

Gesunde Zukunft HSK

RCC gestaltet den Dialog bei der Teilprivatisierung der HSK, Dr. Horst Schmidt Kliniken GmbH

Die HSK, Dr. Horst Schmidt Kliniken GmbH ist das größte Krankenhaus der Landeshauptstadt Wiesbaden und das zentrale Versorgungskrankenhaus der Region. Die Klinik ist zudem Lehrkrankenhaus der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz. Sie verfügt über rund 1.000 Planbetten und beschäftigt 3.000 Mitarbeiter. Vor dem Hintergrund der aktuellen und künftigen wirtschaftlichen Herausforderungen sowie der wirtschaftlich schwierigen Situation der HSK sucht die Stadt Wiesbaden nach potenziellen Partnern. Die Belegschaft der HSK soll innerhalb des Partnerauswahlverfahrens beteiligt werden. Die Wiesbadener Bevölkerung soll über den Prozess ebenfalls detailliert informiert und eingebunden werden. Ziel ist es, durch die Einbeziehung der Mitarbeiterschaft wichtige Impulse für eine zukünftige Positionierung der HSK sowie zur Ausgestaltung und Anerkennung der angestrebten Partnerschaft zu erhalten.

Die (Teil-) Privatisierung einer Klinik ist ein hoch emotionales und zum Teil auch angstbesetztes Thema.

RCC entwickelt deshalb einen mehrstufigen Dialog- und Beteiligungsprozess, der von Anfang an alle wesentlichen Zielgruppen wie Mitarbeiter, politische Entscheidungsträger, sonstige Interessengruppen und die Öffentlichkeit aktiv einbindet: „Gesunde Zukunft HSK“.

RCC formuliert das Agendasetting für politische Entscheidungsträger, Verfahrensbeteiligte und sonstige Stakeholder und koordiniert darauf aufbauend die Kommunikation während des gesamten, streng vertraulichen Auswahlverfahrens. Die verschiedenen Standpunkte auf Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite werden in diesen Dialog intensiv mit einbezogen.

Am Anfang des Dialogprozesses steht eine umfassende Befragung, die die Belegschaft der HSK in die Diskussion über die Zukunft einbezieht. Themenschwerpunkte sind u.a. die Identifikation von Stärken und Verbesserungspotenzialen hinsichtlich der Zusammenarbeit/Interaktion,



Umsetzungsbeispiel: Imageanzeigen

der Außendarstellung und Zielgruppenansprache, der Patientenversorgung sowie die Benennung von Entwicklungsmöglichkeiten für eine gesunde Zukunft der HSK. Die Ergebnisse dieser Befragung werden im Anschluss durch Einzelinterviews mit Mitarbeitern verschiedener Dienstgruppen vertieft. Ergänzt wird diese Innensicht zudem durch eine Reihe von Expertenbefragungen, die die Bedeutung der HSK und mögliche Positionierungsansätze am Standort Wiesbaden beleuchtet.

Die so gewonnenen Erkenntnisse werden im Rahmen eines Mitarbeiter-Symposiums mit Meinungsbildnern aus dem Stakeholder-Cluster intensiv diskutiert. Hier werden die Schwerpunkte und Fokusthemen erarbeitet, die bei der Auswahl eines strategischen Partners berücksichtigt werden sollen. In einer Reihe von Dialogforen werden weitere Impulse zur Detaillierung der angestrebten Partnerschaft erarbeitet.

Success Stories

Umsetzungsbeispiel: Internetseite



Umsetzungsbeispiel: Newsletter

Einladung zur Mitarbeiterbefragung: Ihre Meinung für unsere Zukunft.

Eine gesunde Zukunft für die HSK ist unser gemeinsames Ziel. Wir sind überzeugt, dass Sie – die den Klinikalltag täglich gestalten – am besten wissen, wo die Stärken und Verbesserungspotenziale der HSK liegen.

Deshalb möchten wir Sie zu einer Mitarbeiterbefragung einladen. Wir bitten Sie herzlich: Nutzen Sie diese Gelegenheit und nehmen Sie sich ein paar Minuten Zeit für die Beantwortung der Fragen.

Mit Ihrer Teilnahme schaffen Sie die Grundlage für einen fruchtbaren Dialog.

Weitere Informationen zur Mitarbeiterbefragung erhalten Sie beim Mitarbeiterforum am 14. April (Hörsaal des Dr. Peter-Jäger-Bildungszentrums), zu dem wir Sie herzlich einladen.

M. Bredt
 Volker Bredt,
 Sprecher des Geschäftsführung
 HSK – Medizinische Universität
 Hannover

JETZT SIND
WIR
 GEFRAGT!

Ruth Dosenwendt,
 Krankenschwester &
 stellv. Bereichsleitung,
 A 34

Umsetzungsbeispiel: Poster



Umsetzungsbeispiel: Tablettunterlagen

Schon vor der Befragung gilt es, die Mitarbeiter zur Teilnahme zu aktivieren. Mit Flyern, Plakaten, Rundschreiben und Ankündigungen im Intranet gelingt es, mit einer Rücklaufquote von über 30 Prozent alle bisherigen Beteiligungsformen innerhalb des Unternehmens deutlich zu übertreffen.

Begleitet wird der Dialogprozess von einer intensiven internen Kommunikation. Das Ziel: Die Mitarbeiter der HSK identifizieren sich mit dem Prozess und arbeiten

aktiv daran mit: „Wir sind gefragt“. „Wir gestalten mit“. „Wir sind eingebunden“. Hierfür entwickelt RCC ein eigenes Corporate Design und sorgt so für eine hohe Wiedererkennbarkeit über alle Kommunikationskanäle hinweg. Im Rahmen der externen Kommunikation entwickelt RCC die Internetseite www.gesunde-zukunft-hsk.de, die detailliert und stets aktuell über den Prozess informiert. Durch begleitende Pressearbeit mit proaktivem Agenda-setting gelingt es, den Entscheidungsprozess zu einem lebendigen und positiv besetzten Dialog zu machen.