

Blitzlicht

Profil zeigen – und gewinnen

Das sogenannte Corporate Design bezeichnet das äussere Erscheinungsbild eines Unternehmens oder einer Organisation – das Logo ist für gewöhnlich der sichtbarste Teil davon. Wie nützlich ein einheitlicher Auftritt nach aussen ist und weshalb das Logo der FMH Tradition ausdrückt, erklärt Corporate Design-Fachmann Daniel Felder. Er ist Mitinhaber der Kommunikationsagentur FelderVogel (www.feldervogel.ch) in Luzern, die unter anderem für den Geschäftsbericht mit der FMH zusammenarbeitet.



Kommunikationsprofi Daniel Felder weiss, wie Unternehmen zu einem charakteristischen Auftritt kommen.

Daniel Felder, wie würden Sie Corporate Design (CD) einem Kind erklären? Und einem Erwachsenen?

Einem Kind würde ich sagen: Rotkäppchen ist nur dann Rotkäppchen, wenn es ein rotes Käppchen trägt. Einem Erwachsenen gegenüber würde ich CD als das Selbstbild einer Organisation oder eines Unternehmens beschreiben, als das Zusammenspiel des Logos mit Farben, Formen und Bildern sowie der Typographie.

Welche Kriterien machen aus Ihrer Sicht ein gelungenes CD aus?

Idealerweise stimmt das Selbstbild einer Organisation mit ihrem Fremdbild überein. Das CD erfüllt für eine Organisation eine doppelte Aufgabe: Es muss ihre Identifikation nach innen und ihre Akzeptanz nach aussen fördern. Am meisten überzeugen mich Erscheinungsbilder, die auf den ersten Blick etwas über die Funktion der Marke auszudrück-

ken scheinen, wie Nike mit dem Zeichen der Rennbahn.

Wie wichtig ist CD für den Erfolg eines Unternehmens? Was ist der Nutzen?

Tagtäglich werden wir mit einer riesigen Menge an Informationen konfrontiert, die wir einordnen und auf die wir reagieren müssen. Mit einem konsequent angewandten CD profitiert ein Unternehmen nicht nur von einem klaren, im Vergleich zur Konkurrenz unverwechselbaren Profil, sondern es macht dadurch seine Werte und Haltung nach aussen sichtbar. Als weiterer positiver Effekt stärkt es seine Glaubwürdigkeit.

Welche Rolle spielt CD in der täglichen Arbeit?

CD wird oft unterschätzt – ein gutes Design und ein professioneller Auftritt können das Wohlbefinden und die Identifikation der Mitarbeitenden mit dem Unternehmen steigern.

Wie gehen Sie vor, um ein CD für einen Kunden zu definieren?

Für diesen Prozess setzen wir das Unternehmen einem Menschen gleich. Zuerst bestimmen wir in einem Workshop seine «Persönlichkeit» mit Hilfe von OVREA Corporate Personality®, einem von uns speziell entwickelten Werkzeug. In einem zweiten Schritt legen wir konkrete Elemente fest, wie beispielsweise Struktur, Farben oder Bilder. Erst wenn diese Grundzüge definiert sind, beginnen wir mit dem tatsächlichen Design der Marke.

Wie schätzen Sie das CD der FMH ein?

Durch die klassischen Farben und Schriftzüge sowie typische Zeichen wie den Äskulapstab vermittelt es den Eindruck von Tradition und Reputation. Da wichtige Begriffe wie Gemeinschaft oder Service die FMH ebenso kennzeichnen, würde ich versuchen, auch diese im Design zu integrieren.

Aus den Abteilungen

Kommunikation

Telefon ade, welcome UCC!

Die bisherige Telefonanlage hat ausgedient – neu kommuniziert das Generalsekretariat ab April 2012 mit Unified Communications and Collaboration (UCC). Kommunikationsmöglichkeiten wie Telefonie, E-Mail, Instant Messaging, Audio- und Videokonferenzen, Präsenzstatus, Fax und Application Sharing sind mit UCC auf einer einzigen Plattform zusammengeführt. Damit werden die Kommunikation und der Informationsaustausch mit den Kommissionen und Arbeitsgruppen, mit den Aussenstandorten des Generalsekretariates sowie den Home-Office-Workern erleichtert. «Wir haben im Vorfeld die unterschiedlichen Bedürfnisse erhoben und evaluiert. Daraus hat sich klar ergeben, dass UCC die optimale Lösung ist und der sich verändernden Arbeitsumgebung am besten entspricht», führt Jürg Jau, ICT-Verantwortlicher und Projektleiter, aus. Als nächster Schritt steht nun die Schulung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an.

Daten, Demographie, Qualität

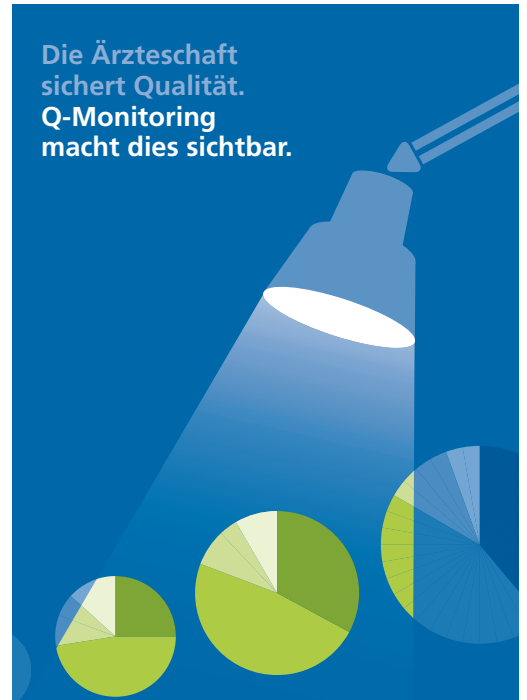
Transparentes Engagement

Das Projekt *Q-Monitoring ambulante Medizin CH* will anhand von Zahlen das Spektrum an Qualitätsaktivitäten aufzeigen, welche ambulant tätige Ärztinnen und Ärzte bereits heute leisten. Diese Bestandesaufnahme wird den beteiligten Fachgesellschaften als gute Entscheidungsgrundlage etwa für zielgerichtete Fortbildungsangebote oder die Entwicklung der fachinternen Qualitätsstrategien dienen. Aber auch Sie als teilnehmende Ärztinnen und Ärzte erhalten ein wertvolles Feedback und einen Überblick im Dschungel der Qualitätsaktivitäten!

Besitzen Sie einen der folgenden Facharztstitel?

- Allgemeine Innere Medizin
- Anästhesiologie
- Gynäkologie und Geburtshilfe
- Kinder- und Jugendmedizin
- Kinder- und Jugendpsychiatrie und -psychotherapie

Die Ärzteschaft sichert Qualität. Q-Monitoring macht dies sichtbar.



Q-Monitoring: Rund 11 000 ambulant tätige Ärztinnen und Ärzte sind eingeladen, ihre aktuellen Qualitätsaktivitäten zu deklarieren.

- Oto-Rhino-Laryngologie
- Pneumologie
- Psychiatrie und Psychotherapie
- Radiologie

Falls ja, bitten wir Sie, Ihre bereits heute geleisteten Qualitätsaktivitäten zu erfassen, selbstverständlich mittels freiwilliger und vertraulicher Selbstdeklaration. Bitte loggen Sie sich dazu auf dem geschützten myFMH-Mitgliederportal ein (www.myfmh.ch) und wählen Sie dort den entsprechenden Fragebogen aus. Weiterführende Informationen zum Projekt finden Sie auf www.fmh.ch → Qualität → Q-Monitoring.

Sollten Sie Hilfe bei der Registrierung auf myFMH benötigen, ist die Abteilung Dienstleistungen Mitglieder für Sie da (031 359 12 59, [myfmh\[at\]fmh.ch](mailto:myfmh[at]fmh.ch)). Bei Fragen zum Projekt gibt die Abteilung DDQ gerne Auskunft (031 359 11 11, [ddq\[at\]fmh.ch](mailto:ddq[at]fmh.ch)).

Die FMH sowie die beteiligten Fachgesellschaften danken allen Ärztinnen und Ärzten, die sich bereits an der Umfrage beteiligt haben, ganz herzlich für ihr Engagement!

Aktuell und spannend – Zahlen 2011

In der Schweiz garantieren über 30 000 Ärztinnen und Ärzte die ärztliche Versorgung der Schweizer Bevölkerung. Im Durchschnitt ist ein Arzt knapp 51 Jahre alt – seine Kollegin ist mit durchschnittlich 45 Jahren etwas jünger. Nicht nur jünger sind die Medizinerinnen, sondern auch immer zahlreicher. Dies zeigt sich in der steigenden Frauenquote bei den Studierenden der Humanmedizin und bei den Assistenzärzten. Dies ist nur eine kleine Auswahl der aktuellen und spannenden Zahlen der FMH-Ärzttestatistik 2011, welche Mitte März 2012 in der Schweizerischen Ärztezeitung publiziert worden ist.

Sie finden die bewährten Tabellen und Artikel wie auch das Online-Abfrage-Tool mit diversen Jahresvergleichen auf www.fmh.ch → Ärztedemographie → Ärzttestatistik. Mit wenigen Mausklicks lassen sich die gewünschten Informationen interaktiv abfragen, als Tabelle oder Grafik darstellen und ausdrucken bzw. exportieren. Gerne stellt die Abteilung Daten, Demographie und Qualität bei Bedarf auch spezifische Auswertungen und Analysen für Sie zusammen ([ddq\[at\]fmh.ch](mailto:ddq[at]fmh.ch)). Danke, dass Sie mit der Selbstdeklaration Ihrer Daten auf myFMH zu einer qualitativ guten Datengrundlage für die FMH-Ärzttestatistik 2011 beigetragen haben!



Der Ärzttestatistik-Flyer 2011 präsentiert interessante Fakten zur Schweizer Ärzteschaft.

Tarife und Gesundheitsökonomie Spitalärzte

Rege genutzte Dokumentationsmuster

Die Anforderungen an die ärztliche Dokumentation werden immer vielfältiger. Dies vor allem auch deshalb, weil die erbrachten Leistungen selbst immer komplexer werden und zahlreiche Fachkräfte im Gesundheitswesen einbeziehen. Die ärztlichen Fachgesellschaften haben dieser Komplexität Rechnung getragen, indem sie für die Prozedurenklassifikation CHOP in den Antragsverfahren komplexe und multimodale Codes beantragten. Um die Ärzte bei der Dokumentation dieser komplexen Leistungen zu unterstützen, hat die FMH im Jahr 2011 auf Wunsch der Fachgesellschaften 35 Dokumentationsmuster zur Verfügung gestellt. Diese wurden im vergangenen Jahr insgesamt über 3400 Mal heruntergeladen – wir freuen uns, dass dieses Angebot rege genutzt wurde.

Um den Ärzten auch in diesem Jahr diese Unterstützung anzubieten, hat die FMH die bestehenden Dokumente aktualisiert und um die Dokumentationsmuster zu jenen Codes ergänzt, die neu in die CHOP 2012 aufgenommen worden sind. FMH-Mitgliedern stehen somit 53 Dokumentationsmuster unter www.fmh.ch → Tarife → SwissDRG → Ärztliche Dokumentation komplexer CHOP-Kodes zur Verfügung. Diese Vorschläge lassen sich selbstverständlich anpassen und individuell anwenden. In den ersten fünf Wochen des Jahres 2012 erfolgten bereits über 1000 Downloads dieser Dokumentationshilfen.

Fortbildungsseminare zu SwissDRG

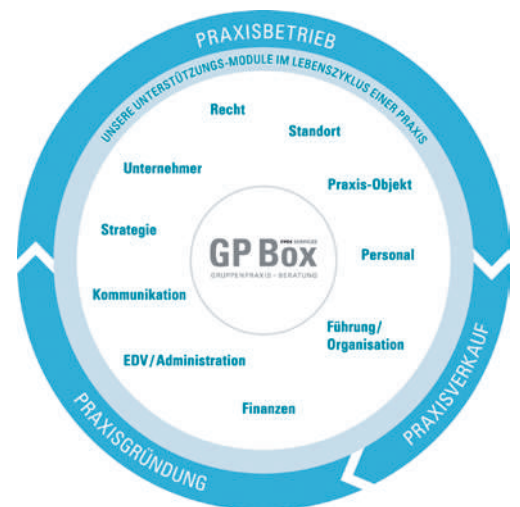
Vier von fünf Spitalärzten haben nur wenige oder keine SwissDRG-Kenntnisse – dies ergab eine repräsentative Umfrage von gfs.bern im Auftrag der FMH (vgl. www.fmh.ch → Tarife → Begleitforschung). Deshalb bietet die FMH zusammen mit H+ Bildung ihre bewährten Seminare für Ärztinnen und Ärzte zum Thema SwissDRG auch dieses Jahr an. Erneut auf dem Programm stehen zudem das praktische Seminar zur Kodierung und Dokumentation sowie das zweitägige Intensivseminar Medizin und Ökonomie für Ärztinnen und Ärzte. Die Seminare kommen ohne Sponsoringbeiträge aus und sind nicht gewinnorientiert. Detaillierte

Informationen zu allen Angeboten finden Sie unter www.fmh.ch → Tarife → SwissDRG.

FMH Services

Erfolgsfaktoren für die Gruppenpraxis

Der Trend bei der selbstständigen ärztlichen Berufsausübung geht klar in Richtung Gruppenpraxis als eine Unternehmensform, die neue und entscheidende Chancen bietet. «Die Komplexität eines Praxisprojekts steigt erheblich mit zunehmender Anzahl der Unternehmer. In vielen Fällen ist professioneller Support angezeigt», hält Beat Bär fest. Er leitet seit Februar 2012 FMH Services, die eigenständige Dienstleistungsorganisation der FMH-Mitglieder für Arztpraxen aller Art. Bei einer Gruppenpraxis sind die Anforderungen sowie der rechtliche, steuerliche und betriebswirtschaftliche Spielraum vielfältiger als bei einer Einzelpraxis. «Mit dem Angebot «GP Box» können die FMH Services ein betriebswirtschaftliches Modell für ein modulares, effizientes Vorgehen zur Verfügung stellen», freut sich Bär, «sei es für die Gründung, den Betrieb oder die Nachfolgeregelung von Praxen.» Entwickelt wurde GP Box vor allem für Gruppenpraxen, geeignet ist es aber auch für kleinere Praxen. Praxisinhaberinnen und -inhaber können sich wahlweise in bis zu zehn Modulen beraten lassen, unter anderem zu den Themen Standortbestimmung, Führung/Organisation, Personal oder EDV/Administration. Genauere Informationen zum neuen Angebot GP Box stehen auf www.fmhservices.ch → Consulting Services → Praxisberatung GP Box bereit.



«GP Box» mit zehn betriebswirtschaftlichen Modulen.