

4,5 Prozent vom Ertrag vergütet werden? Der Anbieter kann doch nur entschädigt werden, wenn das Krankenhaus auch dafür entschädigt wird. Oder auf den Punkt gebracht: Kommt nichts rein, kann auch nichts raus – beziehungsweise: Es kann auch nicht mehr raus, als rein kommt.

Innovative Geschäftspartner sind gefragt

Meine bisherige Erfahrung in der Umsetzung von leistungsbasierter Entgeltung oder einem Partizipationsmodell zwischen Krankenhaus und Industrie zeigt, dass es dazu innovative Anbieter benötigt. Es ist bislang nicht jedermanns Sache, sich darauf einzulassen; nur wenn mein Kunde abrechnen kann, kann auch ich abrechnen. Mit Partnern welche dazu bereit sind, zeigt sich aber eine sehr professionelle Bedarfsklärung und Erfüllung. Denn jetzt wird es plötzlich matchentscheidend, das möglichst korrekte und angemessene Equipment dem Krankenhaus zur Verfügung zu stellen, und nicht das tollste, neuste, qualitativ beste, teuerste oder die Cash-Cow reinzustellen. Nein, es muss aufgrund des Einsatzes, der Anwendung, der benötigten Aussagekraft oder der angemessenen Bildqualität und den Patienten- bzw. Einsatzzahlen das beste W – Z – W gewählt werden.

Ich erfahre Anbieter, mit denen solche Innovationen umgesetzt werden können, und deren Interesse am Kunden und der geeigneten Patientenversorgung liegt und nicht an den Verkaufszahlen. Nicht dass diese Anbieter keine wirtschaftlichen Interessen verfolgen würden, aber dies mit dem Gesundheitswesen entsprechender W-Z-W-Prämisse und denselben ethischen Grundsätzen. ■

Martin Gut leitet die Abteilung Beschaffung und Logistik der Spital STS AG Thun (Schweiz).

KOMMENTAR

Wir brauchen erfolgreiche Geschäftsmodelle

„Wer hat’s erfunden – WIR!“ In einer Zeit, in der sich die Mitbewerber mehren, zählen schon längst keine Sprüche mehr, um sich einen Kunden angeln zu können.

Auch die viel zitierte Innovation und neueste Produkteigenschaften ändern nicht viel daran. Sie sind oft nur ein Mittel der Lieferanten, um sich aus dem Me-too-Segment zu verabschieden. Unser Kunde hat eine Aufgabe zu lösen, damit er bzw. das Krankenhaus die Arbeit am Patienten ordnungsgemäß erledigen kann. In der heutigen Zeit bedeutet das nicht nur, das Erreichen eines optisch einwandfreien Ergebnisses, meist sind dazu Normen, Standards und örtliche Leitlinien einzuhalten. Die dazu nötige Ausstattung der Anlagen wird in unseren Märkten vorausgesetzt. Technisch innovative Lieferanten können diese mit ihren Produkteigenschaften erfüllen und nach Maß des Kunden durch Sonderfunktionen übertreffen.

Sich auf die Bedürfnisse eines Krankenhauses einlassen

Also nehmen wir uns der Aufgabe unseres Kunden an, beginnen seine Tätigkeit zu studieren und seine Probleme in der täglichen Arbeit zu erkennen. Was hat ein Bediener zu tun, wenn das Programm normal läuft, wie sind die anfallenden Güter mit möglichst einfacher Handhabung abzuarbeiten? Was geschieht wenn das Programm nicht normal läuft oder durch Zwischenfälle, Expressaufgaben oder externe Störungen unterbrochen wird? Welche Anforderungen zur täglichen Arbeit hat der Bediener selbst an unser Equipment und dessen Zubehör?

Gibt es denn noch andere Anspruchsgruppen bei unserem Kunden?

Da sich ein Produkt nicht von alleine betreibt, ist es sehr wohl auch von externen Einflüssen wie den zur Verfügung



Foto: Select Photography Zürich

» **Warum soll sich ein Anbieter, der über das nötige Knowhow verfügt, nicht in die Leistungsentschädigung des Kunden mit einbringen?“**

Marcel Eigenmann, Belimed AG

stehenden möglichen Platzverhältnissen, Mediengegebenheiten, chemischen Detergenzien, Statik und oft auch der Architektur des Krankenhauses abhängig. Somit sind die Anspruchsgruppen sehr umfangreich und sind bereits bei der Planung eines Krankenhauses involviert. In der Zeit der sinnvollen Ressourcenverwendung und der Sicherung der Zukunft unseres Planeten ist auch diesen wesentlichen Aspekten hohe Priorität zuzuweisen. Was ist jedoch, wenn das Produkt installiert ist? Vergessen wir nicht den Betrieb und Unterhalt, welcher sich nicht nur auf den Wasserverbrauch beschränkt. Welche Teile sind

Dieses Dokument wurde zum persönlichen Gebrauch heruntergeladen. Vervielfältigung nur mit Zustimmung des Verlages.

im Lebenszyklus der Produkte, der meist größer als zehn Jahre ist, durch Service und Unterhalt regelmäßig zu warten? Welche Störungen sind zu erwarten? Besser noch: Wie können sie vermieden werden, um eine 100-prozentige Anlagenverfügbarkeit während der Arbeitszeit des Krankenhauses zu erreichen? Welche Arbeiten davon können durch geschultes Personal des Kunden selbst erledigt werden?

Warum denn sich nun auch noch mit dem Einkauf auseinandersetzen?

Nun haben wir doch an alle gedacht! Wir erfüllen nun optimal die Bedürfnisse der Bediener, indem wir alle Gegebenheiten der täglichen Arbeit optimal abdecken. Auch an den Bau, den Betrieb und an Serviceaufgaben haben wir gedacht und diese in der Lösungsfindung berücksichtigt.

Prinzipiell ist das Auseinandersetzen mit dem Einkauf eines Kunden per se kein Muss, stellt er doch den Gegenpart zum Verkauf dar. Er ist die Fachperson des Krankenhauses, welche es nicht nur versteht, ein angemessenes Budget zur Verfügung zu stellen, sondern seine internen Anspruchsgruppen zu vereinen und zu einer starken Kraft, welche an einem Strick zieht, zu verbünden. Aus Sicht eines Verkäufers ist er der Entscheider, welcher seine Anwender und Wächter coacht, damit eine Entscheidungsfindung aufgrund

einer objektiven Wertschöpfungsanalyse ermöglicht wird. Dazu verlässt er sich natürlich auf seine internen Fachspezialisten sowie auch auf den Spezialisten des Lieferanten. Dieser wird somit zum Partner des Krankenhauses. Dies ermöglicht es dem Lieferanten, seine Erfahrungen und das technische Wissen in den Evaluationsprozess einzubringen. Darüber hinaus ist eine derartige geschäftliche Partnerschaft Grundlage zur Optimierung der Wertschöpfungskette des Kunden und bildet den Nährboden für weitere innovative Geschäftsmodelle.

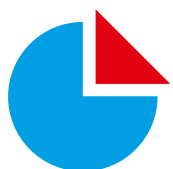
Wie werden wir nun der Lösungsanbieter der Wahl?

Längst liefern wir nicht nur, wir lösen und denken mit beim Verkauf, dem Betrieb und Unterhalt der jeweiligen Produkte. Nun, da wir Partner des jeweiligen Krankenhauses geworden sind, liegt es an beiden Stakeholdern, sich auf eine höhere Ebene der geschäftlichen Beziehung zu begeben. Warum soll sich ein Anbieter, der über sämtliches, nötiges und örtlich zur Verfügung stehendes Knowhow verfügt, nicht in die Leistungsentschädigung des Kunden mit einbringen? Mit diesem Schritt werden wir Teil der Wertschöpfungskette unseres Kunden und sind somit nicht nur aus Goodwill oder finanziellen Überlegungen bestrebt, dem Krankenhaus das absolut richtige Equipment, mit einer 100-prozentigen Anlagenverfügbarkeit zur Verfügung zu stellen.

Andererseits verlassen wir uns nun auf eine, aus unserer Sicht geeignete Leistungserbringung unseres Kunden, also darauf, dass er seine Arbeit ordnungsgemäß ausführt und die Anzahl an Operationen zur Patientenversorgung der jeweiligen Region effektiv von Nöten ist. Unter Berücksichtigung der vergangenen Fallzahlen und einer vergüteten, adäquaten Mindestchargenzahl unserer Anlagen können wir unsere Produkte finanzieren lassen und mutieren so nicht nur zum Lösungsanbieter, sondern zum effektiven Wertschöpfungspartner.

Meiner Ansicht nach ist es nicht jedem Geschäftspartner, weder dem Krankenhaus noch dem Lieferanten, in die Wiege gelegt eine derartige Partnerschaft mit einer Partizipation am Patientenwohl einzugehen. Dieses Geschäftsmodell bedingt nicht nur gegenseitiges Vertrauen, sondern auch interne Prozesse, welche dieses Vorgehen zulassen, sowie allseitig entsprechende Sicherheiten der Unternehmen und auch des Finanzinstitutes. Aus Erfahrung können diese jahrzehntelangen Geschäftsbeziehungen äußerst positiv bewertet werden. Die Geschäftspartner der Unternehmen jeder Stufe vereinen sich zu einer Kraft und sind stets gemeinsam darauf bedacht, allfällige Störfaktoren der Prozesse unverzüglich aus dem Weg zu räumen. ■

Marcel Eigenmann, Leiter Vertrieb
Medical Schweiz, Belimed AG



Gallmann & Schug

Ihre Experten für Prozessoptimierung im Gesundheitswesen

➤ www.gscg.de

✉ info@gscg.de

☎ 0621 - 58 79 07 74

