

Protokoll: Kursleitertreffen 2017 vom 26. Oktober 2017

Sitzungsort: KV Business School, Sihlpost, Sihlgasse 2, 8004 Zürich

Sitzungsdauer: 17:00 Uhr bis 18:30 Uhr

Teilnehmende:

1.	Markus Bigler	MB
2.	Gian Bischoff	GB
3.	Daniel Brandl	DFB
4.	Jan Cahlik	JC
5.	Camilla Ceppi	CC
6.	Blanche Hodler	BH
7.	Sepp Holtz	SH
8.	Catherine Manasse	CM
9.	Janet Schmidhauser	JS
10.	Doris Straub	DS
11.	Rolf Temperli	RT
12.	Philipp Trefny	PT
13.	Ralf von der Heiden	RH
14.	Heidi Zinggeler	HZ
15.	Beatrice Kivanc	BK

Entschuldigt: Antje Hugi

Verteiler: Alle Teilnehmenden, Entschuldigten

Traktanden:

1. Begrüssung
2. Kursvortrag Sepp Holtz „Die Dramaturgie einer Fortbildung – aus didaktischer Sicht“
3. Rückblick auf die letzten 5 Jahre
4. Themenübersicht Vergangenheit
5. Ausblick und Ideen (Gedankenaustausch)
6. Fragen an die Teilnehmenden
 - a) neue Ideen
 - b) Änderungsvorschläge
 - c) Tipps für Kursleitende
 - d) Merkblätter/Infomaterial aus Kursen (Handhabung)
 - e) zeitl. Rhythmus von Wiederholungen
 - f) Anzahl Kurstage pro Geschäftsjahr
7. Varia

Besprochen/Beschlossen:		Ver- antw.	Termin
1.	Begrüssung Jan begrüsst alle Teilnehmer herzlich und bedankt sich für die aktive Mitarbeit für KIS und das Kurswesen. Zudem herzlichen Dank an Bea für die Organisation.		

2.	<p>Kurzvortrag Sepp Holtz</p> <p>Sepp freut sich die Dramaturgie einer Fortbildung zu erläutern und steigt gleich mit soziometrischen Übungen ein, welche sich besonders gut dafür eignen, Beziehungen zwischen Mitgliedern einer Gruppe darzustellen (Reihe bilden, Vernetzungsübungen etc.). Sepp gibt Inputs zum Andenken und zur Diskussion. Er erklärt die Standards wie es z.B. im Kiski mit Studenten läuft erklärt den idealen Ablauf einer Fortbildung ähnlich einer Konsultation (Warming-up, eigene Agenda offenlegen, Erwartung klären/abholen wo die Teilnehmer stehen und nach der Bearbeitung einer Thematik am Ende klären, was die Teilnehmenden aus dem Kurs mitnehmen.</p> <p>MB: Erwähnt positiv commitment to change, dies hat er bei den Allergiekursen kennengelernt DS: Commitment to change bringt enorm viel und ist insbesondere für mehrteilige Kurse ideal.</p>		
3.	<p>Rückblick auf die letzten 5 Jahre</p> <p>JB gibt einen groben Überblick über die Zahlen aus den letzten fünf Jahren (Anzahl Kurstage, Teilnehmer, Ein-/Ausgaben, Gewinn). Anhang 1.</p>		
4.	<p>Themenübersicht Vergangenheit:</p> <p>Die Themen können in 3 Gruppen gegliedert werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Somatisches, z.B. Orthopädie, Dermatologie etc. b) Entwicklungspädiatrie, Psychosoziales, z.B. Vorsorge, PPPP c) Paramedizin, z.B. Akupunktur, Hypnose d) Zielgerichtet: Reanimation e) Sonst.: Fit / Missfit, Praxiseröffnung <p>Die Zunahme der Kurstage fand insbesondere in der Gruppe a) statt, die restlichen Kategorien blieben in etwa gleich – Anhang 2.</p>		
5.	<p>Ausblick und Ideen</p> <p>JC zeigt kurz die Kursübersicht 2017/18 und was wir auf der Agenda für 2018/19 haben und eröffnet die Diskussion zum Gedankenaustausch in der Gruppe. Anhang 3a und 3b.</p>		
6.	<p>Fragen an die Teilnehmenden</p> <p><u>Rekrutierung neuer Kursleiter</u></p> <p>Verschiedene Ideen zur Gewinnung neuer Mitwirkender (Kursleiter/Moderatoren) werden genannt:</p> <p>CC: Fragebogen an der Jahrestagung/MV abgeben und konkreter nachfragen (vielleicht auch im Rundmail. Beispiel: „Ich könnte folgendes für KIS beitragen...“</p> <p>DFB: Konkretes Vorstellen der Rolle eines Kursleiters an der Mitgliederversammlung</p> <p>HZ: Besser kommunizieren, wie die Aufgabe konkret aussieht</p> <p>DS: Anreiz schaffen, nicht nur finanziell, sondern zum Beispiel mit einem Programm wie man lehrt. Evtl. Workshop Moderation für Kursleiter, könnte auch online oder Qualitätszirkel sein (Methodik/Didaktik).</p> <p>MB: In den Regionalverbänden/-Gruppen junge, neue Mitwirkende rekrutieren</p> <p>HZ: Ist überzeugt, dass die Rekrutierung über persönlichen Kontakt am besten läuft.</p> <p>CM: Findet es sind zwei Komponenten, die ein Engagement beeinflussen: Mut, zeitlicher Aufwand</p> <p>CC: wünscht sich mehr Engagement der Jungen und plädiert für „extra Effort“ der Jungen. Es ist wichtig zu transportieren „du kannst das“. Es ist wichtig die jungen Kollegen (z.B. in der eigenen Praxis) anzusprechen.</p>		

<p>MB: findet man solle mit einer begleitenden Mitarbeit starten können, ansonsten wären wohl einige überfordert. JC: Ein Argument zum Mittun: Es ist eine dankbare Aufgabe, für die Allgemeinheit etwas zu tun. HZ: Meint, Sie hat am meisten gelernt, bei der Organisation der Kurse</p> <p><u>Neue Kursideen aus der Gruppe</u> RH: Elternarbeit im Sinne von Kooperation und Kommunikation RT: Kommunikation im Allgemeinen MB: Gesprächsführung DFB: Kinderarztpraxis als KMU CC: Motivierende Gesprächsführung, zugeschnitten für Praxispädiater, z.B. in zwei Modulen DS: Mikroedukation, Methodik (evtl. in Kombination MPA/KiAe), kleine Einheiten, sehr praxisorientiert. Beispiele: Aufgaben die eine MPA übernehmen könnte, Klärung wie der Patient verstanden hat (abholen). JC: Sagt, dass man diese Ideen für die Planung sehr gut aufnehmen kann</p> <p><u>Allgemeine Inputs</u> RT bedankt sich bei der Geschäftsstelle für die gute Organisation/Unterstützung bei der Durchführung von Kursen sowie der Professionalisierung der Kursunterlagen. RT findet wir brauchen drei Kategorien Kurse: 1. „Notkurse“, wie wir in der Praxis arbeiten (z.B. Orthopädie) 2. PPPP/Kommunikation 3. Refresher für diejenigen die schon lange in der Praxis sind</p> <p>HZ denkt es braucht eine 4. Kategorie: Team und MPA-Kurse im Sinne von Interprofessionalität MPA, oder auch andere Berufsgruppen</p> <p>JC: Credits und Verpackung der Kurse sind wichtig, damit man Kurse füllen kann. Allerdings sind Kurse, die zu wenig Zuspruch haben eher die Ausnahme. HZ meint Credits zu generieren ist eigentlich kein Problem, für manche Kollegen mag es aber einfacher zu sein, an einer Grossveranstaltung (wie z.B. Pädiatrie Update“) teilzunehmen anstelle interaktiv in kleineren Kursen zu arbeiten. JC Findet Grossveranstaltungen bringen für die Praxis weniger als unsere Kurse und stellt die Frage, ob wir hier mitmachen müssen (Thema Credits) CC: Vielleicht ansprechendere Kursbezeichnung („sexy Name“) um Junge besser zu erreichen. Es braucht für die Jungen Kursinhalten mit möglichst „Fleisch am Knochen“, damit sie danach damit arbeiten können. DFB: Es wäre gut ein Argumentarium zum zu erstellen. 1-5 Punkte auflisten.</p> <p>Tarmed-Kurs wäre wichtig, unter dem Kapitel Wirtschaftlichkeit (=sexy) und wir wären schneller als SGP. JC: Anmerkung - ist bereits in Planung</p> <p>CC: VKZ hat einen Workshop. Vielleicht wäre dies auch ein mögliches Format um konkrete Fälle z.B. zu diskutieren.</p> <p>HZ: Viele Junge haben unser Kurse besucht. Es wäre wichtig, für die alten Hasen ein Angebot zu haben, z. B. Masterclass-Kurse.</p> <p>SH: Vor 20 Jahren war unser Angebot innovativ. Andere haben aufgeholt.</p>		
--	--	--

	<p>MB: Unsere Stärken reinbringen: kleinere Gruppen, Austausch untereinander. MB meint die Kurse so belassen und nicht zu viel ändern.</p> <p>DS: Analyse machen, zuerst klären, was das Publikum will und braucht (Not in der Praxis). Vielleicht sollte man die Themen, die jetzt gesammelt wurden im grösseren Rahmen klären (Bedarfsumfrage).</p> <p>SH: Praxisassistenz obligatorisch seitens SGP, Supervisionskurs für Praxisassistenten/Lehrpraktiker, z.B. mit Follow-ups 50+, was geschieht mit Ärzten im höheren Alter. Wie könnte man alternde Kinderärzte integrieren (Intervision, Supervision, Consultant)</p> <p>JC: wünscht sich eine grössere Gruppe (die erfahrenen Kursleiter dieses Kursleitertreffens), die man bei Bedarf bei Suche nach möglichen Kursleitern und/oder Referenten anfragen könnte. Alle sind damit einverstanden und würden ggf. mithelfen neue Mitwirkende zu rekrutieren. BC erstellt einen Verteiler.</p>		
6.	<p>Fragen an die Teilnehmer <u>Neue Ideen</u> Inputs und Ideen sind im Punkt 6 bereits erwähnt</p> <p>a) <u>Änderungsvorschläge</u> Es wurden keine konkreten Änderungen gewünscht, vielmehr Inputs und neue Ideen genannt (siehe Punkt 5)</p> <p>b) <u>Tipps für Kursleitende</u> JC: Beispiel: Zeit im Auge behalten, Glocke um die Teilnehmer auf Ende der Pause aufmerksam zu machen CC: Es ist wichtig die jungen Kollegen anzusprechen (Rekrutierung) RT: Kursleitende sollen Freiheiten behalten BH: Hat den Leitfaden der Geschäftsstelle nicht als Einschränkung empfunden sondern war froh über die Unterstützung</p> <p>c) <u>Merkblätter/Infomaterial aus Kursen (Handhabung)</u> HZ: Als Idee nur diejenigen die sich engagieren, sollen Zugriff haben. Verteilen von „VIP Punkten“? Belohnung für Mitarbeit? DFB: Normale Links werden schon viele auf der Website veröffentlicht RT: Fachinformationen sind eine Dienstleistung für die Mitglieder. Eine Möglichkeit ist ein Artikel in den News, dieser sollte immer einen Mehrwert bringen, immer etwas Inhaltliches aus den Kursen, somit hat der Autor hier auch die Möglichkeit, Merkblätter / Infos aus den Kursen zu veröffentlichen CC: Zum Beispiel e-Book, State of the art, Inhalt müsste fachlich abgesegnet werden (Aufwand?)</p> <p>d) <u>Zeitl. Rhythmus von Wiederholungen</u> Alle finden, dass der Wiederholungs-Rhythmus sehr vom Thema abhängig ist. Auch abhängig von Nachfrage.</p> <p>e) <u>Anzahl Kurstage pro Geschäftsjahr</u> JC erwähnt, dass derzeit pro Geschäftsjahr zwischen 25 bis 30 Kurstage organisiert werden und sagt, dass es teilweise bereits schwierig wird, passende Termine zu finden (Ferien/Feiertage, Kollision mit anderen Kursen, Kongress etc.), Anhang 4.</p>		

7.	Varia Tools einbauen, „coole“ Sachen (neue Didaktik), Ideen wie secret room, foxtrail und flipped classroom werden genannt. Evtl. auch Kurse im Ausland (Wochenkurse) wagen.		
----	--	--	--

Erstellt: Zürich, 13.11.2017 /bk

Genehmigt:

Für das Protokoll:

Beatrice Kivanc
Kurswesen

Beilagen:

Anhang 1, 5-Jahresvergleich

Anhang 2, Kategorien

Anhang 3a, Kursagenda 18/19

Anhang 3b, Ideen für die Zukunft

Anhang 4, Zusammenfassung Brainstorming