

INHALT

Change Management

Prof. Dr. Christian Loffing
Den Wandel gestalten
und nicht verwalten 4

Sascha Sassen
Professionalisierung durch
Standards in der Pflege 8

Michael Horst
Jenseits des Main-Streams:
Neue Werbeideen nutzen 12

VORWORT



Change Management

Wer sich in Zeiten eines stetigen Wandels langfristig gegenüber seinen Mitbewerbern auf dem Markt behaupten will, der ist mit einem gradual change – einem stetigen Anpassungsprozess an die Marktbedingungen – gut

bedient. Heute muss ein Veränderungsmanagement zu einer der wesentlichen Aufgaben der Unternehmensführung gehören.

Auf der Suche nach langfristigem Erfolg lohnt sich in diesem Zusammenhang ein Blick in die Ausführungen von Stadler aus dem Jahre 2007. Er untersuchte mit einem Forscherteam Unternehmen, die in den vergangenen 50 Jahren außergewöhnliche Erfolge erzielt haben. Die wesentliche Erkenntnis: Spitzenunternehmen folgen eisern den folgenden vier Prinzipien: Sie optimieren lieber bestehende Geschäftsfelder und Fähigkeiten, als neue zu erschließen. Sie diversifizieren nach Bedarf in allen Bereichen. Sie erinnern sich an Fehler und vermeiden peinlichst deren Wiederholung. Sie dosieren Veränderungen sehr sparsam.

Ein kurzfristiger Erfolg ist sicherlich auch außerhalb der kurz erwähnten vier Prinzipien zu erreichen. Wer jedoch auch morgen noch „kraftvoll zubeißen“ möchte, der sollte sich dem Thema Change Management rechtzeitig widmen.

In dieser Ausgabe richten wir unseren Blick zunächst auf grundlegende Erfolgsfaktoren eines Wandels in Unternehmen des Gesundheitswesens. In diesem Zusammenhang darf die Berücksichtigung von Standards in der Pflege im Rahmen einer weiteren Professionalisierung sowie die Überprüfung und der Ausbau der eigenen Marketingaktivitäten nicht fehlen.

Wir wünschen Ihnen nun viel Spaß beim Lesen und hoffen, dass Sie ein paar unserer Gedanken zu einem gelungenen Wandel anregen.

Prof. Dr. Christian Loffing
Direktor des Forschungsschwerpunktes Kompetenz im Alter
Hochschule Niederrhein, Fachbereich Sozialwesen,
Mönchengladbach

IMPRESSUM

Redaktion: Ass. Jur. Thomas Höhl, Wolters Kluwer Deutschland, Freisinger Straße 3, 85716 Unterschleißheim, Telefon: 089/36007-3147, E-Mail: thoehl@wolterskluwer.de

Verlag (einschl. Abonnementverwaltung): Wolters Kluwer Deutschland GmbH, Heddesdorfer Straße 351, 56564 Neuwied, Telefon 02631/801-2000, Telefax: 02631/801-2415. Herstellung: Helmut Beausencourt, Unterschleißheim.

Anzeigen: Stefanie Szillat, Wolters Kluwer Deutschland GmbH, Luxemburger Straße 449, 50939 Köln, Telefon: 0221/94373-7138, Telefax: 0221/94373-17138, E-Mail: sszillat@wolterskluwer.de, z.Zt. gilt die Preisliste Nr. 1 ab 1. November 2009

Erscheinungsweise: PflegeManagement ist eine feste Beilage der Zeitschrift PflegeRecht und kann nicht separat bezogen werden. Die PflegeRecht erscheint 12-mal jährlich.

Bezugspreis für die Zeitschrift PflegeRecht: jährlich € 179,90; Einzelpreis € 17,-; Vorzugspreis für Schüler und Studenten € 99,- zzgl. Versandkosten. Das Abonnement der Zeitschrift PflegeRecht ist schriftlich mit einer Frist von sechs Wochen zum Ende eines Kalenderjahres kündbar. Probeabonnements, die nicht acht Tage nach Erhalt des letzten Probehefts schriftlich gekündigt werden, gehen automatisch in ein Jahresabonnement über. ISSN: 1433-7231

Umschlag und Layout: Martina Busch, Grafikdesign, Fürstfeldbruck
Titelabbildungen: iStock photos

Satz: Memminger MedienCentrum AG, Memmingen

Druckerei: Wilhelm und Adam, Heusenstamm

Copyright: 2010 Wolters Kluwer Deutschland GmbH.

Urheber und Verlagsrecht: Die Beilage PflegeManagement und alle veröffentlichten Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Manuskripte werden nur zur Alleinveröffentlichung angenommen. Der Autoren versichern, über die urheberrechtlichen Nutzungsrechte an ihren Beiträgen einschließlich aller Abbildungen allein verfügen zu können und keine Rechte Dritter zu verletzen. Mit Annahme des Manuskripts gehen für die Dauer von vier Jahren das ausschließliche, danach das einfache Nutzungsrecht vom Autor auf den Verlag über, jeweils auch für Übersetzungen, Nachdrucke, Nachdruckgenehmigungen und die Kombination mit anderen Werken oder Teilen daraus. Das Nutzungsrecht umfasst insbesondere auch die Befugnis zur Einspeicherung in Datenbanken sowie zur weiteren Vervielfältigung und Verbreitung zu gewerblichen Zwecken im Wege foto-mechanischer, elektronischer und anderer Verfahren einschließlich CD-Rom und Online-Diensten.

Jede vom Urheberrechtsgesetz nicht ausdrücklich zugelassene Verwertung bedarf vorheriger schriftlicher Zustimmung des Verlags. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigung, Bearbeitung, Mikroverfilmung und Einspeicherung, Verarbeitung bzw. Wiedergabe in Datenbanken oder anderen elektronischen Medien und Systemen. Fotokopien dürfen nur als Einzelkopien für den persönlichen Gebrauch hergestellt werden.

www.wolterskluwer.de