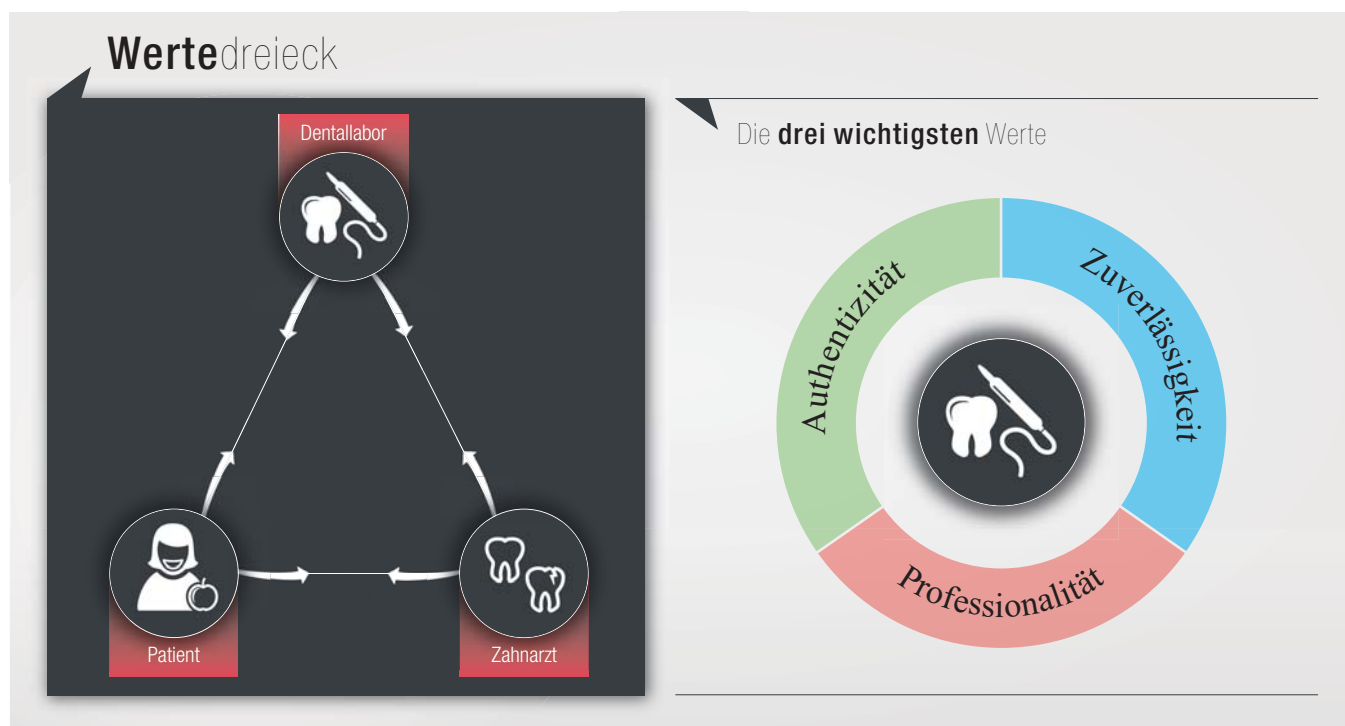


Ethische Grundlagen für den wirtschaftlichen Erfolg

| Henry Windisch

Eine nachhaltige Wertschöpfung auf der Grundlage der Wirtschaftlichkeit ist nur durch eine langfristige Werteorientierung möglich. Immer mehr Dentallabore leben dieses Wertedreieck in der Zusammenarbeit mit Zahnarztpraxen und Patienten.



Grafik: OEFMUS MEDIA AG/Piktogramme: © SimonasP

Solange es Menschen gibt, die denken können, gibt es auch die Überlegungen nach dem Sein, Sinn und dem Charakter. Bereits von Kindesbeinen an werden wir geformt, nicht nur durch das, was wir lernen, sondern vor allem durch die Werte, die wir im Elternhaus vorgelebt bekommen und später durch unsere sozialen Kontakte vertiefen. Dort entscheidet sich, ob wir uns eher sozial oder egoistisch verhalten, ob Zuverlässigkeit für uns wertvoll ist oder wir doch lieber auf das Verständnis un-

serer Mitmenschen setzen, wenn wir Zusagen oder Termine nicht einhalten. Über alle offiziellen Regeln, über alle Gesetze hinaus, sind es letztendlich die Werte jedes Einzelnen und einer Gesellschaft, die unser Miteinander – in jeder Hinsicht – gestalten.

Das Wertedreieck

Wertedifferenzen stehen an der Tagesordnung. Da wollen wir vielleicht endlich einmal Zeit mit unseren Kindern verbringen oder mehr Sport treiben und dann kommt doch wieder eine

wichtige berufliche Aufgabe dazwischen. Haben wir zwei Beteiligte, sind entsprechend mehr Werte im Spiel. Nicht immer müssen sich diese gegenseitig behindern, sondern können, sofern sie gleichgerichtet sind, auch eine enorme Kraft besitzen. In der Dentaltechnik gibt es mit Zahnarzt, dem Labor sowie dem Patienten sogar drei Beteiligte. Umso wichtiger ist es hier, sich auf gemeinsame Werte zu verständigen, zu wissen, mit wem man es zu tun hat, nicht nur auf geschäftlicher, sondern auch auf wer-

teorientierter Ebene. Lebt der Unternehmer seine Ethik nach innen und außen, wird er anders mit Mitarbeitern und Auftraggebern umgehen. Haben Zahnarztpraxen ein werteorientiertes Leitbild, wird dieses Werte-Verständnis sowohl der Zahnarzt-Patienten-Beziehung als auch der Praxis-Labor-Beziehung zugrunde gelegt. In diesem Dreieck sollte jeder wissen, was er vom anderen an Werten im Umgang miteinander erwarten kann und was er selbst bereit ist, für ein gutes Gelingen einzubringen. Denn nur wenn es letztendlich für jeden Beteiligten einen Mehrwert bringt, wird der Einzelne auch dazu bereit sein, werteorientiert zu handeln.

Die drei wichtigsten Werte

Sich auf „alte“ Werte zu besinnen und danach zu handeln, wird in der Medizinbranche nicht nur anerkannt, sondern hat – langfristig betrachtet – auch positive Auswirkungen finanzieller Art. Geschäftsbeziehungen halten länger und werden tiefer, wenn Menschen vertrauensvoll miteinander umgehen, sich auf das Wort des anderen verlassen können. Drei Werte haben sich im wahrsten Sinne des Wortes als wertvoll herauskristallisiert:

1. Zuverlässigkeit

Kann man sich auf jemanden verlassen, ob persönlich, beruflich oder im Business, wächst das Vertrauen. Dabei ist dieses Bindeglied kein für alle Zeiten festgeschriebenes Gesetz, sondern bedarf immer wieder der Erneuerung. Als Zulieferer muss ein Dental-labor gegebene Terminzusagen zwingend einhalten, weil der nächste Behandlungstermin unmittelbar davon beeinflusst wird. Nicht eingehaltene Anpass- bzw. Fertigstellungstermine bringen Verdruss – beim Zahnarzt, weil womöglich ein Behandlungszimmer leer steht, beim Patienten, weil er umsonst gekommen ist und noch länger mit dem Provisorium zurechtkommen muss. Alle Beteiligten müssen sich darüber im Klaren sein, dass Zusagen jeder Art eingehalten werden. Klappt dies – aus welchen Gründen auch immer – einmal nicht, wird frühzeitig kommuniziert und der Sachverhalt

dargelegt, um gemeinsam eine Lösung zu finden. Diese Verbindlichkeit bildet die Grundlage einer langfristig zufriedenstellenden Zusammenarbeit.

2. Professionalität

Eigentlich sollte eine möglichst hohe Qualität der geleisteten Arbeit ohne Ausnahme das Selbstverständlichste auf der Welt sein. Jeder Zahnpatient hat Anspruch auf die bestmögliche Lösung zur Behebung seines Problems. Professionalität bedeutet, anspruchsvollen Maßstäben – manchmal weit über die festgeschriebenen beruflichen Anforderungen hinaus – zu genügen und hat deshalb auch etwas mit dem Berufsethos zu tun. Wer möchte schon hören, dass er sich unprofessionell verhalten hat? Profis in der Dentalbranche wissen um diesen Anspruch und erfüllen ihn nicht nur durch die formal geforderte Qualität, sondern durch eine weitaus höhere Leistung, gerade wenn es um Problemlösungskompetenz geht.

3. Authentizität

Authentizität bedeutet Echtheit im Sinne von „als Original befunden“. Authentische Unternehmen greifen auf ähnliche Verhaltensweisen zurück, weil sie ihnen zu eigen und tief in ihrem Inneren verwurzelt sind. Wer authentisch ist, verstellt sich nicht. Schein und Sein klaffen nicht auseinander und bilden die Basis für Täuschung und Fälschung. Ganz im Gegenteil: Authentische Menschen und Unternehmen sind sich ihrer Stärken und Schwächen bewusst und deshalb in der Lage, mit sich selbst und anderen aufrichtig und ehrlich umzugehen sowie in jeder Hinsicht konsequent zu handeln. Die Zusammenarbeit gestaltet sich nicht heute so und morgen so, sondern ist geprägt von einer hohen Verbindlichkeit.

Werte sind Stabilitätsgrößen im Miteinander. Umso wichtiger ist es, sich diese Werte immer wieder bewusst zu machen und konsequent danach zu handeln. Doch so wie sich unsere Gesellschaft verändert und weiterentwickelt, sind auch Werte einem Wandel unterzogen. Deshalb müssen auch Dentallabore klar entscheiden:

Welche grundsätzlichen Werte liegen unserem Tun als Unternehmen zugrunde? Nach welchen ethischen Grundsätzen arbeiten wir mit unseren Mitarbeitern, Auftraggebern, Patienten, Lieferanten, Banken u.a. zusammen? Wir alle haben schließlich feine Antennen dafür, wo wir echte Wertschätzung erfahren.

autor.

Henry Windisch ist Geschäftsführer der Perspektive Netzwerk GmbH, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, starke Unternehmen der Zeitarbeitsbranche zu vernetzen, im Pool verstärkt Synergien zu nutzen und gemeinsam an einem positiven Image zu arbeiten. Der Unternehmensberater und Trainer kann selbst auf eine erfolgreiche Karriere in der Personaldienstleistung zurückblicken: Er war zwölf Jahre Geschäftsführer eines mittelständischen Personaldienstleisters sowie Preisträger „Bayerns Best 50“ 2003/2006 und „Europe's Top 500“ 2006. Seine 20-jährige Erfahrung bringt er nun ein, um in der Manufaktur für Personaldienstleister Kompetenzen von und für die Branche zu bündeln und interessierten Partnern zur Verfügung zu stellen.

kontakt.

Perspektive Netzwerk GmbH

Landwehrstraße 61
80336 München
Tel.: 089 411123311
E-Mail: info@perspektive-netzwerk.com
www.perspektive-netzwerk.com