

Mit dem MPG

zum erfolgreichen Marketing

Teil 3

Unternehmer unterliegen der Versuchung, wirtschaftlich bedingte Negativentwicklungen mit Personalentlassungen, Investitionsstopps oder Qualitätsreduzierungen entgegenzuwirken. Diese voreilig gefassten Maßnahmen erwiesen sich oft als destruktiv.

► Tony Domin

Unvorbereitete Konfrontationen veranlassen Menschen zu reaktiven oder zu präventiven Gesten, Artikulationen oder unangebrachten Aktionismus. Daraus resultieren oftmals unbesonnene Handlungen, die sich für angemessene Aktivitäten negativ auswirken. Hinzu kommen beunruhigende Informationen und Nachrichten in der Zahntechnik, die dazu beitragen, dass fieberhaft nach geeigneten Gegenmaßnahmen gesucht wird.

Der erste Schritt in Richtung Wirtschaftlichkeit

Als wichtigster Faktor zum Ziel „Erfolg“ ist die Bestandsaufnahme aller Betriebsdaten und Informationen zu nennen (siehe LIN Mechanismus ZWL 02/04). Nach erfolgter Daten- und Informationserfassung ist es hilfreich, ein Organisationsinstrument einzusetzen, um die erfassten Informationen zu ordnen und strategische Neuplanungen weitreichend zu unterstützen.

In der Zahntechnik steht unumstritten die Produktion im Vordergrund des betrieblichen Geschehens. Qualifizierte Zahntechniker produzieren mit technologisch hoch entwickelten Maschinen und Materialien den in Auftrag gegebenen Zahnersatz. Doch wird der Zahnersatz auch unter marktrelevanten Kriterien hergestellt? Werden tatsächlich geforderte Ansprüche erfüllt oder werden diese sogar unaufgefordert übertroffen? Wenn letz-

teres geschieht und entsprechend honoriert wird, wäre dieser Auftrag marktwirtschaftlich korrekt abgewickelt ...

MPG als Daten- und Informationsquelle

Das Medizin-Produkte-Gesetz erfasst in erster Linie alle produktionsbedingten Mechanismen, kontrolliert Sicherheitsbestimmungen, prüft alle erforderlichen Vorgehensweisen und stellt deren Einhaltung sicher.

Die Konzentration des MPG basiert auf dem alleinigen Herstellungsprozess und berücksichtigt grundsätzlich keine betriebswirtschaftlichen oder Marketing abhängigen Aspekte. Dennoch erweist sich das angewandte Medizin-Produkte-Gesetz im zahn-technischen Laboratorium als eine hervorragende Informations- und Datenquelle. Diese „Quelle“ ist unverzichtbar, um eine solide Basis für eine Neuorientierung bewirken zu können. Damit das MPG auf ein vertretbares Maß seiner auferlegten Maßnahmen reduziert wird, muss man Betriebsabläufe organisieren bzw. automatisieren.

Ist die angestrebte Organisation der gesetzlichen Anforderungen umgesetzt, wird das Dentallabor umfassend entschädigt. Der Verwaltungsaufwand zur Erfüllung des MPG reduziert sich im Folgenden auf Kontrollen und Prüfungen, sofern die Organisation mit Sachverstand und Kompetenz durchgeführt wurde.



der autor:

Tony Domin

- Publikationen und Seminare in den Bereichen Marketing, Kommunikation und Motivation
- Veröffentlichung von Büchern und diversen EDV-Systemen

Tel.: 01 70/7 63 56 62

E-Mail: webmaster@TonyDomin.de

www.TonyDomin.de



Quelle: KZBV



Quelle: KZBV

| Löhne in Europa | | Arbeitskosten je Arbeitnehmer in der Industrie (in €/STD) | | |
|-----------------|-----------------|-----------------------------------------------------------|----------------------|-----------|
| | | Direktentgelt | Personalzusatzkosten | insgesamt |
| Die Teuersten | Norwegen | 19,20 | 9,31 | 28,52 |
| | Westdeutschland | 14,74 | 11,62 | 26,36 |
| | Schweiz | 17,20 | 9,03 | 26,24 |
| | Dänemark | 19,64 | 6,09 | 25,73 |
| | Belgien | 12,22 | 11,12 | 23,35 |
| Die Günstigsten | Italien | 8,53 | 8,08 | 16,60 |
| | Ostdeutschland | 9,96 | 6,47 | 16,43 |
| | Spanien | 8,42 | 6,96 | 15,37 |
| | Griechenland | 5,64 | 3,82 | 9,47 |
| | Portugal | 3,74 | 2,84 | 6,59 |

Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft, Stand 2002

Im Brennpunkt der Zielorientierung

Ein organisiertes MPG-System basiert im Wesentlichen auf die systematische Erfassung erster materieller und prozessabhängiger Betriebsdaten. Zur Gewährleistung aller MPG-pflichtigen Einhaltung ist es unerlässlich, personelle Verantwortungen zu regeln und zu steuern. Sofern bei der MPG Realisierung auch zu ermittelnde betriebswirtschaftliche Daten berücksichtigt werden sollen, ist es unvermeidlich eine erweiterte Organisationsform zu wählen.

Qualitätsmanagement im Dentallabor

Die Definition eines Qualitätsmanagement-Systems erfährt bisweilen eine etwas sonderbare Assoziationen. Ein QM-System ist kein Feind des Unternehmens, sondern ein betriebswirtschaftliches Instrumentarium, zum Erzielen definierter Marketingrichtungspunkte. QM-Systeme bewähren sich nicht nur in Zeiten der Rezession oder in konjunkturell schwachen Perioden. Deshalb stellt sich die Frage, warum bisher nur vereinzelte Laboratorien dieses Erfolg versprechende Organisationsmittel einsetzen. Den Grund hierfür bilden zwei Faktoren, die zu berücksichtigen sind.

a) Der allgemeine Wissensstand um das Thema Qualitätsmanagement ist unzureichend. Dies hat zur Folge, dass oftmals von falschen Voraussetzungen ausgegangen wird, die den tatsächlichen Gegebenheiten nicht entsprechen.

b) Eine optimale Zielerreichung setzt eine hohe Motivation bzw. Motivationsbereitschaft in dem Betrieb voraus.

Der Mensch neigt dazu, ohne fundamentale Erkenntnisse zu besitzen, voreilig seine Mitmenschen, Situationen oder viele andere Dinge zu beurteilen oder gar abzuurteilen. Oft gesellen sich Mutmaßungen oder Annahmen hinzu, die mögliche Vorhaben gefährden. Hierzu zählt eindeutig der Betriebsfaktor Motivation.

Eine Studie des Gallup Institutes zwingt zum Nachdenken und zur Einkehr (diese Studie wird in einer späteren Publikation thematisiert). Laut Studie sind bzw. fühlen sich 69 Prozent der deutschen Arbeitnehmer demotiviert. In diesem Zusammenhang wird auch ein hoher besorgniserregender wirtschaftlicher Verlust genannt.

Zeit zum Handeln

Resümierend können wir feststellen, dass das MPG-Gesetz eine Chance bietet, prozessabhängige Potenziale (Informationen und Daten) aufzuspüren. Durch die zusätzliche Implementierung eines QM-Systems können gleichermaßen wirtschaftliche Erkenntnisse gewonnen werden und begünstigen somit jede künftige Marketingmaßnahme.

Zur Zielerreichung ist es jedoch zwingend erforderlich, den wichtigsten Faktor eines jeden Unternehmens zu berücksichtigen – den Betriebsfaktor Motivation!³