Die Notwendigkeit des neuen Führens in der Physiotherapie (4. Teil)

Autor(en): **Mäder. Cornelia**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Physiotherapie = Fisioterapia**

Band (Jahr): **32 (1996)**

Heft 7

PDF erstellt am: **26.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-929113

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

PERSONALFÜHRUNG

Die Notwendigkeit des neuen Führens in der Physiotherapie

(4. Teil)

Cornelia Mäder, Basel, in Zusammenarbeit mit Hans Ruijs, Zürich

Während in den vorangegangenen drei Beiträgen vor allem das veränderte Führungsverständnis («Physiotherapie» 4/96), Aspekte der Gruppendynamik («Physiotherapie» 5/96) sowie Managementtechniken und Führungsinstrumente («Physiotherapie» 6/96) zur Sprache gekommen sind, befasst sich der vorliegende 4. Artikel schwerpunktmässig mit der Kundenorientierung in der Physiotherapie.

EINLEITUNG

In den letzten Jahren hat der Begriff der Kundenorientierung überall im Gesundheitswesen Einzug gehalten. Auch in diesem sozialen Bereich müssen immer schnellere und kompliziertere Veränderungen in immer kürzeren Reaktionszeiten bewältigt werden (vgl. 1. Teil). Dies bedingt, dass man sich dabei stärker am Markt und an den KundInnen orientiert. Für die Physiotherapie hat die Kundenorientierung mit der Einführung des neuen Krankenversicherungsgesetzes am 1.1.1996 zusätzlich an Bedeutung gewonnen. Gemäss diesem Gesetz könnten die Selbstbehalte der PatientInnen, von bis anhin 10% bei physiotherapeutischen Behandlungen, massiv erhöht werden. Sobald PatientInnen in grösserem Umfang zur Kostendeckung ihrer Therapie selbst beitragen, *müssen* wir ihnen vermehrt als KundInnen begegnen.

KUNDENORIENTIERUNG – CHANCE ZUR PARTNERSCHAFTLICHKEIT

Der Begriff KundIn stösst bei Angehörigen medizinischer Berufe zum Teil auf Unverständnis und/oder Widerstand. Für viele lässt er sich nicht mit den ethischen Grundsätzen und Idealen eines helfenden Berufes vereinbaren. Der Begriff KundIn und das oben erwähnte marktorientierte Denken beinhalten jedoch auch die Chance zu vermehrter Partnerschaftlichkeit im Gesundheitswesen.
Gerade in der Physiotherapie kann die PatientIn als KundIn eine grössere Eigenverantwortung für ihr Wohlbefinden übernehmen, und als LeistungsanbieterIn kann die PhysiotherapeutIn sich eher von der Vorstellung lösen, die PatientIn «heilen zu müssen».
Da eine der Besonderheiten im Gesundheitswesen die Tatsache ist, dass der Prozess der Dienstleistungserbringung immer *gemeinsam* mit der KundIn erfolgt, muss auf eine konstruktive Zusammenarbeit besonderen Wert gelegt werden. Die PatientIn als KundIn soll in einem realistischen (bzgl. ihres Gesundheitszustandes) Rahmen autonom werden, was innerhalb des physiotherapeutischen Behandlungsprozesses eine Erweiterung ihrer Selbstkompetenzen und eine Zunahme an Verantwortung für den eigenen Heilungsprozess bedeutet.

MANAGEMENT IM DIENSTLEISTUNGSUNTERNEHMEN

Im Rahmen eines markt- bzw. kundenorientierten Denkens kann also jedes Physiotherapie-Institut, sei es privat oder an ein Spital angegliedert, wie auch jede Physiotherapieschule als Dienstleistungsunternehmen angesehen werden (vgl. 1. Teil).
Im Falle einer Physiotherapieschule sind die KundInnen einerseits die SchülerInnen, welche die Dienstleistungen des Ausbildungsbetriebes in Anspruch nehmen. Andererseits sind es die PatientInnen, welche von den Auszubildenden behandelt werden. Die Praktikumsorte sind teils LeistungsanbieterInnen, indem sie für die Ausbildung mit PatientInnen die Verantwortung übernehmen, teils fungieren sie als KundInnen, die die Arbeitskraft der PraktikantInnen für ihren Betrieb nutzen. Der Gewinn einer solchen Sichtweise kann sein, dass eine Physiotherapieschule sich vermehrt über die Qualität ihrer Dienstleistungen an ihren KundInnen Gedanken macht. Konkret: Ist der Unterricht verständlich, qualitativ hochstehend und von grösstmöglicher Praxisrelevanz? Wird die Fach-, Persönlichkeits- und Sozialkompetenz der SchülerInnen durch entsprechende Vorbildwirkung der Unterrichtenden gefördert? Reagiert die Schule auf Veränderungen in der physiotherapeutischen Praxis, inklusive Veränderungen im gesamten Gesundheitswesen?

Das wichtigste Marketing-Instrument eines Dienstleistungsunternehmens ist die Fähigkeit der MitarbeiterInnen, die KundInnen in ihrer Situation wahrzunehmen. Deshalb werden nicht nur in einer Führungsfunktion im üblichen Sinne soziale Kompetenzen immer bedeutsamer, sondern im Zusammenhang mit jeder erbrachten Dienstleistung im Gesundheitswesen, sei es an der PatientIn oder an der SchülerIn bzw. PraktikantIn.
Für Führungskräfte und MitarbeiterInnen gilt gleichermassen, dass ihre gelebten Werthaltungen die Qualität der Leistung bestimmen. Betriebsklima und Unternehmenskultur wirken sich nämlich direkt und sofort auf die Zufriedenheit der KundIn und ihr Bild vom Unternehmen aus.

NOTWENDIGE ENTWICKLUNGSSCHRITTE

Der Erfolg eines Unternehmens wird in Zukunft mehr und mehr abhängig sein von der Beweglichkeit und der Lernfähigkeit der Menschen in diesem Unternehmen. Dafür sind sowohl innerbetrieblich als auch im allgemeinen Berufsumfeld Entwicklungsschritte notwendig.

Innerhalb des Betriebes sind folgende Punkte zu beachten:

- Die MitarbeiterInnen müssen sich mit den Qualitäts- und Leistungsstandards eines Dienstleistungsunternehmens in hohem Masse identifizieren können.

- Alle Aktivitäten in den einzelnen Unternehmensbereichen sollen primär auf die KundIn ausgerichtet werden.
- Es muss immer im Auge behalten werden, dass die Zufriedenheit der KundIn messbar ist (Erfolgskontrolle, Feedbackkultur). Dies bedingt, dass ein Unternehmen bereit ist, sich und seine Dienstleistungen permanent zu hinterfragen und insbesondere der kritischen Analyse zu unterziehen, ob das, was heute geboten wird, auch noch morgen und übermorgen genügen wird.
- Die zentrale Aufgabe des Managements ist die Motivation der MitarbeiterInnen.
- Führung selbst muss Dienstleistungscharakter haben (vgl. 3. Teil, v. a. Coaching).
- Die Führungskraft sollte die Potentiale der MitarbeiterInnen erkennen, um sie entsprechend fördern und für das Unternehmen optimal einsetzen zu können.

Im allgemeinen Berufsumfeld sind folgende Punkte zu beachten:

Die Antwort auf die Frage, wie die eigene Branche in Zukunft aussehen könnte, muss konkret formuliert werden. In der Physiotherapie heisst das, dass wir wichtige Trends (z. B. Bedeutungszuwachs der Medizinischen Trainingstherapie und der Gesundheitsvorsorge, Abwanderung von KundInnen zu AlternativtherapeutInnen) und mögliche ausbaufähige Betätigungsfelder (z. B. das weite Feld der Geriatrie, insbesondere der Spitexbereich) frühzeitig erkennen und rechtzeitig mit entsprechenden Konzepten und Angeboten darauf reagieren. Anschliessend muss mit den Kostenträgern über diese Therapieangebote verhandelt werden, damit sie in den Leistungskatalog der Physiotherapie aufgenommen und über die Versicherungen abgerechnet werden können.

Nur mit Engagement und Kreativität können wir unseren Berufsstand in der Zukunft überlebensfähig halten

Literatur

GLASL & BRUGGER: Der Erfolgskurs schlanker Unternehmen. Wien: Manz-Verlag, 1994.

NOBLE, K. A.: Damit der Kunde König wird. München: MVG-Verlag, 1993.

Le concept d'assurance FSP – une solution pratique pour les physiothérapeutes.

Grâce au concept d'assurances élaboré par la FSP en collaboration étroite avec la Mobilière Suisse, Société d'assurances, la Rentenanstalt/Swiss Life et la caisse-maladie Sanitas, nous proposons désormais aux membres de la Fédération et à leurs familles des prestations de services couvrant la totalité du thème «assurances». De A à Z.

Nous allons continuer, d'entente avec nos partenaires, à améliorer ce concept et à le compléter au besoin.

Les partenaires de la Fédération suisse des physiothérapeutes

Mobilière Suisse Société d'assurances

Rentenanstalt Swiss Life

sanitas

Votre numéro de référence: 022-367 13 74