

Praxis

Das richtige (Fach-)Coaching

Effiziente Unterstützung für Ihr Praxismanagement und Praxismarketing. Von V. Hausegger

Heute stehen Ärzte vor einigen neuen Herausforderungen: die „Marktsituation“, erforderliche Planungen und notwendige Entscheidungen auf wirtschaftlicher Ebene, verändertes Patientenverhalten, Fragen der Mitarbeiterführung...

Insbesondere dann, wenn das Lösen der Herausforderung neue Denk- und Verhaltensmuster erfordert, wünscht man sich Unterstützung. Sowohl fachlich als auch mental. Entsprechend wächst der Bedarf an Beratung. Deshalb engagieren auch Praxisinhaber zunehmend (Fach-)Coachs. Doch wann ist eher ein Einzelcoaching und wann eher ein Team- oder Gruppencoaching angesagt?

Unterstützung beim Lösen aktueller Aufgaben

Hieraus hat sich ein scheinbar neuer Beratungsmarkt entwickelt, für den sich der Begriff Coaching etabliert hat. Unter diesem „Label“ werden die unterschiedlichsten Beratungsleistungen angeboten – für Ein-

zelpersonen und Personengruppen. Das schafft Verwirrung bei den Coaching-Interessenten. Deshalb seien hier einzelne Formen erläutert.

Die Grundform ist das sogenannte (Einzel-)Coaching. Bei ihm trifft sich eine Person, der sogenannte Coachee, mit einem Berater oder Coach, um mit ihm die Lösung für eine aktuelle berufliche oder private Herausforderung zu erarbeiten. Im Zentrum des Coachings steht also eine Frage, die einer baldigen Antwort bedarf.

Beim Coaching lautet die Grundannahme also: Grundsätzlich kann die Person ihre Aufgaben und Herausforderungen alleine mit Erfolg meistern. Sie benötigt aber in der aktuellen Situation zeitlich befristet eine Unterstützung. Der Fokus liegt bei Coaching also auf der zu bewältigenden Aufgabenstellung.

Dessen ungeachtet stößt man auch beim Coaching schnell auf Fragen wie: Zeigt die betreffende Person in vergleichbaren Situationen regelmäßig ähnliche Denk- und Verhaltensmuster? Schiebt sie zum Beispiel Grundsatzentscheidungen häufig auf

die lange Bank? Oder denkt sie vornehmlich „Das klappt nie“?

Fachwissen und Menschenkenntnis sind gefragt

Auch in den Coachingsitzungen werden also Fragen erörtert, die die Persönlichkeit des Coachee tangieren. Deshalb muss ein Coach neben dem erforderlichen Fachwissen auch psychologisches Know-how haben, damit er gegebenenfalls erkennt: Stopp, hier kommen wir in einen Bereich, der meine Kompetenz (und den Rahmen eines Coachings) übersteigt. Hier sollte ein anderer Spezialist zu Rate gezogen werden.

Ähnlich verhält es sich im Kontext des Praxisalltags, auch wenn hier die Coaching-Anlässe andere als im Privatbereich sind.

Hier kann ein Anlass sein, dass eine Ärztin oder ein Arzt unsicher bezüglich der Praxisstrategie ist, ob beispielsweise Zusatzleistungen integriert werden sollen oder nicht, ob die angedachten Zusatzleistungen erfolgreich sein werden, wie man Pa-

tienten dafür gewinnt und begeistert. Ein weiterer Anlass für Coaching kann sein, dass ein Arzt in seiner Funktion als Führungskraft Mitarbeiter motivieren, Problemstellungen besprechen, klare Zielsetzungen vorgeben, auftretende Konflikte im Praxisteam lösen muss und dabei Unterstützung und Beratung benötigt.

Im Zentrum stehen berufsbezogene Fragestellungen

Dennoch stellen sich auch hier häufig Fragen, die die Persönlichkeit betreffen, wie beispielsweise: Warum schreckt die Führungskraft Ärztin/Arzt davor zurück, Mitarbeitern zu sagen, dass sie mit deren Leistung unzufrieden ist? Warum türmen sich auf dem Schreibtisch immer mehr Aufgaben? Was verhindert, die Rolle der Führungskraft zu leben? Deshalb muss auch im Unternehmenskontext bei Einzelcoachings die Vertraulichkeit gewährleistet sein. Denn nur dann ist der Coachee bereit, mit dem Coach auch über persönliche Fragen zu sprechen.

Oft stehen in Praxen alle Mitarbeiter vor der Herausforderung, neue

Zur Person

Viktoria Hausegger



Foto: Aktiv

Diplomierte strategische Marketingmanagerin, Business-Trainerin, Wirtschaftsmoderatorin sowie Expertin für Dienstleistungsmarketing, berät Ärzte und Berufe im Gesundheitswesen.

für ärzte und apotheker marketing, das gezielt bewegt +43(0)664 460 16 35 office@mehrwertmarketing.at www.mehrwertmarketing.at

Denk- und Verhaltensmuster zu zeigen, zum Beispiel, weil sich die gesamten Rahmenbedingungen verändert haben, die Struktur der Ordination, des Teams oder der Patienten gewandelt hat. Dann sind vielfach Einzelcoachings nicht sinnvoll – aus Kostengründen und weil im Einzelcoaching kein (Erfahrungs-)Austausch mit Kollegen erfolgt. Zudem findet keine Verständigung auf ein gemeinsames Vorgehen statt. Dann ist eher ein Team- oder Gruppencoaching angesagt.

