

## Drei Fragen an ...

## Juliane Quaranta



Investment Managerin und Consultant,  
SANEMUS AG und MICHAEL THIESS  
Management Consultants, München.

juliane.quaranta@sanemus.com

## Strategisches Marketing – für Erfolg unverzichtbar

*1. Frau Quaranta, in Zeiten zunehmenden Verdrängungswettbewerbs müssen sich wachstumsorientierte Betreiber mehr als je zuvor mit Fragen des Marketings befassen. Nehmen Sie das in Ihrer Beratungstätigkeit auch so wahr?*

Der Verdrängungswettbewerb in der Pflege ist massiv, der Wettbewerb professionalisiert sich. Neue Anbieter drängen mit innovativen Wohn- und Betreuungskonzepten in den Markt. Etablierte Anbieter müssen sich entsprechend positionieren und ihre Leistungen bedarfs- und kundenorientiert vermarkten. Grundlage muss eine klare Strategie sein, welche konsequent umgesetzt wird. Letzteres vernachlässigen noch viele Anbieter. Wichtig ist auch die Fähigkeit, schnell auf Marktveränderungen reagieren und Konzepte entsprechend anpassen zu können.

*2. Wo setzt das strategische Marketing an?*

Die grundsätzliche Zielsetzung, Strategie und Corporate Identity müssen top-down vorgegeben werden. Insbesondere das Corporate Identity-Konzept unterstützt die Identifikation mit dem Unternehmen und die Umsetzung der einrichtungsbezogenen Marketingmaßnahmen. Jede Einrichtung benötigt ein auf die Erfordernisse des regionalen Marktes individuell abgestimmtes Marketingkonzept, das sich an den strategischen Vorgaben orientiert. Zentraler Bestandteil ist das Belegungsmanagement. Dieses beinhaltet den Einsatz individuell abgestimmter Werbe- und PR-Maßnahmen, auf deren Grundlage der kompetente Umgang mit Interessenten sowie der Aufbau und die Pflege von Netzwerkbeziehungen zu Multiplikatoren und Zuweisern erfolgen. Neben der Systematik an sich, sind die Motivation des Managements und die Mobilisierung jedes einzelnen Mitarbeiters sowie ein engmaschiges und konsequentes Belegungscontrolling wichtige Bausteine. Geachtet dessen, konnten sich bei unseren Kunden auch kurzfristig Erfolge einstellen.

*3. Viele kleine Betreiber sind im Markt aktiv, ob in urbanen oder in ländlichen Räumen. Lohnt sich strategisches Marketing auch für diese oder ist das nur etwas für die Großen?*

Wo große Player bereits professionell agieren, haben die Kleineren noch viel Nachholbedarf. Leider realisieren einige die aktuelle Entwicklung nicht ernsthaft. Strategisches Marketing und konsequentes Belegungsmanagement müssen in jeder Einrichtung, unabhängig von der Größe des Anbieters, an oberster Stelle stehen, nur so kann die Wirtschaftlichkeit der Einrichtung dauerhaft gesichert werden. Hohe Qualität und qualifiziertes Management sind weitere Erfolgsfaktoren.

## Neues Pflegeheim für Menschen mit Demenz

## Leben in Normalität

Ein neues Pflegeheim nur für Menschen mit Demenz hat die Stadt Gelsenkirchen eröffnet. 52 Bewohner werden dort ab September in Einzelzimmern untergebracht. Es ist als Erweiterung des Senioren- und Pflegezentrums an der Schmidtmanstraße gedacht.

Über vier Etagen erstreckt sich das neue Heim, wie das Onlineportal „Der Westen“ berichtet. Jeder Bewohner bekomme ein Einzelzimmer. In den vier Wohngruppen des Neubaus sollen die Menschen mit

Demenz so nah wie möglich an ihrem gewohnten Leben betreut werden. Dazu gehören neben dem eigenen Zimmer auch die Gemeinschaftsräume, inklusive Küche. Zwar werden die Bewohner aus der Heimküche der Schmidtmanstraße versorgt, Kochen und Backen gehören allerdings zum Betreuungskonzept. Gewohnheiten werden gefördert. Dazu zählen auch Hausarbeiten wie Wäsche falten und Kartoffeln schälen. Das Angebot wird an die Biografie der Bewohner angelehnt. CI

## Tarifvertrag für Pflegehilfskräfte vereinbart

## Bevor der Mindestlohn kommt

Der Arbeitgeberverband Pflege und die Gewerkschaften medsonet und der Berufsgewerkschaft (DHV) haben in Berlin einen bundesweit gültigen Entgelttarifvertrag für Pflegehilfskräfte vereinbart. Beide Gewerkschaften sind Mitglied im Christlichen Gewerkschaftsbund Deutschland.

Der bundesweit gültige Tarifvertrag gilt zunächst für mehr als 38.000 Mitarbeiter. Zukünftig erhalten Pflegehilfskräfte ohne abgeschlossene fachspezifische Berufsausbildung in den alten Bundesländern einen Stundenlohn von 8,50 Euro brutto und in den neuen Bundesländern von 7,50 Euro. Das entspricht einem monatlichen Bruttolohn von 1.470 Euro in

den westlichen und 1.300 Euro in den östlichen Bundesländern als Einstiegsgehalt.

„Mit dem Abschluss des ersten bundesweiten Tarifvertrags für die privaten Pflegeunternehmen haben wir einen großen Schritt nach vorne getan“, sagt Thomas Greiner, Vorsitzender des Arbeitgeberverbands Pflege. „Wer an morgen denkt, muss sich zu einer angemessenen Bezahlung bekennen. Wir müssen heute die Weichen für eine zukunftsfähige Pflege stellen. Dazu gehört eine zeitgemäße Tarifpolitik, die den wachsenden Herausforderungen der Pflegebranche gerecht wird. Als Arbeitgeberverband stellen wir uns dieser Verantwortung.“ CI