

Gastbeitrag, Dr. Heike Niermann, Chief Operating and Performance Manager good healthcare group

Mit Methodik zu neuer Form: Umsetzung der Digitalisierung im eigenen Gesundheitsunternehmen

Die digitale Transformation kann für ein Unternehmen Fluch und Segen zugleich sein. So gehören zu den positiven Auswirkungen des digitalen Wandels unter anderem beschleunigte und vereinfachte Datenverarbeitung, mehr Transparenz, sinkende Prozesskosten sowie Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit auf dem Markt. Doch neben den zahlreichen Vorteilen stellt dieser Prozess auch eine Herausforderung dar. So kann der digitale Umstieg die Adaptations- sowie Organisationsfähigkeit eines Unternehmens auf die Probe stellen. Daher ist es ratsam, die einzelnen Schritte im Vorfeld sorgfältig zu planen. Mit welchen Methoden kann die digitale Transformation also in die Praxis umgesetzt werden? Wie können die eigenen Mitarbeiter abgeholt und mit den neuen Tools vertraut gemacht werden? Welche Kompetenzen gelten für die Führungskräfte dabei als besonders relevant? Der aktuelle DIG IN Digitaler Healthcare Index 2019 von Healthcare Frauen (HCF) e.V. stellt zu diesen Fragen studienbasierte Daten bereit, die einen umfassenden Blick auf die Digitalisierungsprozesse in der Gesundheitsbranche ermöglichen. Die gewonnenen Erkenntnisse dienen dazu, Methoden zu entwickeln und entsprechend anzuwenden.

Eine abteilungsübergreifende Gesamtstrategie einführen

Auf dem Weg zur Digitalisierung erweist sich eine übergreifende Gesamtstrategie, die alle Ebenen innerhalb des Unternehmens miteinander vernetzt, als notwendig. Auf diese Weise können neue Prozesse mit bisherigen Arbeitsverläufen reibungslos verknüpft oder ausgetauscht werden. Für Führungskräfte ist es also empfehlenswert ein konkretes Ziel zu formulieren und regelmäßig eine konstruktive Rückmeldung an alle Abteilungen zu geben. Dementsprechend bedeutet digitale Führungskompetenz, offen für neue Meinungen und Vorschläge zu sein sowie die aktive Partizipation der Mitarbeiter zu fördern. Laut dem DIG IN Digitaler Healthcare Index 2019 übernimmt aktuell jedoch bei drei Vierteln der Unternehmen das Top-Management die strategische Führung, während bei weniger als der Hälfte der Befragten auch das mittlere Management an dieser Aufgabe beteiligt ist. Lediglich bei 43 Prozent der Unternehmen aus der Gesundheitsbranche findet eine Ausweitung auf weitere Instanzen statt.

Im Zusammenhang mit der strategischen Führung spielt auch die interne Kommunikation eine wichtige Rolle und gilt als Schlüssel zur Veränderung der Unternehmenskultur im Prozess der Digitalisierung. Ein regelmäßiger Austausch zwischen dem Management und den restlichen Teams ist dabei wichtig und sollte in seiner Bedeutung nicht unterschätzt werden. Für ein agiles Unternehmen ist es daher ratsam, den internen Austausch als Dialog zu betrachten und den Mitarbeitern die Möglichkeit zu geben, ihre Probleme und Wünsche ebenfalls zu äußern. Neben fortlaufenden Umfragen kann ein transparent gestalteter Umstrukturierungsvorgang dazu beitragen, Vertrauen auf allen Ebenen zu schaffen. Zurzeit wird jedoch eine Kommunikation auf Augenhöhe zwischen dem Top-Management und den cross-divisionalen Teams nur bei 12 Prozent der Unternehmen aus der Gesundheitsbranche umgesetzt.

Mitarbeiter an Bord holen und für mehr Transparenz sorgen

Der digitale Wandel im Unternehmen funktioniert also nicht ohne die Beteiligung des eigenen Teams. Um die Mitarbeiter zur digitalen Veränderung zu motivieren, empfiehlt es sich, die Umstrukturierung des Unternehmens transparent zu gestalten und auf diese Weise mehr Vertrauen zu schaffen. Jeder dritte Vorgesetzte stellt fest, dass das vorhandene Fachwissen der Arbeitnehmer durch die schnelle Entwicklung überholt wird. Daher

gestaltet es sich als schwierig, geeignete Fachkräfte zu finden. Demensprechend erwarten 56 Prozent der Unternehmer von ihren Angestellten lebenslange Lernbereitschaft. Da Unternehmen im digitalen Zeitalter agiler werden müssen, werden Fähigkeiten wie Eigenverantwortung, Selbstorganisation und Selbstführung immer wichtiger. Führungskräfte, die hier als Coaches auftreten, können ihr Team dazu inspirieren, sich eigenständig und aktiv mit den neuen komplexen Arbeitsprozessen vertraut zu machen. Eine dahingehende Schulung entsprechender sozialer Kompetenzen, um das Unternehmen auch auf dem Weg zur Digitalisierung erfolgreich navigieren zu können, kann sich demnach für Führungskräfte lohnen und ist empfehlenswert.

Neue Tools aktiv nutzen

Viele Unternehmen aus der Gesundheitsbranche stehen noch relativ am Anfang ihrer digitalen Reise. Um das Ziel möglichst schnell zu erreichen, ist es für Konzerne wichtig eine hohe Innovationsbereitschaft aufzuweisen und neue Tools aktiv einzusetzen. Dazu zählen agile Methoden wie Kanban, Working Out Loud (WOL) oder Scrum. Hier ist es ratsam, Maßnahmen in Form von Fortbildungen zu den digitalen Werkzeugen einzuführen. So setzen bereits 72 Prozent der Gesundheitsunternehmen neue disruptive Technologien in Form von Big-Data-Analysen, die anhand einer Software systematische Auswertung großer Datenmengen gewährleisten, erfolgreich ein.

Digitale Transformation als Optimierungsprozess betrachten

Für Führungskräfte ist es demnach empfehlenswert einen neuen Blickwinkel im Unternehmen zu schaffen, der die Digitalisierung als Teil eines Optimierungsprozesses in den Fokus stellt, um die digitale Transformation erfolgreich und vor allem gemeinsam im Team umsetzen zu können. Denn, der Wandel stellt dabei auch immer eine Chance zur Verbesserung der bisherigen Arbeitsprozesse dar. Der digitale Fortschritt beginnt beim Personal und dient als Mittel zur erfolgreichen Zusammenarbeit. Anhand der internen Kommunikation empfiehlt es sich, dem eigenen Team zu vermitteln, dass sie von der Digitalisierung nicht „betroffen“, sondern ein Teil davon sind. An dieser Stelle kann das Feedback der Mitarbeiter dazu genutzt werden, die Anwendung neuer Technologien ihren Bedürfnissen anzupassen und den damit einhergehenden Mehrwert zu vermitteln.

Dr. Heike Niermann, General Manager +49 med und patient+, Chief Operating and Performance Manager good healthcare group: Biologin, Sales-Expertin und Trainerin



Dr. Heike Niermann blickt bereits auf knapp 20 Jahre Erfahrung in der Pharmabranche zurück. Vor ihrem Start bei der good healthcare group war die promovierte Biologin viele Jahre bei den japanischen Pharmakonzernen Otsuka Pharma sowie Takeda Pharma. Zudem verantwortete sie als Direktorin fast acht Jahre lang die Business Unit Neurologie und später auch Atemwegserkrankungen sowie Gastroenterologie beim spanischen Pharmaunternehmen Amirall Hermal. Als Country Manager DACH war sie außerdem bei der auf Neurologie spezialisierten Firma MedDay Pharmaceuticals tätig. Ihre Expertise erstreckt sich über zahlreiche Indikationsgebiete von Primary Care bis Specialty Care und Orphan Drugs sowie Multi- und Omni-Channel-Konzepte und Hybrid-Sales. Als General Manager der Geschäftszweige +49 med sowie patient+ obliegt ihr die Supervision der Performance aller Projekte sowie die Leitung und Weiterentwicklung des engagierten Teams. Niermann verfügt über viel Erfahrung im Bereich der Mitarbeiterentwicklung und legt als Trainerin großen Wert auf ‚positive‘ Unternehmenswerte und eine daran angelehnte Führungskultur, die sie als General Manager gemeinsam mit dem Team der good healthcare group umsetzt.

Über die good healthcare group:

Die **good healthcare group** hat es sich zum Ziel gesetzt, die anspruchsvolle Kommunikation zwischen Pharmaindustrie, Healthcare-Professionals und Patienten zu verbessern und damit alle Beteiligten dabei zu unterstützen, sich auf das kostbarste Gut zu konzentrieren: Die Gesundheit des Menschen. Dafür entwickelt das Team unter der Leitung von Chief Operating & Performance Officer Dr. Heike Niermann, Chief Executive Officer Thomas-Marco Steinle, Chief Sales Officer Wolfgang Höfers und Chief Financial Officer Sebastian Schröter passgenaue Lösungen für alle Akteure des Gesundheitssystems, mit Fokus auf einem digitalen Ansatz, immer auf Augenhöhe und genau auf dem Kanal, der jeweils am besten passt. Von der Strategieentwicklung für Pharmaunternehmen über die individuelle Beratung von Healthcare-Spezialisten bis hin zu einer umfassenden Patientenbetreuung, alle Services und Produkte werden stets von hochqualifizierten Experten entwickelt. Nachdem das Team bereits seit 2012 erfolgreiche Lösungen im Healthcare-Markt etabliert hat, wurde die good healthcare group 2015 als Dachmarke ins Leben gerufen, die als Allianz aus über 450 Healthcare-Spezialisten die Geschäftszweige **in//touch**, **+49 med**, **patient+** und **cso+** in einem Haus vereint. Der Firmensitz der ghg good healthcare GmbH ist in Berlin mit einer weiteren Betriebsstätte in Potsdam.

Pressekontakt:

Manja Rehfeld | Mashup Communications GmbH | +49.30.25749580 | ghg@mashup-communications.de