

ApoDigi-Check

Checkliste zur Digitalisierung in der Apotheke

Menschen im Mittelpunkt

Digitalisierung ist kein Selbstzweck. Denn nicht alles, was technisch möglich ist, bringt Sie weiter und ist hilfreich. Stellen Sie daher grundsätzlich den Menschen in den Fokus Ihrer Überlegungen. Beantworten Sie also immer die Frage: „Was haben meine Kunden und/oder meine Mitarbeitenden davon?“ Mit den geeigneten Tools werden Sie flexibler und können sich schneller den Wünschen und Erwartungen Ihrer Kunden anpassen. Zudem gibt es Tools, mit denen Sie Prozesse dynamischer gestalten und mehr Transparenz in die steigende Komplexität bringen können.

Chefthema? Jein!

Auf der einen Seite ist Digitalisierung ein Zukunftsthema, das nicht delegierbar ist. Denn es liegt in Ihrer Verantwortung, den Wandel aktiv voranzutreiben. Auf der anderen Seite bilden Ihre Mitarbeitenden die Basis Ihrer digitalen Transformation. Denn wenn Sie sich alleine um alles kümmern wollen, werden Sie schnell auf verlorenem Posten stehen. Nur zusammen mit begeisterten Mitmachern erreichen Sie Ihre digitalen Meilensteine.

Digitalisierung ist ein weites Feld – vom Fitness-Tracker über Cloud Computing bis zur Kryptowährung. Somit steht jede Unternehmerin, jeder Unternehmer vor der Frage: Wo sollen wir anfangen bzw. weitermachen? Manch einer fühlt sich sogar wie gelähmt angesichts der zahlreichen Möglichkeiten. Aber auch der längste Weg ist letztlich nur eine Vielzahl einzelner Schritte.

Schritt für Schritt in die Zukunft

Obwohl diese Checkliste natürlich kaum vollständig sein kann, gibt Sie Ihnen dennoch zahlreiche Denkanstöße. Zusätzlich finden Sie unter jeder Kernaussage weitere Impulse sowie praktische Anregungen und Hinweise. Die Checkliste hilft Ihnen dabei, Schritt für Schritt Ihren individuellen Weg durch die digitale Transformation zu finden.

1. Stellen sie Ihren Handlungsbedarf fest. Gehen Sie dafür die Punkte auf der Checkliste durch und entscheiden Sie jeweils, ob Sie die Kernaussage gar nicht [☹], teilweise [☺] oder ganz [☺] erfüllen. Wenn ein Punkt für Sie keine Relevanz hat, überspringen Sie ihn.
2. Bewerten Sie dann die Dringlichkeit und den strategischen Nutzen der jeweiligen Punkte. Was unterstreicht Ihre Stärken, mit denen Sie für Kunden und Fachkräfte attraktiv sind?
3. Erstellen Sie einen Fahrplan mit den Zielen, Meilensteinen und den konkreten nächsten Schritten.

1. Neue Geschäftsmodelle & Innovations-Strategien

2. Produktionsmodell & Arbeitsorganisation




























3. Personalpolitik, Beschäftigung & Qualifizierung

4. Sozialbeziehungen & Kultur

5. Führung, berufliche Entwicklung & Karriere

6. Arbeitsplatz der Zukunft, Arbeitszeit- & Leistungs politik

1. Neue Geschäftsmodelle & Innovationsstrategien







1.1 Wir haben den Ist-Zustand analysiert.	  
Welches sind unsere Stärken und Schwächen? Wo sehen wir Chancen und (Cyber-) Risiken – auch für unsere Mitarbeitenden? Wo stehen wir im Vergleich zu unseren Wettbewerbern? Welche Kommunikationsmittel- und kanäle nutzen wir aktuell?	
1.2 Unsere IT ist up to date.	  
Sind unsere Technik, IT-Systeme und IT-Infrastruktur auf einem aktuellen Stand? Wie flexibel ist unsere IT? Sind unsere Software-Systeme miteinander vernetzt – auch Cloud, Mobile, Social (Integrations-Tools, API Management)? Welches Vorgehen haben wir für Notfälle festgelegt (Stromausfall, Cyberangriff)?	
1.3 IT-Sicherheit und Datenschutz sind gewährleistet.	  
Erfüllt die Software die gesetzlichen Vorgaben, Normen und Richtlinien? Ist die IT-Sicherheit gewährleistet? Wie schützen wir uns vor Hackerangriffen (Cyber-Risk-Management)? Wie sieht der Maßnahmenplan für den Ernstfall aus? Welche Regeln und Prozesse haben wir etabliert, um unsere Daten zu schützen? Kennen alle Mitarbeitenden die wesentlichen Inhalte der Datenschutz-Grundverordnung? Beachten wir den Datenschutz nach der EU-DSGVO?	
1.4 Wir haben eine Digitalisierungsstrategie nach außen und nach innen.	  
z. B. Organisation, Prozesse. Erschließung neuer Märkte, zusätzliche Services Welche konkreten Ziele und Meilensteine steuern wir an (Vision)? Welche Aufgaben und Zeitpunkte haben wir festgelegt (Wer macht was bis wann)? Mit welchen Kennzahlen messen wir unseren Fortschritt? Welchen Nutzen haben Kunden und Mitarbeitende durch die Digitalisierung: Zeitersparnis, Bequemlichkeit, Transparenz, Sicherheit? Wie soll der Nutzen beurteilt werden? Mit welchen Kennzahlen wollen wir den Erfolg messen?	
1.5 Wir arbeiten kontinuierlich an der Umsetzung unserer Digital-Strategie und haben entsprechende Ressourcen bereitgestellt.	  
Stehen ausreichend Personal, Zeit und Betriebsmittel zur Verfügung? Gibt es ein Budget für Investitionen? Wird die Entwicklung von Ideen und Verbesserungsvorschlägen gefördert? Werden digitale Projekte regelmäßig kritisch betrachtet, um rechtzeitig Konsequenzen ziehen zu können?	
1.6 Wir haben eine Arbeitsgruppe eingerichtet, die sich regelmäßig mit der Digitalisierung beschäftigt.	  
Sind unsere Lösungen zukunftsfähig (benutzerfreundlich, leicht anzupassen, mobiltauglich)? Welche Bedürfnisse, Wünsche und Probleme haben unsere Kunden und welche smarten Produkte und Dienstleistungen können wir dafür anbieten? Wo gibt es Veränderungsbedarf in der Organisation und Steuerung? Wie sieht die Branche in fünf bis zehn Jahren aus? Wo entstehen in unserer Branche digitale Trends? Was machen unsere Wettbewerber? Welche digitalen Produkte und Dienstleistungen gibt es auf dem Markt? Welche neuen Technologien können und wollen wir wie nutzen? Welche technologischen Entwicklungen sind geeignet, um unsere Stärken zu unterstreichen?	
1.7 Wir haben unsere Mitarbeitenden frühzeitig eingebunden.	  
Nutzen wir Teambesprechungen, um u. a. Erfahrungen über Technologien auszutauschen? Organisieren wir Testläufe und holen Feedback ein?	
1.8 Zur Ausweitung unserer Erfahrungen und unseres Portfolios haben wir ein Partnernetzwerk aufgebaut.	  
Sind im Zuge der Digitalisierung Kooperationen möglich (z. B. gemeinsamer Botendienst mit anderen Apotheken)? Gibt es Lösungen, die wir im Rahmen einer Kooperation implementieren können? Gibt es einen Austausch mit anderen Unternehmen, Kammern, Verbänden?	
1.9 Wir binden Kunden in die Serviceverbesserung sowie in die Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen ein.	  
Sammeln und analysieren wir Kundenbewertungen, z. B. Kundenbewertungen in Internet-Foren? Haben wir einen Kundenbeirat installiert?	

1.10	Wir wissen, wie die digitale Customer Journey aussieht. Haben sich Kundenverhalten und -erwartungen verändert? Welche Wege beschreiten Kunden bei der Kaufentscheidung? Wo sind Kundenkontaktpunkte (Werbeaktionen, Webseite, Blogs, Soziale Netzwerke, Logistik, personalisiertes E-Mails, Gamification, Verkaufsstelle, PR, Vertrieb, Newsletter; Kundeninteraktion wie Live-Chat, Kommentarfunktion, Social Media-Kommunikationskanäle)? Wie können wir bestehende Angebote digitalisieren oder digital unterstützen?	☹	☺	😊
1.11	Wir haben eine zeitgemäße Webseite. z. B. responsives Design, Nutzerfreundlichkeit, regelmäßig neue Inhalte	☹	☺	😊
1.12	Für eine gute Auffindbarkeit im Netz arbeiten wir kontinuierlich an der Suchmaschinenoptimierung (SEO). z. B. OnPage-Optimierung (Keywords, Title, Usability, Mobile Optimierung, URL, Pagespeed, Interne Verlinkungen) und OffPage-Optimierung (Externe Verlinkungen: Social Media, Gastbeiträge, Forumlinks, Webkataloge, Verzeichnisdienste)	☹	☺	😊
1.13	Wir bespielen unterschiedliche Social Media Kanäle und nutzen digitale Methoden zur Kundengewinnung. z. B. Erklärfilme, Videostatements, Postings Beobachten wir die Entwicklung der Nutzerzahlen der jeweiligen Plattformen (z. B. Facebook, Instagram, Twitter, Youtube)? Sind alle Kanäle komplett vernetzt? Social Media ist wichtig zum Aufbau einer Arbeitgebermarke und zur Kundenbindung insbesondere für den Einzelhandel.	☹	☺	😊
1.14	Wir messen regelmäßig den Erfolg unsere Online-Marketing-Maßnahmen. z. B. Anzahl Webseitenbesucher, Verweildauer, Absprungrate, Newsletter-Abonnenten, Likes, Shares, Downloads, Leads, Reichweite von Kampagnen, Bestellhäufigkeit je Kanal, An welchen Stellen brechen Kunden regelmäßig den Prozess ab?	☹	☺	😊
1.15	Wir haben Online-Shopping in das Gesamtkonzept unserer Vor-Ort-Apotheke integriert. z. B. Webshop/"Click & Collect" (Online-Bestellung und Abholung in der Apotheke, über einen Abholkasten oder mit Lieferservice), Versandhandel	☹	☺	😊
1.16	Wir haben eine Datenstrategie. Welche Daten werten wir systematisch aus? Welcher wirtschaftliche Nutzen lässt sich aus den Datenanalysen ziehen? Welche digitalen Kundendaten können wir für das Marketing (Werbebotschaften, Angebote etc.) sowie die zielgruppenspezifische und bedürfnisorientierte Ansprache nutzen, z. B. individualisierter Newsletter (per E-Mail), personalisierte Mailings (per Post)? Wie verwalten und speichern wir die Daten? Welche Daten fehlen uns? Können wir mittels der Daten Zielgruppen eingrenzen, die wichtigsten Kunden identifizieren und bessere Interaktionen mit den Kunden erzielen? Wollen wir betriebliche Daten mit strategischen Partnern austauschen?	☹	☺	😊

2. Produktionsmodell & Arbeitsorganisation

2.1	Wir haben unsere Prozesse/Arbeitsabläufe analysiert. Welche analogen Prozesse können wir automatisieren und digitalisieren? Ist die Anschaffung eines Kommissionierautomaten wirtschaftlich sinnvoll (Rechentool zur Rentabilitätsbetrachtung)? Wo gibt es Medienbrüche (die beim Wechsel von Online- zu Offline-Medien entstehen, z. B. Einscannen eines ausgedruckten Dokuments)? Wo arbeiten wir mit papierbasierten Belegen? Welche Daten geben wir manuell ein? Was ist zeitaufwändig und/oder kostenintensiv und kann durch einen digitalisierten Prozess übernommen werden? Wo wollen wir nach digitalen Lösungen suchen?	☹	☺	😊
2.2	Unser Warenwirtschaftssystem ist up to date. Ist unsere Softwarelösung anwenderfreundlich? Bietet unser WaWi zusätzliche Funktionen, wie z. B. Analysen, Statistiken, Kundendateien, Arzneimittelinformationen, Tools für Beratung, Programme für Medikationsplan und –management, Schnittstellen zu Datenbanken? Kommt für uns ein autonomes WaWi in Frage, das Einkauf, Sortiment und Preise mittels künstlicher Intelligenz (KI) steuert? Sind für uns virtuelle Lagerbestände für Freiwahl-Artikel interessant, mit Infos über bestellfähige Produkte, Inhaltsstoffe, Wirkweisen und Produktlinien? (z. B. Beauty Shelf)	☹	☺	😊

2.3	<p>Wir haben einen Überblick über unsere „digitalen Helfer“. Welche digitalen Lösungen sind aktuell vorhanden? Wie bewerten wir diese Tools? Für welche Tools wollen wir nach Alternativen suchen? Welche wollen wir zusätzlich nutzen? Welche sind unnötig und wollen wir weglassen? z. B. Social Media, Online Traffic Monitoring Tools, Campaigning Tools, Rückrufmanagement (ApoSync), AM in Schwangerschaft und Stillzeit (Embryotox), Impf-Infos (STIKO), Arznei aktuell, Vergiftungsunfälle bei Kindern (BfR), Gelbe Liste, Bewertung von Health-Apps (HealthOn, DiaDigital, AppKri)</p>	☹	☺	☺
2.4	<p>Wir informieren Kunden über unterstützende Gesundheits-Apps z. B. AM für Athleten (NadaMed), AM bei Allergien u. ä. (WhatsinMyMeds), Arztbesuche zu Hause (Medlanes), Depression (Moodpath), Diabetes (meinDiabetes, NutriCheck, Omnitest Diabetes Tagebuch, SiDiary, lumind, MyTherapy, BE Rechner Pro), Hörverlust (Mimi Hörtest, Mimi Music), Herzrhythmusstörungen (Preventicus Heartbeats) Heuschnupfen (PollenApp), Inhaltsstoffe von Lebensmitteln und Kosmetik (CodeCheck), Multiple Sklerose (MS und ich), Notfall (Erste Hilfe DRK), Tabletten-Erinnerung (MyTherapy), Tinnitus (Tinnitracks), Übergewicht (Abnehmen mit Genuss)</p>	☹	☺	☺
2.5	<p>Wir haben unsere Checklisten und Formulare digitalisiert. Welche Serviceprozesse bilden wir elektronisch ab? z. B. Dokumentation von Prüfungen und nachweispflichtigen Leistungen, digitale Signatur im Labor</p>	☹	☺	☺
2.6	<p>Wir haben eine digitale Lösung für unsere Buchhaltung. Arbeitet die Software GoBD-konform? Erfolgen das Einlesen von Rechnungen, Skontoziehung, Buchung und Archivierung automatisch? z. B. Datev Unternehmen Online, Brasi Scanbot.</p>	☹	☺	☺
2.7	<p>Wir setzen ein CRM-System ein. Kann uns ein Customer-Relationship-Management-System (CRM-System) beim Verwalten von Kundendaten unterstützen und so unseren Service verbessern?</p>	☹	☺	☺
2.8	<p>Unser Online-Verkauf wird durch eine digitale Lösung unterstützt. z. B. bei Bestellung, Versand, Retoure, Zahlung</p>	☹	☺	☺
2.9	<p>Wir betreiben Wissensmanagement 4.0. Welches heutige und zukünftige Wissen ist erforderlich? Wie sichern wir erfolgskritisches Wissen? Wer sind die wesentlichen Wissensträger? Nutzen wir ein plattformbasiertes Wissensmanagementsystem, d. h. hinterlegen wir unser Wissen in einer internen Wissensdatenbank (Wiki) und aktualisieren wir es kontinuierlich? Bleibt das Wissen ausscheidender Mitarbeitenden erhalten? Nutzen wir das Wiki aktiv – auch für die Einarbeitung neuer Mitarbeitenden? z. B. via Moodle, Slack, Microsoft Teams, Confluence, DokuWiki, DrupalWiki, MediaWiki o. ä.</p>	☹	☺	☺
2.10	<p>Kunden können über Online-Medien Kontakt zu uns aufnehmen. z. B. Chat, Video-Chat, App, Anforderung eines Rückrufs. Wie lang sind die Reaktionszeiten?</p>	☹	☺	☺
2.11	<p>Unsere Kunden können online vorbestellen und die Lieferfähigkeit prüfen. z. B. via E-Mail, Chat, SMS, App (e-ffizin/aFon, Meine Apotheke, Deine Apotheke, ApoJet, CallmyApo, RezeptDirekt, IhreApotheken.de). Wie lang sind die Reaktionszeiten?</p>	☹	☺	☺
2.12	<p>Kunden können sich standortunabhängig von uns beraten lassen. z. B. via Video-Chat</p>	☹	☺	☺
2.13	<p>Kunden steht ein Buchungsportal für die Online-Terminvergabe zur Verfügung. z. B. für Beratungsgespräche, Anmessen von Kompressionsstrümpfen</p>	☹	☺	☺
2.14	<p>Wir haben eine digitale Lösung für das Wartezeitenmanagement implementiert. z. B. Ticket-Terminal für Hochfrequenzzeiten, Bildschirme mit Informationen und Werbung</p>	☹	☺	☺

2.15	Wir nutzen neue Technologien in der Offizin. z. B. virtuelle Produktpräsentation durch digitale Frei- und Sichtwahl (ggf. mit Verbindung zum Kommissionierautomaten), digitales Schaufenster, Infoterminals, digitale Preisauszeichnung, elektronisches Bezahlssystem, mobile Geräte (Tablets) im Beratungsgespräch, Abholstation für online-bestellte Produkte, Smart-Home-Lösungen zur Raumüberwachung (z. B. Alarmanlage, Klima, Licht, Videoüberwachung)	  
2.16	Wir wissen welche Arbeiten wir nicht digitalisieren können. z. B. Tätigkeiten abseits der Routine, Umgang mit Menschen, Kreativität, individuelle Lösungen	  

3. Personalpolitik, Beschäftigung & Qualifizierung

3.1	Wir wissen welche Kenntnisse wir (zukünftig) benötigen. z. B. Umgang mit WaWi, Bedienen des Kommissionierautomaten, Datenschutz, Datensicherheit, Umgang mit Apps, Social Media, Messenger-Dienste, Notfallmanagement	  
3.2	Wir kennen und fördern die digitalen Kompetenzen unserer Mitarbeitenden. Wie ist der individuelle Kenntnisstand im Umgang mit digitalen Technologien? Beherrschen alle die Technologien der heutigen und künftigen Kommunikationsmittel? Welche Mitarbeitenden sind besonders digital-affin? Wie viele Digital Natives gibt es in unserer Apotheke? Welches digitale Know-how fehlt? Wie qualifizieren wir vorhandener Mitarbeitende? Benötigen wir mittelfristig Fachkräfte mit besonderen Qualifikationen? Welche Kompetenzen fordern wir in Stellenbeschreibungen (Fachkenntnisse, IT-Grundkompetenz, Medienkompetenz, Lernbereitschaft und -fähigkeit, Teamfähigkeit)	  
3.3	Wir haben ein Schulungskonzept für den Umgang mit Hard- und Software Wie erhalten wir die Beschäftigungsfähigkeit unserer Mitarbeitenden? Welche Maßnahmen der digitalen Fortbildung sind geplant? z. B. externe Anbieter, Wissensstarke Mitarbeitende schulen Kollegen, E-Learning, Blended Learning Welches Budget steht für Qualifizierung und Training (Hard- und Soft-Skills) zur Verfügung?	  
3.4	Um Fachkräfte zu finden, betreiben wir Arbeitgeber-Marketing. Wie sieht unsere Strategie zum Aufbau einer Arbeitgebermarke aus? z. B. Pflege der Social Media Kanäle, Nutzung von Jobportalen, Webseite mit O-Tönen der Mitarbeitenden, warum sie gerne dort arbeiten, Arbeitgeberbewertungsportale beobachten (kununu)	  
3.5	Wir sind sensibilisiert für unsere IT-Sicherheit Mitarbeiter-Awareness: Bewusster Umgang mit IT-Systemen, externen Datenträgern und sensiblen Daten, Passwortsicherheit, Phishing-E-Mails, Telefon Engineering (fingierte Anrufe), versteckte Schadsoftware in Wechseldatenträgern, Müllentsorgung, SMS mit gefälschtem Absender	  
3.6	Wir schaffen neue Tätigkeitsfelder Welche Auswirkungen hat der digitale Wandel auf die konkrete Arbeitssituation? z. B. Betreuung des Webshops, Pflege der Social Media Kanäle	  
3.7	Wir nutzen digitale Lösungen für Personalaufgaben. z. B. Personalabrechnung (Payroll), Personalverwaltung, digitale Personalakte	  

4. Sozialbeziehungen & Kultur

4.1 Wir sind „veränderungsbereit“.

Digitaler Wandel findet nur statt, wenn er gewollt ist. Ist Digitalisierung für uns ein Zukunftsthema? Sind wir ausreichend auf einen Kulturwandel in Richtung Digitalisierung vorbereitet? Haben wir ein gemeinsames Leitbild „Wie wollen wir arbeiten“? Wollen wir Veränderungen anstoßen, vorantreiben und aktiv umsetzen? Sind alle bereit: Inhaber*in, Apotheker*in, PTA, PKA, Botenfahrer*in u. a.?



4.3 Wir haben eine Innovationskultur.

Sind wir experimentier- und lernfreudig und testen neue Möglichkeiten? Fördern wir die Ideenbildung und Kreativität? Haben die Mitarbeitenden ausreichend Gestaltungsfreiheiten? Durch welche Maßnahmen fördern wir die Entwicklung neuer Ideen und Prozesse? Trauen sich unsere Mitarbeitenden Vorschläge zu machen oder haben sie Angst, ausgelacht zu werden? Ermutigen wir Mitarbeitende, Neues auszuprobieren – ohne Angst vor Rückschlägen? Lebt die Inhaberin oder der Inhaber die gewünschte Offenheit für Neues selbst vor?



4.4 Bei uns gibt es eine offene Fehlerkultur.

Heißt es bei uns „Machen, Fehler machen, korrigieren und weitermachen“? Nutzen wir Pilot-Projekte, um Schwachstellen zu finden und aus Fehlern zu lernen? Haben wir den Mut zum Scheitern? Kann und darf jeder Fehler machen? Erwarten wir Lerneffekte statt sofortigen Erfolg? Wie brechen wir Projekte ab, die sich als Sackgasse erweisen?



4.5 Wir feiern Erfolge.

Wie feiern wir auch kleine positive Ergebnisse? Erkennen wir den Lerneffekt von gescheiterten Projekten an? Wertschätzen wir die (emotionalen) Anstrengungen aller Beteiligten?



4.6 Wir vereinen die traditionellen und digitalen Erfahrungswelten.

Wie bringen wir „Digital Natives“ und erfahrene Mitarbeitenden zusammen? Wie können ältere und jüngere Mitarbeitende gegenseitig von ihrem Wissen profitieren?



5. Führung, berufliche Entwicklung & Karriere

5.1 Wir schaffen Begeisterung für den digitalen Wandel.

Mit welcher Veränderungsstrategie werden unsere Mitarbeitenden zu begeisterten Mitmachern? Wie sensibilisieren wir unsere Mitarbeitenden und werben für unsere digitalen Ziele? Betonen wir die Gestaltung des Wandels als Chance? Weisen wir aber auch auf die Risiken hin und besprechen, wie wir ihnen begegnen können. Wie schaffen wir es, dass der Nutzen für unsere Mitarbeitenden spürbar ist – wird die Arbeit einfacher, reibungsloser, interessanter, sinnstiftender?



5.2 Wir berücksichtigen, dass Veränderungen Unsicherheit, Vorbehalte und Widerstand hervorrufen.

Wie können wir die Bereitschaft zur Veränderung erhöhen? Wo zeigt sich Widerstand? Wie findet jeder sein Gleichgewicht zwischen „Neues ausprobieren“ und „Bewährtes aufgeben“? Wer braucht dafür mehr, wer weniger Zeit? Gehen wir aktiv mit Veränderungen um? Werden die Mitarbeitenden frühzeitig an der Planung beteiligt? Gibt es Erprobungsphasen mit Feedback? Sind Transparenz und Kommunikation ausreichend gegeben – informieren wir alle Beteiligten in jeder Phase umfassend über den aktuellen Stand? Können wir die Transparenz durch den Einsatz digitaler Medien steigern?



5.3 Wir haben ein neues Führungsleitbild.

Wie sieht unser neues Führungsleitbild aus? Zeichnet sich unsere Führung durch Flexibilität und Vertrauen aus? Wie schaffen es, agiler zu führen: „Abgeben, delegieren, coachen, vertrauen“? Setzen wir stärker auf Coaching, Koordination, Zusammenführung und Potenzialförderung? Können wir unseren Mitarbeitenden zuhören und unterschiedliche Standpunkte mit ihnen diskutieren? Wie eignen wir uns die benötigten Soft Skills an? Kreativität braucht Raum zur Entfaltung. Wie geben wir unseren Mitarbeitenden größere Gestaltungsfreiräume? Mit wie viel Entscheidungskraft statten wir die Mitarbeitenden aus?



5.4	Wir betreiben Teamentwicklung. Sehen wir Talent- und Teamentwicklung als unsere neuen Kernaufgaben?	☹	☺	😊
5.5	Wir kommunizieren mehr. Persönliche Kommunikation ist das „A und O“ der Führung. Stellen wir mehr Fragen? Informieren wir zeitnah über wichtige Veränderungen? z. B. Jours fixes, Wiki-Systeme, Intranet, Schwarzes Brett?	☹	☺	😊
5.6	Wir ändern unser Führungsverhalten, um Mitarbeitende zu halten. Wertschätzung und Vertrauen sind heute wichtiger denn je, denn digitale Veränderungen lassen Unsicherheit entstehen. Besonders ein offener Umgang mit kritischen Themen erzeugt Vertrauen.	☹	☺	😊
5.7	Wir passen unsere Entscheidungsprozesse und -befugnisse an. z. B. bessere Informationen zur Entscheidungsfindung, weniger Detailentscheidungen, Verlagern von Entscheidungsbefugnissen, Unterstützung durch IT-Systeme	☹	☺	😊
5.8	Wir nutzen digitale Technologien zur Entlastung. z. B. Entlastung bei administrativen Aufgaben durch technische Assistenz	☹	☺	😊
5.9	Wir ermöglichen orts- und zeitunabhängiges Arbeiten. Zur Reduzierung von Fahrtzeiten, zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf. z. B. Teilnahme an Teambesprechungen via Videokonferenz (Skype, WebEx), Homeoffice für Qualitätshandbuch, Aktionsplanung o. ä.	☹	☺	😊

6. Arbeitsplatz der Zukunft, Arbeitszeit- & Leistungspolitik

6.1	Wir nutzen digitale Lösungen für die Personaleinsatzplanung. z. B. flexible bedarfsorientierte Planung von Arbeitszeiten, digitale Botenfahreroptimierung mit Routenplänen, eigenverantwortliche Koordination der Anwesenheit durch die Beschäftigten mithilfe sozialer Medien, d. h. Dienstabstimmung per Smartphone	☹	☺	😊
6.2	Wir haben die Nutzung von smarten Arbeitsmitteln geregelt. z. B. Datensicherheit, Haftung und private Nutzung von Smartphones und Tablets	☹	☺	😊
6.3	Wir fördern die Gesundheit der Mitarbeitenden. Mit dem Wandel können die psychischen Belastungen ansteigen und sich damit das Risiko für Burnout und Depressionen erhöhen. Mit welchen Maßnahmen steuern wir gegen?	☹	☺	😊
6.4	Wir gestalten die Arbeitsumgebung gesundheitsgerecht. z. B. softwaretechnische Anpassung von Beleuchtung und Klima	☹	☺	😊
6.5	Wir passen Entgelte an veränderte Anforderungen an. Führen höhere Anforderungen zu höherer Vergütung?	☹	☺	😊
6.6	Wir fördern die Leistungsbereitschaft. Hat digitale Technik am Arbeitsplatz eine motivationsfördernde Wirkung oder ist das Gegenteil der Fall?	☹	☺	😊
6.7	Wir überprüfen die Gefährdungsbeurteilung auf Aktualität. Sind Auswirkungen hinsichtlich der physischen und psychischen Belastung zu erwarten? Muss die Gefährdungsbeurteilung angepasst werden? z. B. Mehrbelastung für Augen	☹	☺	😊
6.8	Wir ziehen externe Unterstützung hinzu. Können wir externe Expertise nutzen (z. B. Workshops, Vorträge)? Wer kann uns bei der Umsetzung unterstützen (Potenzialberatung, Konzepterstellung, Prozessmoderation)? z. B. Berater, IT-Spezialisten. Sind wir offen für externe Hilfe? Wo informieren wir uns über Angebote zur professionellen Begleitung unseres Vorhabens?	☹	☺	😊

6.9

Wir nutzen Fördermittel.

Wollen wir staatliche Hilfen in Anspruch nehmen?
z. B. ESF-Programm *unternehmensWert:Mensch plus*



Fragen? Dann greifen Sie einfach zum Hörer und rufen mich an oder schreiben Sie mir eine Nachricht.

☎ 0151.56 11 41 41
✉ office@horstrup.de



Die „Checkliste: Digitalisierung in der Apotheke“ von Mechthild Horstrup ist lizenziert unter einer [Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). Solange Sie www.horstrup.de als Urheberin nennen, dürfen Sie dieses Werk nutzen. Diese Lizenz erstreckt sich nicht auf das Logo.