

Berliner Morgenpost

PANORAMA

Bedrucktes Toilettenpapier kann Leben retten

Hygieneregeln auf Papierrollen in Klinik-WCs. Effekt: Mehr Seifenkonsum, weniger Infektionen

Von Helmut Hetzel

Den Haag - Klopapier kann mitunter Menschenleben retten. Das ist jetzt wissenschaftlich bewiesen worden. In einem Feldversuch an der Erasmus-Universität in Rotterdam haben die beiden Studenten Bo Wiesman und Michael van Schie im Rahmen ihrer Abschlussarbeit im Fach Betriebswirtschaft folgendes Experiment durchgeführt: Sie haben in der Uniklinik Erasmus Medisch Centrum auf allen Toiletten beschriftetes WC-Papier platziert. Darauf waren jedoch keine Traktate des großen Humanisten Erasmus zu lesen, sondern klar und deutlich die Hygienevorschriften für ein Krankenhaus sowie Appelle, diese Vorschriften korrekt einzuhalten.

Die Aktion hatte Erfolg. Der Seifenverbrauch stieg sprunghaft um 35 Prozent an, weil das Krankenhauspersonal sich viel häufiger die Hände wusch. Und das nicht etwa nur nach dem Toilettenbesuch, sondern generell. Positiver Effekt: Es gab im Krankenhaus weniger Infektionen, die per Hand übertragen wurden.

"Das ist ein großartiger Erfolg", meint Bo Wiesman. Er weist auch darauf hin, dass durchschnittlich fast zehn Prozent aller Krankenhauspatienten in den Niederlanden - etwa 100 000 im Jahr - während ihres Krankenhausaufenthaltes eine bakterielle Infektion bekommen.

Durch die Hygieneappelle auf dem Toilettenpapier sei es nachweislich gelungen, dass die Hygienevorschriften in der Rotterdamer Uniklinik besser eingehalten würden als vor der Klopapieraktion. Letzten Endes können damit Menschenleben gerettet werden. Denn es würden immer wieder Patienten sterben, die sich erst im Krankenhaus eine Infektion geholt hätten. Da das Experiment in der Rotterdamer Uniklinik so erfolgreich verlief, wollen es die beiden BWL-Studenten nun ausbauen. Auch in Unternehmen, so meinen sie, könnte man bedrucktes Klopapier mit aufbauenden Sprüchen als Motivationsverstärker für die Arbeitnehmer einsetzen. Als nächster Schritt werde dann das WC-Papier sicher auch als Werbeträger genutzt.

Aus der Berliner Morgenpost vom 3. April 2007