

Marktanforderungen heute – strategische Herausforderungen für die Trägerschaft

Urs Baumgartner, Geschäftsführer Signa AG, CH-9450 Altstätten / St. Gallen

Marktanforderungen heute

Das Umfeld im Altersbereich ändert sich rasant. Anforderungen liegen heute in den Bereichen:

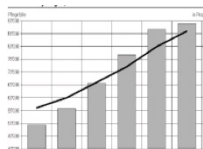
Mensch **Alter** **Behinderung** **Politik**

Mensch



- > Selbstbewusste Konsumenten/Gäste, die ihr Lebensumfeld auswählen.
- > Wohnbedarf liegt heute bei rund 54 m² pro Person.
- > Sippschaften leben immer weiter auseinander
- > Fast jede zweite Ehe wird geschieden – der Anteil an Alleinstehenden nimmt zu
- > Künftig werden verschiedene Kulturen zusammenleben. Reiligös und nicht reiligös
- > Nicht unser Standard ist die Vorgabe, sondern die Anforderungen der Gäste

Alter



- > Im Jahr 2060 werden rund 8% der Bevölkerung mindestens 80 Jahre alt sein
- > 1/3 der über 80jährigen braucht heute ein geschütztes Umfeld
- > Menschen werden zwar älter, sind jedoch neuen, anderen Belastungen ausgesetzt
Demenzkrankungen, Gerontopsychiatrie
- > Menschen, die heute 60–75 Jahre alt sind, sind oft recht vermögand und schuldenfrei

Behinderung

- > Zunahme an Menschen mit psychischen und Unfall-bedingten Behinderungen,
Menschen mit Hirnverletzungen
- > Weniger Menschen mit angeborenen Behinderungen durch pränatale Diagnostik
- > Menschen mit Behinderungen werden älter > Altersgerechte Angebote
- > Selbständigkeit fördern und Handlungsrahmen vergrössern kommt vor Betreuung

Politik



- > Der Druck der Versicherer steigt weiterhin
- > Gesetzliche Vorgaben werden dichter – stellen Anforderungen administrativer Art
- > Gemeinden werden immer weniger bereit und in der Lage sein, Defizite zu decken
- > Tendenzen zur Privatisierung von klar abgrenzbaren Betriebseinheiten in der öffentlichen Hand

Strategische Herausforderungen für die Trägerschaft

Trägerschaften nehmen künftig nicht mehr Rechnung und Budget zur Kenntnis.

Sie begleiten, hinterfragen und gestalten das Unternehmen strategisch.

Drei Hauptbereiche sind wesentlich:

Gestalten

Controlling

Kontakte

Gestalten



- > Ständige Erneuerung: Investitions- und Reinvestitionsplanung rollend
- > Betätigungsfeld klar definieren – sich positionieren
- > Bedürfnisse/Marktentwicklung erkennen – Marktnischen der Region abdecken
- > Verantwortung wahrnehmen – Aktiv strategisch führen

Controlling



- > Permanent Strategie überprüfen und anpassen (Zyklus: 3-5 Jahre)
- > Betreuungs- und Pflegequalität / Kernkompetenzen hinterfragen – Qualität sicherstellen
- > Kostenmanagement ist gefragt.
 - Outsourcing-Potential: Wäscherei, Küche, Reinigung
 - Ertrags-Potential: Restauration, Catering, Bankette, Tagungen
- > Können Sie Abschreiben? Machen Sie Defizit? oder Managen Sie ihren Betrieb schon?

Kontakte

- > PR/ Marketing/Lobbying ist wichtig
- > Leistung und Kompetenz will aktiv vermittelt sein
- > Bündnispartner müssen gepflegt werden
- > Wichtige Zielgruppen und Beeinflusser müssen die Institution klar kennen

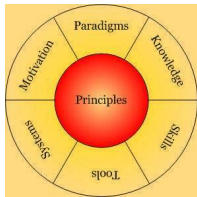
Trägerschaft heute

Primär sollten Fachvertreter in den Trägerschaften sein. Nicht Parteien, Gremien oder Vertretungen.

- > Gefragt sind Fachkenntnisse und Verbindungen: Politik – Juristik – Medizin – Geriatrie – Agogik
Betriebswirtschaft – Marketing – Bau – Gerontologie/Psychologie
- > Die Exponenten der Trägerschaft sollten intern oder durch einen kleinen Kreis gewählt werden.
- > Eine breite Abstützung der Trägerschaft in der Bevölkerung ist nicht notwendig
- > Klare Leistungsvereinbarungen geben die Mission vor
- > Zusammenarbeit/Bündnispartnerschaften sind wichtig



„Best Practice“ – Vom Besseren lernen



DEW
 Wärsrechnen
 Wettbewerb



Best Practice setzt auf Selbstoptimierung durch Wettbewerb, statt auf externe Vorgaben und Zertifizierung.

- Wie Leistungsfähig sind wir im Vergleich zum Markt?
- Wie können wir Prozesse / Arbeitsmethoden optimieren?
- Was ist die erfolgreichste Vorgehensweise?
- Wo liegen unsere Stärken und Schwächen?

Benchmarking liefert Vergleichswerte.

In einem kontinuierlichen, systematischen Prozess vergleichen wir uns mit den Mitbewerbern im Markt, um von den Besten zu lernen. Verglichen werden:

Finanzen / Personal / Leistungen

Kosten – Erträge – Mitarbeitende – Overhead – Auslastung – Fluktuation etc.

Konzepte / Prozesse / Qualität

Ausstattung – Aufnahme/Aus-/Umzüge – QM-System – Hilfeplanung – Strukturen – Information...

Zufriedenheit / Image / Akzeptanz

Befragungen von Angehörigen – Nutzern – Mitarbeitenden – Zuweisern

Ziele

- Konsequente Ausrichtung auf Bestleistung
- Leistungen mess- und vergleichbar aufzeigen
- Klare Positionierung im Markt
- Argumente und Nutzen

Der (Spar-) Druck auf allen Ebenen – politisch und privat – erfordert den Beweis für optimale und kostengünstige Dienstleistungen. Trägerschaften müssen sich klar positionieren, um Vertrauen zu schaffen bei der öffentlichen Hand, bei Versicherungen und Kostenträgern, bei Angehörigen und bei ihren Kunden: Betagte Menschen, Menschen mit Behinderungen, Kindern.