

## Personalsuche mit LOGIK

04.01.2008, 17:22 | Gesundheit & Medizin

Pressemitteilung von: *DENTCOLLEGE*

---

### Studie verändert Kriterien für Mitarbeiterauswahl

Berlin, 04.01.2008 - „Wenn gut ein Drittel aller deutschen Unternehmen Personalsuche ungeplant betreibt, wird der Einsatz passender Mitarbeiter vielerorts zum Lotteriespiel“, vermutet Kerstin Schulz von DENTCOLLEGE. Sie beruft sich auf das fünfte Expertenforum des Mittelstandes vor einem Jahr, auf dem dieses und andere Ergebnisse neuester Untersuchungen im Bereich Human Resources diskutiert wurden. „Unternehmen, die erfolgreich am Markt sein wollen, können sich einen solchen Umgang mit dem wirtschaftlich wichtigsten Potential überhaupt nicht leisten“, sagt sie weiter.

Ihrer Meinung nach muss in diesem Zusammenhang der LOGIK-Studie ganz besondere Bedeutung beigemessen werden. Die LOGIK-Studie ist eine 20 Jahre andauernde Untersuchung des Max-Planck-Instituts in München, gestartet 1984 mit 200 damals 3- bis 4-Jährigen. Man wollte herausfinden, wie sich Persönlichkeitsmerkmale und bestimmte Fähigkeiten entwickeln. Erste Erkenntnisse auf den Punkt gebracht: Was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmermehr.

„Für die Personalsuche werden die Ergebnisse der LOGIK-Studie weitreichende und heute kaum absehbare Folgen haben“, so Kerstin Schulz. Der so genannte blinde Fleck zwischen Selbst- und Fremdwahrnehmung wird auch in der Gesundheitsbranche, z. B. bei der Zusammenstellung von Behandlungsteams, zum Knackpunkt schlechthin. Ärzte und Zahnärzte sollten ihr Augenmerk sehr genau darauf richten, ob ein Praxismitarbeiter gern auf die Bedürfnisse des Patienten eingeht oder im Beratungsgespräch lieber mit der eigenen Sichtweise dominiert.

„Wenn der Patient sich unverstanden fühlt, ist seine Bereitschaft, den behandelnden Arzt zu wechseln, hoch.“ Deshalb sind aus Sicht von DENTCOLLEGE psychologische Aspekte der Arzt-Patienten-Kommunikation künftig stärker zu berücksichtigen. Homogene Zielgruppen, wie man sie jahrzehntelang vor sich hatte, werden auch in der Gesundheitsbranche zum Auslaufmodell. Und zwar in dem Maße, wie man als Arzt oder Zahnarzt bereit ist, Therapie als ganzheitlichen Prozess einzusetzen.

„Das Anforderungsprofil einer Stelle mit dem Eignungsprofil eines Mitarbeiters abzugleichen und die richtigen Schlussfolgerungen daraus zu ziehen, wird künftig verstärkt über Praxiserfolg entscheiden“, meint Kerstin Schulz. Den richtigen Zeitpunkt, mit Personalplanung zu beginnen, findet man mit Sicherheit. Jede frei werdende Stelle birgt diese Chance. Ebenso alle grundlegenden Veränderungen, die sich auf Praxisabläufe auswirken, wie z. B. Vergrößerung der Praxis, Spezialisierung der Behandler usw.

„Optimal sind Teams, in denen die Fähigkeiten Einzelner in hohem Maße und zielgerichtet integriert werden, um Reibungsverluste zu vermeiden“, ist Kerstin Schulz überzeugt. Das gilt auch für kleinere Praxen, deren Funktionsfähigkeit auf Personalwechsel oft äußerst sensibel reagiert. Praxisinhaber, die sich Unterstützung bei der Mitarbeiterauswahl wünschen, finden weitere Hinweise unter [www.dentcollege.de](http://www.dentcollege.de)

### Portrait

DENTCOLLEGE ist ein innovativer Dienstleister für die Gesundheitsbranche, spezialisiert auf Zahnärzte und Zahnarztpraxen. Kommunikation, Marketing und PR - die Schwerpunkte des Unternehmens - gelten für DENTCOLLEGE als Schlüssel zum Erfolg und als Basis für die Entwicklung einer Praxis zum Markenunternehmen.

---

News-ID: 180094 • Views: 1990 (Stand: 06.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/180094/Personalsuche-mit-LOGIK.html>