

Werteentwicklung für die Praxis

Warum die Kommunikation über Werte so bedeutsam ist. Von Andrea Fahrländer und Bianca Böhmer.

„Die Leute kennen heute den Preis jedes Dinges, aber von nichts den Wert“, sagte schon Oscar Wilde. Übertragen wir diese Aussage in Ihre Praxis. Kam es schon einmal vor, dass Patienten mit ähnlichen Aussagen zu Ihnen gekommen sind, z. B. „Die Prophylaxe kostet bei Ihrem Kollegen aber nur die Hälfte“ oder „Die Krone ist woanders günstiger“? Kennen Sie diese Sätze? Es ist schwierig, die Werte

zieren können, ist es wichtig, die eigenen Werte zu kennen sowie sich deren bewusst zu sein. Auch unbewusste Werte können unser Verhalten und Handeln beeinflussen. Wenn Sie sich Ihrer Werte bewusst sind und diese nach außen kommuniziert haben, gibt es die bewusste Orientierung bzw. das bewusste Handeln/Steuern vor. Ihre Unternehmenswerte sind ebenso für die Mitarbeiter-

zwei anderen Lebensbereichen ist. Bitte auch hier spontan antworten. Antwortmöglichkeiten zu dem Lebensbereich Beziehung zu anderen (Partnerschaft/Mitarbeiter):

- Anerkennung
- Engagement
- Freundschaft
- Persönliche Entwicklung
- Offenheit
- Verlässlichkeit

finanzieller Gewinn und Verlässlichkeit. Somit ist Ihr oberster Wert Stabilität.

Wenn es nun darum geht, Stabilität und Ehrlichkeit miteinander zu vergleichen, fragen Sie sich, was Ihnen wichtiger ist: A (Stabilität) oder B (Ehrlichkeit)? Oder B oder C? Sobald ein anderer Wert wichtiger wird, beginnen Sie erneut, wie im ersten Schritt zu ermitteln. Auch hier gilt wieder, möglichst spontan zu antworten. Nun haben Sie sich Ihre drei höchsten Werte bewusst gemacht und haben jeweils einen übergeordneten Wert aus den Lebensbereichen Eigene Person, Beziehung zu anderen (Partnerschaft/Mitarbeiter) und Aufgaben/Arbeitsbereich definiert.

Festlegung der Praxiswerte

Die drei persönlichen Werte sind gut in eine Einzelpraxis übertragbar, da es die Persönlichkeit des Unternehmers sowie des Unternehmens in Bezug auf die Mitarbeiter-, Patienten- und Partnerschaftsbeziehungen widerspiegelt. Bei einer Mehrbehandlerpraxis kann die Wertefindung und -definition schon etwas herausfordernder sein. Es empfiehlt sich, dass Sie sich mit Ihren Partnern viel Zeit und Ruhe nehmen. Hier können zwei unterschiedliche Herangehensweisen gewählt werden:

Werteentwicklung anhand der drei Lebensbereiche

- Eigene Person
- Beziehung zu anderen (Partnerschaft/Mitarbeiter)
- Aufgaben/Arbeitsbereich

Werteentwicklung anhand des Praxisnutzens

- Warum sollen sich die Kunden für unsere Praxis entscheiden?
- Warum sollen die besten Mitarbeiter bei uns in der Praxis arbeiten und die besten Partner mit uns arbeiten?
- Was hat uns angeregt, unsere jetzige Tätigkeit aufzunehmen?

Erarbeiten Sie diese Punkte am besten auf einen Flipchart. Wenn Sie zu den einzelnen Bereichen Ihre Gedanken notiert haben, definieren Sie nun den übergeordneten Wert zu den drei Bereichen. Am Ende sollten Sie Ihre gemeinsamen drei Praxiswerte festgelegt haben.

Definition der Praxiswerte

Jetzt gilt es, Ihre drei Praxiswerte genauer zu betrachten. Dabei ist zu beachten, dass Werte auf einer hohen logischen Ebene angesiedelt sind – bewusste Werte dienen der Orientierung bzw. bewusstem Handeln; ohne Werte fehlt die Orientierung. Sie stehen im Zusammenhang mit unserer Identität. Was die Werte auf der Ebene

des Verhaltens konkret bedeuten, muss unbedingt geklärt bzw. abgeglichen werden. Wenn Sie nun gleiche Werte für Ihr Unternehmen gefunden haben, ist es sinnvoll, herauszufinden, ob das Gleiche unter diesen Werten verstanden wird. Sie könnten dadurch unterschiedlich handeln. Aus diesem Grund ist es enorm wichtig, genau nachzufragen und dies schriftlich zu fixieren.

Kommunikation der Praxiswerte im Team

Es gilt, Ihre festgelegten Praxiswerte dem Praxisteam mitzuteilen und herauszufinden, was der einzelne Mitarbeiter unter den jeweiligen Praxiswerten versteht bzw. damit verbindet. Dafür können Sie gut ein Teammeeting nutzen. Um zu erfahren, wie die Mitarbeiter diese Werte in den unterschiedlichen Funktionsbereichen der Praxis (Empfang, Prophylaxe, Beratung, Assistenz usw.) verstehen bzw. leben, hat es sich bewährt, dieses detailliert mit dem Team zu erarbeiten. So bewahren Sie sich ein einheitliches Handeln im Sinne Ihrer Unternehmenskultur.

Fazit

Eingehend haben wir die Frage gestellt, warum es wichtig ist, die Werte zu kommunizieren.

Erst wenn Sie und Ihre Mitarbeiter sich die Unternehmenswerte bewusst machen und dies sich in Ihrem Verhalten widerspiegelt, tragen Sie diese nach außen und kommunizieren dies Ihren Patienten. Erst wenn wir auch meinen, was wir sagen, und tun, was wir meinen, schaffen wir Glaubwürdigkeit und Vertrauen. Die Definition der Wertefindung ist für viele Unternehmer selbstverständlich kein alltäglicher Prozess. Daher empfiehlt es sich, dass Sie sich externe Unterstützung holen, um diesen Prozess neutral moderieren zu lassen. Denn es ist wichtig, dass Ihre Kunden den Wert Ihrer Leistung kennen und schätzen und nicht nur den Preis. ☑



unseren Kunden sowie den Mitarbeitern zu transferieren, denn der Preis ist das Offensichtliche. Warum ist es aber so wichtig, die Werte zu kommunizieren?

Fangen wir weiter vorn an. Warum sind Werte überhaupt wichtig?

Werte haben mit unseren Erfahrungen zu tun, wie bin ich aufgestellt, wie ticke ich. Erfahrungen sind geprägt durch Eltern, Lehrer, andere Vertrauenspersonen sowie die Gesellschaft, in der wir aufgewachsen sind und leben. Die Gesamtheit dieser Erfahrungen und die gehörten/erlernten Glaubenssätze (z. B. „Das tut man nicht“, „Das macht man nicht“, „Was sagen die Leute dazu?“, „Du schaffst das“, „Ich glaube an dich“) beeinflussen und steuern unser Verhalten und können sich dadurch auf unser Handeln auswirken. Daraus resultieren unterschiedliche Wertvorstellungen, die unsere Motivation, Entscheidungsfindungen, Leistungsfähigkeit und auch die Zielerreichung beeinflussen. Sie prägen sowohl den Lebenswillen, die Fähigkeiten, mit Stress umzugehen, und ermöglichen außerdem die Entwicklung und Gestaltung von positiven Lebensplänen und -zielen.¹ Damit Sie sich mit Ihrem Unternehmen (sowie Ihre Mitarbeiter mit Ihrer Praxis) richtig identifizieren können, ist es wichtig, die eigenen Werte zu kennen sowie sich deren bewusst zu sein. Auch unbewusste Werte können unser Verhalten und Handeln beeinflussen. Wenn Sie sich Ihrer Werte bewusst sind und diese nach außen kommuniziert haben, gibt es die bewusste Orientierung bzw. das bewusste Handeln/Steuern vor. Ihre Unternehmenswerte sind ebenso für die Mitarbeiter-

findung und auch -bindung sowie die Kundengewinnung und auch -beziehung von großer Bedeutung.

Aber wie machen Sie sich nun Ihre persönlichen Werte bewusst und definieren die Praxiswerte daraus?

Das Bewusstmachen der persönlichen Werte

Fragen Sie sich zuerst, welche der drei folgenden Lebensbereiche ist für Sie derzeit der wichtigste bzw. nimmt im Moment in Ihrem Leben die größte Rolle ein?

- Eigene Person
- Beziehung zu anderen (Partnerschaft/Mitarbeiter)
- Aufgaben/Arbeitsbereich

Wenn Ihre Antwort zum Beispiel die eigene Person ist, fragen Sie sich zunächst, was Ihnen zu dem Lebensbereich der eigenen Person am wichtigsten ist. Bitte antworten Sie ganz spontan, ohne zu überlegen. Mögliche Antworten/Werte könnten sein:

- Harmonie
- Kontrolle
- Zufriedenheit
- Zuverlässigkeit
- Freundschaft
- Natur
- Mut
- Liebe
- Wertschätzung

Dann stellen Sie sich die Frage, was Ihnen am wichtigsten zu den

- Zuneigung
- Status
- Reichtum

Antwortmöglichkeiten zu dem Lebensbereich Aufgaben/Arbeitsbereich:

- Persönliche Entwicklung
- Offenheit
- Vielfalt
- Wissen
- Stabilität
- Herausforderung
- Fairness
- Freie Zeiteinteilung
- Berufliches Weiterkommen

Jetzt kommt eine etwas herausfordernde Aufgabe. Aus Ihren vielen spontanen Antworten gilt es nun, die wichtigsten Werte zu definieren bzw. die Werte in einen übergeordneten Wert abzuleiten oder zusammenfassen. Zum Beispiel ist Ihnen eine gute Fachkenntnis im Lebensbereich Aufgaben/Arbeitsbereich wichtig und auch finanzieller Gewinn sowie die Verlässlichkeit. Diese Punkte geben Ihnen Stabilität in Ihrem Arbeitsbereich. Somit haben Sie Ihre Werte in den übergeordneten Wert Stabilität zusammengefasst.

Es geht darum, Ihre spontanen Antworten zu den jeweiligen Lebensbereichen zu priorisieren, um am Ende den obersten Wert bewusst zu ermitteln.

Beispiel

Stabilität = Wie wissen Sie, dass Stabilität gegeben ist? Dazu zählen für Sie gute Fachkenntnis,

¹ BCA – Kompaktausbildung Business Coach

PN Adresse

360° praxisberatung
 Andrea Fahrländer und Bianca Böhmer
 Grotenkamp 61
 24582 Bordesholm
 Tel.: 0176 46557012
 Tel.: 0176 20708044
 post@360praxisberatung.de
 www.360praxisberatung.de