

NOMINIERT AUF DER SHORTLIST FÜR DIE KATEGORIE „CHANGE-KOMMUNIKATION“

## MEDICPROOF



Als medizinischer Dienst der privaten Krankenversicherungen erstellt MEDICPROOF jährlich über 170.000 Pflegegutachten – bislang nach demselben Verfahren. Doch zum 1. Januar 2017 trat ein neues Begutachtungsassessment (NBA) in Kraft. Nicht nur die über 70 Mitarbeiter der Kölner Zentrale mussten ein neues Verfahren einüben, sondern auch die rund 1.100 bundesweit tätigen Gutachter. Die Herausforderung bestand darin, die Mitarbeiter im größten Veränderungsprozess der Firmengeschichte bestmöglich mitzunehmen und eine hohe Motivation aufrechtzuerhalten. Möglichst viele Gutachter sollten das neue System schnell verstehen, akzeptieren und die Schulungen erfolgreich durchlaufen. Ab Januar 2018 sollten sie in der Lage sein, das neue Instrument anzuwenden.

Durch Informationsvermittlung und Einbinden der Mitarbeiter wurden aus Betroffenen Beteiligte. Der Schwerpunkt lag dabei konsequent auf digitalen Instrumenten und Bewegtbild. Unter der kreativen Leitidee „Auf dem Weg zum NBA“, die sich als Slogan wie ein roter Faden durch die Kampagne zog, wurden eine 13-teilige Videoberichterstattung sowie Präsentationen, Erklärfilme, Grafiken, Schulungen und Informationsmaterialien produziert. Sämtliche Mitarbeiter und Gutachter wurden durch die Kampagne zum Dialog animiert, eine interne fachbereichsübergreifende Projektgruppe zur Kommunikation initiiert und ausgewählte Gutachter über die gesamte Kampagnendauer in die Planungen und Maßnahmen eingebunden.

Zum Abschluss der Kampagne produzierte die Unternehmenskommunikation einen Videorückblick, in den zahlreiche Mitarbeiter involviert waren. Per Videoaufruf wurden alle Mitarbeiter eingeladen, sich an den Dreharbeiten zu beteiligen. So wurde der Kreis der digitalen Veränderungskommunikation geschlossen. Das Video sollte den Stolz der Mitarbeiter auf das Erreichte fördern, die gute Zusammenarbeit reflektieren und für künftige Maßnahmen motivieren.

Am Ende konnten über 1.000 Gutachter erfolgreich durch den Veränderungsprozess geführt werden. Die Kampagne wurde im April 2017 durch eine umfassende Gutachterbefragung evaluiert, und die Ergebnisse sprechen für sich: 96 Prozent der Teilnehmer waren mit der Kommunikation zufrieden bis sehr zufrieden. Als Durchschnittsnote erhielt MEDICPROOF für den gesamten Prozess eine 1,6. Die erfolgreiche Kommunikation war demnach ein ausschlaggebender Faktor für die hohe Zufriedenheit der Gutachter im Veränderungsprozess und für die hohe Akzeptanz des neuen Instruments. ●

- **TITEL DER KAMPAGNE:** Auf dem Weg zum NBA
- **HERAUSGEBER:** MEDICPROOF
- **REALISATION:** MEDICPROOF
- **BEZUGSGRUPPEN:** Über 70 interne Mitarbeiter sowie rund 1.100 freiberufliche Gutachter
- **KOMMUNIKATIONSZIELE:** Die Mitarbeiter im Veränderungsprozess bestmöglich mitzunehmen und eine hohe Motivation bei allen Beteiligten aufrechtzuerhalten. Möglichst viele Gutachter sollten mithilfe der Kommunikationsmaßnahmen das neue System schnell verstehen, akzeptieren und die Schulungen erfolgreich durchlaufen. Ab Januar 2018 sollten sie in der Lage sein, mit dem neuen Instrument tätig zu sein.
- **MASSNAHMEN (AUSWAHL):** Bewegtbild: Motivationsvideo, 13-teilige Videoberichterstattung mit Kommentarfunktion, Erklärfilm, Projekt-rückblick mit Mitarbeitern; digitale Instrumente: E-Mail-Infobriefe, Newsletter, Infografiken und -poster, Meldungen und FAQs im Gutachterportal
- **ERGEBNISSE:** Die Kampagne wurde im April 2017 durch eine Gutachterbefragung evaluiert. Die Ergebnisse zeigen, dass die Veränderungskommunikation erfolgreich war: 87 Prozent der 705 an der Befragung teilnehmenden Ärzte und Pflegefachkräfte waren mit den bereitgestellten Dialogmöglichkeiten zufrieden bis sehr zufrieden.
- **WEBADRESSE:** [www.medicproof.de](http://www.medicproof.de)
- **KONTAKT:** Thomas Hessel, Leitung Unternehmenskommunikation, MEDICPROOF GmbH, Gustav-Heinemann-Ufer 74 A, 50968 Köln, Tel.: +49 221 - 888 44 102, E-Mail: [Thomas.Hessel@medicproof.de](mailto:Thomas.Hessel@medicproof.de)
- **HOME PAGE:** [www.medicproof.de](http://www.medicproof.de)



Videos und Infografiken spielen eine zentrale Rolle.

