

DIE ZM-KOLUMNE RUND UM DIE RELEVANTEN PRAXISFRAGEN

# Via Mitarbeiterbefragung zum Top-Chef



Foto: AdobeStock\_bell

**D**er Erfolg einer Praxis hängt wesentlich von den Menschen ab, die dort arbeiten – dieses Grundverständnis sollten wir uns immer wieder vor Augen führen. Ich hoffe, Sie konnten aus meinem „Dreiteiler“ zur Wertschätzung (zm 4/2021 bis zm 6/2021) die notwendigen Stellschrauben für sich herausarbeiten und sprechen (nun) die Sprache(n) der Wertschätzung. Ist dieses Fundament erst einmal gegossen, geht es darum, diesen Zustand regelmäßig zu überprüfen und zu evaluieren.

Dafür kann ich Ihnen nur den dringenden Rat geben, wiederkehrende Mitarbeiterbefragungen vorzunehmen. Diese Befragungen sind ein anerkanntes und weit verbreitetes Instrument

der Organisationsentwicklung, mit dem Sie bestehende Potenziale nutzen und neue Ressourcen freilegen können. Zusätzlich ist eine objektive Einschätzung Ihrer Praxis als Arbeitsplatz die Basis einer „strahlenden“ Arbeitgebermarke. Außerdem ist es schnell gemacht und einfach effektiv – also perfekt geeignet als Bedienungsanleitung zum Mitarbeitermanagement.

## HÄTTEN SIE SICH SELBST GERNE ALS CHEF?

Die grundlegende Voraussetzung, um eine positive Arbeitgebermarke zu werden, ist ein harmonisches Arbeitsumfeld beziehungsweise sind bestmögliche Arbeitsbedingungen. Nur in einem harmonischen Team werden sich Mitarbeiterinnen

und Mitarbeiter so wohlfühlen, dass eine langfristige Bindung an die Praxis erreicht werden kann und gleichzeitig eine effiziente Umgebung geschaffen wird. Dies wiederum sorgt dafür, dass sich die Angestellten positiv über die Praxis als Arbeitgeber äußern und stolz hinter ihr stehen.

Beginnen Sie also damit, Ihre eigene Praxis als Arbeitsstelle zu hinterfragen, versetzen Sie sich in die Lage des Personals und überlegen Sie, welche Benefits beziehungsweise Mehrwerte Sie selbst überzeugen würden, bei Ihnen arbeiten zu wollen.

Da man als Praxisinhaber in den meisten Fällen kein unverblühtes Bild über die aktuelle Stimmungslage im Team hat, sollte man die Angestellten selbst befragen. So kommen die Mitarbeiter wertschätzend zu Wort und man kann ganz klar aufzeigen, an welchen Defiziten innerhalb der Praxis gearbeitet werden muss.

### EHRLICHE ANTWORTEN GIBT ES NUR ANONYM

Achten Sie darauf, dass Sie sich eine anonymisierte und digitale Befragung herausuchen, da die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nur dann ehrlich antworten, wenn sie wissen, dass die Antworten nicht auf sie zurückzuführen ist. So können Sie sich auch mit anderen Praxen und die Ergebnisse mit vorangegangenen Befragungen vergleichen. Das wird Ihnen später sehr helfen, Dinge richtig einzuordnen. Es gibt spezielle Befragungen, die sich individuell auf den Medizinsektor beziehen und dort beispielsweise Prävention und Fortbildungen abfragen. Da die Dentalbranche und ihre Fachkräfte ein eigener

## DIESE 5 PUNKTE SIND BEI MITARBEITERBEFRAGUNGEN WICHTIG

Zusammen mit der Landes Zahnärztekammer Hessen haben wir Hunderte TOPMEDIS-Befragungen ausgewertet und festgestellt, dass bei Beachtung dieser fünf Punkte schon eine deutlich merkbare Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit erreicht werden kann.

- anonym
- digital
- regelmäßig einmal pro Jahr
- immer zur selben Jahreszeit (nicht die Winter- mit der Sommerlaune vergleichen)
- die Flop-5-Liste abbauen!

Sektor mit besonderen Anforderungen sind, sollten Sie zielgerichtet auf speziell zugeschnittene Befragungen Wert legen.

Die erhobenen Daten sind Planungs- und Entscheidungsgrundlage für konkrete Verbesserungsmaßnahmen. Die Ergebnisse können nur dann für Sie nützlich sein, wenn die Stellschrauben detailliert aufgezeigt werden. Es hat sich immer wieder gezeigt, dass schon kleine Veränderungen (Mitarbeiterfeedback, Bereitstellung von Getränken und Obst, Betriebliche Altersvorsorge) eine immense Auswirkung auf die Zufriedenheit haben. Die zielgerichtete Mitarbeiterbefragung schafft Aufklärung über Ihren Soll-

Die Edition  
für 40.990,- €\*

Signo T500+

3 JAHRE  
GARANTIE\*  
OHNE AUFPREIS

MORITA

über 20.000,- €\* gegenüber LVP sparen  
sofort lieferbar – solange der Vorrat reicht\*  
[www.morita.de/t500-plus](http://www.morita.de/t500-plus)



reddot award 2019  
best of the best

Design by  
STUDIO F+A PORSCHE

\* zzgl. ges. MwSt. Umfang und Bedingungen des Angebots zur Signo T500+:  
[www.morita.de/t500-plus](http://www.morita.de/t500-plus)

Zustand für eine bestmögliche Praxisharmonie. Ein besonderer Vorteil von Mitarbeiterbefragungen liegt im Win-win-Effekt: Zum einen erhöht sich für die Angestellten die Attraktivität des Arbeitsplatzes und zum anderen kann der Arbeitgeber von einer gesteigerten betrieblichen Leistungsfähigkeit profitieren. Außerdem kristallisieren sich automatisch die Vorteile heraus, die Sie zur Bildung einer attraktiven Arbeitgebermarke nutzen und umsetzen können.

Sobald die Ergebnisse und Verbesserungspotenziale aufgearbeitet sind, geht es darum, diese Mehrwerte nach außen zu kommunizieren. Viele Mitarbeiterbefragungen zeichnen die teilnehmenden Unternehmen mit entsprechenden Zertifikaten aus, die sowohl innerhalb der Praxis als auch in digitaler Form auf der Website und in den sozialen Medien präsentiert werden können. Nach dem Motto „Tue Gutes und sprich darüber“ sollten Sie über genau diese Wege versuchen, die Benefits nach außen zu tragen und allen potenziellen Bewerbern damit aufzeigen, warum es eine Freude ist, in Ihrer Praxis zu arbeiten.

Ein kleiner gedanklicher Seitenarm: Nachgewiesen ist inzwischen, dass die klassische Stellenanzeige, die dann einfach auf den Onlinebereich übertragen wird, kaum noch funktioniert. Das Verhalten seitens der Bewerberinnen und Bewerber hat sich verändert, so dass der Markt entsprechend mitziehen muss. Bauen Sie daher eine spezielle Karriereseite auf Ihrer Website, die Usern zusätzlich zu den bereits besprochenen Benefits und Zertifikaten die Möglichkeit der Schnellbewerbung bietet. Alternativ können Sie Ihr Profil auch auf Stellenbörsen präsentieren, die genau solche Funktionen anbieten. Selbst wenn man durch ein altmodisches Anschreiben inklusive Lebenslauf schon viel über den Bewerber erfahren kann, muss in unserer schnelllebigen Gesellschaft das Ziel sein, ihn

direkt zu einem Gespräch einzuladen. Sollte es dann nicht der sprichwörtliche Deckel zum Topf sein, hat man zumindest einen besseren Einblick erhalten. Wird der Bewerber allerdings bereits im Vorfeld abgeschreckt, ist keinem geholfen.

### **MACHEN SIE IHRE MITARBEITER ZU „TESTIMONIALS“**

Zu guter Letzt sollte natürlich das eigene Team so motiviert sein, dass es gerne für den eigenen Arbeitgeber wirbt. Setzen Sie beispielsweise auf einen „Arbeitgeberfilm“, in dem Sie das Team vorstellen, kurze Interviews führen und die Mehrwerte der Praxis aus Sicht des Arbeitnehmers in den Vordergrund rücken. Dieser Spot lässt sich hervorragend online integrieren – besonders in den sozialen Medien. Sie könnten beispielsweise eine oder einen ausgesuchten Angestellten als „Testimonial“ nutzen, der dann als offizielles Gesicht einer „Teamkampagne“ fungiert.

Es gibt im Bereich des Employer Brandings viele Möglichkeiten, seine Praxis ins richtige Licht zu setzen. Beginnen Sie beim Fundament – Ihrem Team. Finden Sie Verbesserungspotenziale durch eine Mitarbeiterbefragung heraus, erarbeiten Sie dadurch Ihren Optimal-Zustand und präsentieren Sie genau den der breiten Masse – so gelangen Sie nicht nur an bestmöglich motivierte (künftige) Angestellte, sondern schaffen ein top motiviertes Team.

In diesem Sinne ...  
Ihr Christian Henrici

zusammen mit Marc Barthen,  
Mitglied im Team Praxisflüsterer

---

Henrici@opti-hc.de, [www.opti-hc.de](http://www.opti-hc.de)



### **CHRISTIAN HENRICI – DER PRAXISFLÜSTERER**

Mit der Erfahrung aus mehr als 3.200 umfassenden zahnärztlichen deutschlandweiten Mandaten in knapp fünfzehn Jahren beantwortet der Praxisexperte und Hauptgesellschafter der „OPTI health consulting GmbH“ Fragen von Mandanten und Lesern zum Unternehmen Zahnarztpraxis. Der Einblick in seinen „Praxis“-Alltag soll Lösungsansätze aufzeigen, um Problemen in der Praxis so früh wie möglich begegnen zu können. Oder besser – um diese gar nicht erst entstehen zu lassen.