



Physician Networks Insights (PNI): Arztnetz-Leitungen betreiben zu wenig Marketing

Von *IFABS*

Erstellt am 11 Nov 2014 - 07:39

Das Anfang September gestartete Projektes „Physician Networks Insights (PNI)“, (vgl. unten) führt auch zu einer Vielzahl von Randerkenntnissen, die über den eigentlichen Praxismanagement-Untersuchungsaspekt hinausgehen. Ein Beispiel ist die geringe Marketingaktivitäten vieler Netzleitungen.

Kapazitäten und Kosten als Hinderungsgründe

Die Arbeit von Arztnetzen bietet den Mitglieds-Praxen und ihren Patienten eine Vielzahl von Vorteilen, die sich bis hin zu einer gesteigerten regionalen Versorgungsqualität auswirken. Doch die Netzleitungen unternehmen nur geringe Aktivitäten, um diesen Nutzen ihrer Arbeit zu kommunizieren, ein eindeutiges Profil zu gewinnen und um u. a. auch neue Mitglieder zu gewinnen. Als Hinderungsargumente werden – so ein PNI-Resultat – vor allem fehlende Kapazitäten und hohe Kosten genannt.

Mitglieder-integrierende Aktionen

Einer näherer Prüfung der Möglichkeiten halten sie jedoch nicht Stand. Ein Beispiel ist die marketingorientierte Nutzung von Patientenzufriedenheits-Befragungen. Ihre Resultate sind für die einzelnen Netzpraxen wichtig, aber auch – bei einem standardisierten Konzept – in einer Gesamtsicht der Befragungsergebnisse für die Netzleitungen, da hiermit alle Aspekte der Leistungsqualität belegt und präsentiert werden können. Derartige Ansätze erfüllen eine wesentliche Grundbedingung für erfolgreiche Netzmarketing-Arbeit, die besagt, dass die geplanten Aktionen Mitglieder-integrierend sein müssen, d. h. jede Praxis leistet einen Beitrag und profitiert gleichzeitig durch einen adäquaten Nutzen. Hinzu kommt als zweite Anforderung, dass sie Bestandteil einer Marketing-Strategie und eines Aktionsplans sein müssen, die eine Kontinuität der Maßnahmen sicherstellen und so die Nachhaltigkeit der Effekte garantieren.

Das Projekt „Physician Networks Insights (PNI)“?Fokus-Wechsel bei der Untersuchung von Arztnetzen

Standen bislang Untersuchungen der Effekte von Arztnetzen auf die Patientenversorgung und auf die Kooperationsqualität unter den Mitgliedern sowie zwischen diesen und anderen Leistungserbringern im Vordergrund, ist der Fokus des am 1. September gestarteten Projektes „Physician Networks Insights (PNI)“ auf das Praxismanagement gerichtet. Seine Qualität bestimmt – betriebs- und netzbezogen – die Möglichkeiten und das Ausmaß der angestrebten Kooperations- und Versorgungsleistungen.

Die Fragestellungen des Projektes

Das Projekt beschäftigt sich mit der Beschaffenheit, Effizienz und Effektivität des Praxismanagements in Arztnetz-Praxen, einmal im internen Vergleich sowie in Relation zu nicht organisierten Praxisbetrieben. Die Untersuchung zielt hierbei auf die Klärung u. a. folgender Sachverhalte:

- welche Praxismanagement-Strukturen und -Prozesse Netzpraxen generell in welchen Ausprägungen verwenden,
- ob die Zugehörigkeit zu einem Netz besonderer Praxismanagement-Konstellationen bedarf, es also ein spezielles „Netz-Praxismanagement“ gibt,
- ob in Arztnetzen andere Praxismanagement-Standards für Fachgruppen und die Best Practice-Orientierung bestehen als außerhalb,
- worin sich überdurchschnittlich erfolgreiche Netz-Praxen von anderen Mitgliedern unterscheiden,
- ob und wie die Praxisführung von Netz-Mitgliedern von der in Nicht-Netzpraxen abweicht (auch Fachgruppen-bezogen),
- ob Praxismanagement-Ansätze existieren, die aus dem Handeln der Netzpraxen auf „normale“ Praxen übertragen werden können oder umgekehrt.

Die Analyse-Ansatzpunkte des Praxismanagements

Die Erfassung des Praxismanagements erfolgt aus einer 360-Grad-Perspektive von Ärztinnen / Ärzten, Medizinischen Fachangestellten und Patienten. Zu den Analysepunkten zählen u. a. die

- strategischen Determinanten des Praxismanagements (SWOT, Wettbewerbsintensität etc.)
- verfolgte Praxis-Strategie



- eingesetzten Planungs- und Kontrollinstrumente
- Regelungen der Aufbau- und Ablauforganisation
- Regeln des ärztlichen Zeitmanagements
- umgesetzten Mitarbeiter- und Team-Führungsinstrumente
- Maßnahmen der Patientenbetreuung
- Offline- und Online-Medien der Marketingarbeit
- Gestaltungsfaktoren des Dienstleistungsdesigns
- Instrumente des Finanzmanagements.

Besonders wichtig: die Integration der Mitarbeiterinnen- und Patientensicht

Hinzu kommen die Beurteilungen der Medizinischen Fachangestellten zu ihrem Arbeitsrahmen, der aus dem Praxismanagement resultiert, zu ihrer Arbeitsbelastung sowie eine Erhebung existierender Verbesserungsvorschläge. Ebenso geben die Patienten der untersuchten Praxen ihre Beurteilungen zur Praxismanagement-Qualität ab.

Quelle: [http://ifabsthill.wordpress.com/2014/11/11/physician-networks-insights-p...](http://ifabsthill.wordpress.com/2014/11/11/physician-networks-insights-p-...) [1]

- [Arzt, Praxis und Qualifikationen](#)

Quellen URL (aufgerufen am 31 Dez 2020 - 00:12): <http://medkom24.eu/node/19665>

Links:

[1] <http://ifabsthill.wordpress.com/2014/11/11/physician-networks-insights-pni-arztnetz-leitungen-betreiben-zu-wenig-marketing/>