

Geschlossener, homogener und stimmiger Auftritt

Wertewelten für die Arztpraxis – Teil 2

WIE FINDET MAN als Praxisinhaber die eigenen Werte? Am besten fragen Sie sich, was Sie unbedingt wollen, was Ihnen ganz besonders wichtig ist. Und natürlich, was Sie unbedingt vermeiden wollen, in diesem Falle ist Ihr Wert aber immer das Gegenteil davon. Erinnern Sie sich an die „Ich-will-Werte“ und die „Ich-will-nicht-Werte“ (Ausgabe *Ärzte Krone* 1/2010).

Überprüfen Sie auch, wofür Sie viel Zeit aufwenden und was Ihnen besonders viel Spaß macht – auch dahinter können sich Werte verbergen. Ist Ihnen vielleicht aufgefallen, dass Sie etwas anderes wollen als andere? Auch hier verbergen sich oft Werte. Sprechen Sie mit Menschen, die Sie sehr gut kennen, darüber, was diese Menschen für Ihre Werte halten, auch diese Fremdeinschätzung ist nützlich und hilfreich.

IHRE EIGENE LISTE ERSTELLEN

Fertigen Sie sich nun eine Liste mit Ihren zehn wichtigsten „Ich-will-Werten“ an, schreiben Sie nun zu jedem Punkt, den Sie als Wert bezeichnen, wann dieser für Sie gegeben ist. Denn schließlich versteht jeder unter den Begriffen der Liste etwas anderes. Haben Sie nun Ihre Werteliste fertig gestellt, ordnen Sie die Werte entsprechend der Bedeutung, die der jeweilige Wert für Sie hat. Das geht, indem Sie jeden Wert mit allen anderen vergleichen und sich immer Fragen: „Wenn ich mich zwischen dem Wert A und dem Wert B entscheiden müsste, welcher Wert ist für mich der wichtigste?“ Der wichtigere Wert erhält dann die Bewertung 1, der unwichtigere die Bewertung 0.

Nun gilt es, die für Sie wichtigen Werte in Ihre Praxis umzulegen – denn das, was Ihnen persönlich wichtig ist, wird Ihnen auch als Unternehmer Arzt wichtig sein. Überlegen Sie nun, welche Faktoren gegeben sein müssen, damit Ihr Wert auch

in Ihrer Praxis für Sie erfüllt ist. Wenn Sie diese Werte inklusive der Bedeutung, die diese für Sie haben, dann mit den verschiedenen Anforderungen Ihrer Patienten kombinieren, so werden Sie hieraus Ihr Leitbild, Ihre Mission und Ihre Vision ermitteln können. Bitte lassen Sie sich genügend Zeit für diesen Prozess. So kann sich Ihr Ergebnis „setzen“. Beleuchten Sie diese noch einmal, bevor Sie den nächsten Schritt machen.

WERTE IN DER PRAXIS VERANKERN

Nachdem Sie nun für Ihre Praxis die Basis für Ihre Philosophie schriftlich fixiert haben, sollten Sie Ihre Mitarbeiter damit vertraut machen. Ganz wichtig: Geben Sie Ihren Mitarbeitern die Möglichkeit, die von Ihnen entwickelten und vorgegebenen Grundsätze auf das eigene Arbeitsfeld umzulegen. Ein Beispiel: Gehört Zuverlässigkeit zu Ihren Werten, bedeutet diese für die Ordinationsassistentin etwas ganz Anderes als für einen Arzt-Kollegen oder die Reinigungsfrau.

Planen Sie einen Arbeitsablauf ein, bei dem die Mitarbeiter die Grundsätze auf ihr eigenes Arbeitsfeld umlegen können. Um das gewünschte Ergebnis so rasch wie möglich und ohne Irrwege zu erhalten, sind hier von Profis geführte Workshops

eine sehr gute Möglichkeit. Sie werden rasch feststellen: Ihre Praxis hat eine deutliche Richtung und eine klare Struktur bekommen, eine spürbar höhere Dynamik entwickelt. Sie und Ihre Mitarbeiter können nun am gleichen Strang ziehen und Ihre erarbeiteten Grundsätze mit Leben füllen: Ihre Praxis hat Profil.

VIKTORIA HAUSEGGER
mehr.wert.
für ärzte und apotheker.
marketing, das gezielt bewegt.
Tel. 0664/460 16 35
office@mehrwertmarketing.at
www.mehrwertmarketing.at



In der nächsten Ausgabe
der *Ärzte Krone* lesen Sie

DAS EINKOMMEN IM RUHESTAND GEZIELT ABSICHERN

Wie man Fehler in der Lebensfinanzplanung vermeidet – Teil 1

AB IN DEN SÜDEN OHNE HINDERNISSE

Wissenswertes über Urlaubsanspruch und Betriebsurlaub

STREITIGKEITEN BEI KASSENVERTRAGS-VERGABE

Wer ist dafür wirklich zuständig?