionen (NI) verursachen erhöhte Mortalität, Morbidität, sowie verlängerte Krankenhausaufenthalte und tragen zu einem Anstieg der Kosten im Gesundheitswesen bei. Die Händehygiene (HH) ist ein grundlegender Aspekt zur Vermeidung von NI. Daher ist die Verbesserung der Händehygiene eines der Hauptziele der World Health Organization Patient Safety Challenge und eines der National Patient Safety Goals von der Joint Commission. In vielen Krankenhäusern ist die Einhaltung von Hygienestandards bei den Mitarbeitern des Gesundheitswesens nach wie vor gering. Und trotz des Vorhandenseins eines traditionellen HH-Programms am Tufts Medical Center (Boston) war die HHC konstant niedrig.

ZIEL

Ziel der Studie war es durch die Implementierung einer umfassenden, vielseitigen Händehygiene-Kampagne eine HHC von 90 % zu erreichen.

DESIGN UND METHODIK

Um die Einhaltung der Händehygiene deutlich zu verbessern, wurde im Tufts Centrum in Boston von März 2008 bis Februar 2009 ein sehr umfassendes HH-Programm implementiert. Es bestand aus:

- Einer HH-Marketingkampagne, die die Kultur des medizinischen Zentrums widerspiegelt
- Starke Unterstützung durch die Leitung des medizinischen Zentrums (auch in der Werbekampagne)
- Ein vielseitiger Schulungsansatz mit einer Reihe von Unterrichtsarten
- Installation von alkoholbasierten Hände-Desinfektionsmittelpender in allen öffentlichen Bereichen, die nicht der Patientenversorgung dienen
- Monatliches Feedback der HHC an die gesamte Klinikgemeinschaft

ERGEBNIS

Im Gegensatz zu früheren Kampagnen, die nur zu moderaten Verbesserungen der HH-Compliance führten (z. B. 72% in den sechs Monaten vor der Kampagne), führte diese umfassende HH-Kampagne zu einer schnellen und signifikanten Verbesserung der HH-Compliance (Abbildung 1). Die HH-Compliance stieg zu Beginn der Kampagne im März 2008 deutlich auf 90 %. Trotz einer kurzen Verringerung im April 2008 (87 %) blieb die Compliance konstant über dem Zielwert von 90 %, mit einem Mittelwert von 94 %.

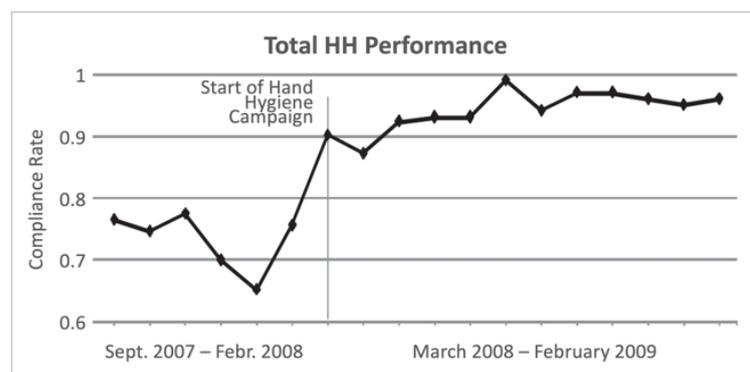


Figure 1: Modified from Doron 2011.

FAZIT

Nachdem traditionelle Kommunikations- und Aufklärungsstrategien versagt hatten, führte eine umfassende Kampagne mit einem multimodalen Ansatz zu einer schnellen und nachhaltigen Verbesserung der HHC in einem akademischen medizinischen Zentrum. Die Kampagne basierte auf Aufklärung, Beobachtung und Feedback zusammen mit einem starken Engagement der Krankenhausleitung.

