

Change Management in einer Praxis

6 Fragen an eine Münchner Arzthelferin

1. Wie hilfreich finden Sie das Acht-Stufen-Modell von John Kotter?

Mit dem ersten Schritt der „Dringlichkeit“ haben wir die Weichen gestellt. In den folgenden Gesprächen wurden uns dann die Wichtigkeit und die Notwendigkeit des Umdenkens deutlich. Das wiederum war die Voraussetzung dafür, auch alle weiteren Stufen nehmen zu können bzw. zu wollen.

2. Warum halten Sie es für sinnvoll, zu bestimmten Fragen Arbeitsgruppen in der Praxis zu bilden?

Arbeitsgruppen motivieren, weil sie sich differenzierter mit einer Aufgabe befassen können und selbst für den Erfolg verantwortlich sind. Außerdem entsteht ein Teamgedanke, weil die Gruppenmitglieder mehr kommunizieren und kooperieren.

3. Wie wichtig finden Sie es, dass die Arbeitsgruppen aus Arzthelferinnen und Ärzten besteht?

Das halte ich für sehr wichtig, da wir so beide Gesichtspunkte beleuchten konnten – aus der Sicht des Arztes als Arbeitgeber und aus der Sicht der Arzthelferinnen als Arbeitnehmer. Durch den Altersunterschied konnten wir generationsübergreifend diskutieren. Alles in allem haben die Teams das Zusammenhörigkeitsgefühl in der Praxis gestärkt.

4. Berichten Sie bitte kurz von Ihrer AG: Warum finden Sie Ihr Thema wichtig?

Wir haben über das Praxis-Marketing gesprochen. Das Thema finde ich wichtig, weil wir unser gutes Marketing fortlaufend verbessern wollen, um uns im Markt zu positionieren. Letztlich ist das Marketing ja entscheidend dafür, welche Zahlen wir am Ende des Jahres schreiben.

Wir haben uns Maßnahmen überlegt, um die bereits bestehenden Patienten an die Praxis zu binden und neue Patienten hinzu zu gewinnen. Denn die Konkurrenz schläft ja nicht: Nur wer sich einen Wettbewerbsvorteil durch eine bessere Vermarktung schaffen kann, bleibt im Rennen.

5. Welche Veränderungen haben Sie in Ihrer AG bereits umgesetzt?

Wir haben für die Ärzte und das Praxisteam einen Fragenbogen zur Zukunftskonferenz entwickelt. Die Auswertung zeigte, welche Ziele und Vorstellungen die einzelnen Mitarbeiter haben. Das half uns, die Ziele des Praxismarketings klarer herauszuarbeiten und in praktikable Schritte umzusetzen. Es gab einen Relaunch unserer Homepage und viele Patienten äußern sich höchst positiv über unseren Internet-Auftritt. Außerdem netzwerken wir mehr als früher.

6. Wie bleiben Sie weiterhin am Ball?

Wir wollen weiterhin so viel Informationen und Wissen wie möglich sammeln, das Leistungsniveau hochhalten, uns selbst motivieren und weitere Projekte anstoßen.

Karin Hertzner

Pressearbeit

Agentur

Ysenburgstraße 6

80634 München

T: 089 / 5002 8445

info@karinhertzner.de

www.karinhertzner.de