

Aus der Branche für die Branche

Der Faktor „C“ entscheidet

Die Medizinprodukte-Branche steht vor gewaltigen Herausforderungen. Sinnvoll in dieser Situation sind externe Helfer für die Unternehmen. Absolute Profis um Walter Schuch gründeten Faktor C. MTDialog erfuh von den Bergheimern Grundlegendes zu den künftigen Anforderungen und welche Umsetzungsstrategien Faktor C anbieten hat. Dies geht von unkonventionellen Beratungsleistungen bis hin zu ASP, dem Anmieten spezifischer Software-Lösungen.



Bieten durchdachte Konzepte an: Ursula Trauer, Dirk Hegner, Walter Schuch, Patrick Kolb und Hans-Peter Schneider (v. l.)

Unternehmen, die im Gesundheitsmarkt von morgen erfolgreich sein wollen, müssen sich den zukünftigen Systemveränderungen aktiv stellen. Angesichts verschärfter Umfeldbedingungen gilt es heute mehr denn je, das Unternehmen konsequent auf die veränderten Marktbedürfnisse auszurichten und mit einem klaren Kurs durch die Zeiten des Umbruchs zu steuern. Zu den Gewinnern werden insbesondere die Marktteilnehmer gehören, die sich auf die wichtigsten Erfolgsfaktoren der Zukunft konzentrieren:

- Aufbau von Produkt- und Dienstleistungsangeboten, die zu effizienteren Versorgungsprozessen führen
- Schaffung vertikaler und horizontaler Kooperationen, mit denen das eigene Leistungsangebot im regionalen oder überregionalen Zielmarkt erweitert und der Kundennutzen gesteigert werden kann

- Implementierung einer leistungsfähigen Informations- und Kommunikationstechnik, um an integrierten Versorgungsmodellen teilnehmen und die Forderungen nach Datentransparenz erfüllen zu können
- Umsetzung intelligenter Marketingkonzepte, um die Aufmerksamkeit von Kunden und Entscheidern zielgerichtet auf das eigene Leistungsangebot zu lenken

Keine Beratungslösungen von der Stange

Die stetig wachsenden Anforderungen im Tagesgeschäft und mangelnde personelle Ressourcen beeinträchtigen häufig die planmäßige Umsetzung dieser Ziele. Dienstleister, die ein Unternehmen dabei wirkungsvoll unterstützen wollen, müssen über ausgezeichnete Marktkenntnisse und eine hohe Kompetenz in den relevanten betriebswirtschaftlichen Fachgebieten verfügen. Genau diese Kombination will die neu gegründete Beratungsgesellschaft Faktor C aus Bergheim bei Köln anbieten. „Mit unserem branchenspezifischen Know-how wol-

len wir unseren Kunden helfen, den steigenden Kostendruck und den immer härter werdenden Wettbewerb zu meistern und sich im wandelnden Gesundheitsmarkt erfolgreich zu positionieren“, erläutert Walter Schuch, ehemaliger Geschäftsführer der Firma Stortz in Köln und Gründer von Faktor C.

Weil der Erfolg des Kunden im komplexen Gesundheitswesen von einer Vielzahl von Faktoren und regionalen Einflüssen abhängt, bringen Beratungsleistungen von der Stange nicht weiter. „In einem Markt, in dem wahrscheinlich nichts bleibt, wie es ist, muss man dem Kunden pragmatische und zukunftsfähige Lösungen liefern. Mit den üblichen Checklisten in ein Unternehmen zu marschieren, Powerpoint-Präsentationen abzuliefern und den Kunden dann wieder alleine zu lassen, ist nicht unsere Sache“, stellt Schuch klar. Der Bedarf an praxis- und umsetzungsorientierter Beratung wird seiner Meinung nach in Zukunft stark wachsen. Kleine und mittelständische Unternehmen verfügen ein-

fach nicht über die notwendigen Marketing- und IT-Ressourcen. Außerdem seien die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Neuausrichtung in der gegenwärtigen Phase der Marktveränderung besonders günstig.

Nicht alles, aber effektiv

Das Bergheimer Unternehmen betont, dass es nicht als Full-Service-Dienstleister antritt, sondern sich mit seinen Leistungen auf die Lösung der oben aufgeführten zentralen Erfolgsfaktoren konzentriert: strategische Beratung, Marketing, Vertrieb, EDV-Consulting und Beziehungsmanagement.

„Die Bereiche, die wir abdecken, treffen aus unserer Sicht die zentralen Aufgabenstellungen des Marktes“, bemerkt Faktor-C-Mitarbeiterin Ursula Trauer. Neben der langjährigen Branchenerfahrung, fundiertem Wissen über den Gesundheitsmarkt und exzellenten Kontakten zu den unterschiedlichen Marktbelegten will Faktor C für seine Kunden vor allem eins in die Waagschale werfen: Berater, die Konzepte nicht nur entwickeln, sondern diese auch systematisch umsetzen können.

Schuch will nach 25 Jahren Führungstätigkeit in der Branche seine Erfahrungen weitergeben und den Unternehmen helfen, aus dem reinen Preiswettbewerb herauszukommen. Oft fehlt den Unternehmen nur der Impuls durch einen externen Partner. Danach ist es manchmal ganz einfach, gemeinsam mit dem Kunden die Marktentwicklung zu skizzieren, eine Strategie zu entwickeln und einen entsprechenden Aktionsplan zu fixieren.

„Umsetzungsorientierung“ als Philosophie

„Dass eine aus dem Markt abgeleitete Strategie Voraussetzung, aber noch keine Garantie für den Erfolg ist, wissen die Mitarbeiter von Faktor C. „Umsetzung“ ist das, woran viele Berater und zahlreiche Kundenprojekte scheitern. „Damit wir den Kunden von unserer Leistungsfähigkeit überzeugen können, stehen wir auch für einzelne Aufgabenstellungen zur Verfügung. Ob ein Medizintechnik-Hersteller eine Einführungskampagne für ein neues Produkt realisieren will, ob ein Fachhändler beabsichtigt, mit bestimmten Maßnahmen die regionalen

Beziehungen zu seinen Ärzten zu optimieren, ob eine neue Niederlassung kostengünstig an eine bestehende EDV-Struktur angebunden werden soll oder einfach nur die wichtigsten Versorgungsdaten für die Präsentation beim Kostenträger aufbereitet werden müssen: Unsere Mitarbeiter haben in all diesen Bereichen Erfahrung und lösen für den Kunden schnell und unkompliziert auch operative Einzelaufgaben“, erklärt Patrick Kolb, Marketing-Consultant von Faktor C.

Bei größeren Aufgabenstellungen greift Faktor C auf ein Netzwerk von kompetenten Dienstleistern zurück. „Die Bilanz der ersten Monate kann sich sehen lassen“, meint Schuch. In der kurzen Zeit seit Unternehmensgründung wurden schon einige Projekte erfolgreich realisiert. So wurde in den vergangenen Monaten die Vertriebsstrategie für das neue Medizinprodukt eines ausländischen Konzerns erarbeitet, ein neues Klinikmodell mit starken Leistungsbeziehungen zum regionalen Markt begleitet, eine Seminarreihe für Kostenträger konzipiert und mehrere Fachhändler bei der Reorganisation ihrer EDV-Struktur betreut.

Die Aufzählung verdeutlicht die unterschiedlichen Zielgruppen, die Faktor C in Zukunft in der Gesundheitsbranche anvisieren will. Auf Grund der zunehmenden Vernetzung des Gesundheitswesens ist es aus Sicht von Faktor C wichtig, mit den verschiedenen Anbietern von Gesundheitsleistungen zusammenzuarbeiten. Dazu gehören Hersteller und Fachhändler ebenso wie Kostenträger und stationäre Einrichtungen.

EDV-Lösungen aus der Steckdose

Neben einer schlüssigen Strategie und zielgruppenorientierten Marketingmaßnahmen zählt eine moderne EDV-Struktur für Faktor C zu den wichtigsten Voraussetzungen im Gesundheitswesen.

In einem Markt, in dem integrierten Versorgungsmodellen, der Vernetzung der Leistungserbringer und effizienteren Versorgungsstrukturen eine immer wichtigere Rolle zukommt, spielt eine leistungsfähige Informations- und Kommunikationstechnologie eine Schlüsselrolle. „Mit unseren branchenspezifischen EDV-Dienstleistungen versetzen wir unsere Kunden in die Lage, die Informations- und Kommunikationstechnik als Steuerungsinstrument im Wettbewerb zu nut-

zen und die Abwicklungskosten im Betrieb zu senken“, erklärt Hans-Peter Schneider, IT-Consultant von Faktor C.

Seiner Meinung nach ist die EDV-Situation in vielen Betrieben äußerst unbefriedigend. Es herrscht keine Datentransparenz und es lassen sich kaum aussagekräftige Informationen aus den bestehenden Strukturen generieren. Eine Ursache liegt aus seiner Sicht in der Vielzahl von IT-Unternehmen, die aus der Unwissenheit des Kunden Profit schlagen und überdimensionierte Lösungen verkaufen. Dieses Problem sei besonders häufig beim Fachhandel anzutreffen.

Weil sich kleine und mittelständische Unternehmen eine moderne EDV-Struktur und eine leistungsfähige Software kaum leisten können, hat Faktor C für die Branche ein Konzept entwickelt, das auf der so genannten ASP-Technologie basiert, die in den USA bereits bei jedem zweiten Unternehmen etabliert ist. Über das Faktor-C-Rechenzentrum und leistungsstarke Netzverbindungen werden dem Kunden alle Programme und Anwendungsfunktionen zur Verfügung gestellt, die er für die optimale Steuerung seiner Geschäftsprozesse benötigt. Die immensen Anschaffungskosten für immer wieder neue Hard- und Softwareprodukte und teures EDV-Personal entfallen bei ASP. Der Kunde zahlt abhängig von der Nutzung für die Hard- und Software eine feste monatliche Gebühr. „Mieten statt kaufen, heißt die IT-Formel der Zukunft“, meint Schneider stolz.

Unter der Bezeichnung „ASP+C“ erhält der Kunde von Faktor C nicht nur die Software aus der Steckdose, sondern auch zentrale Administration, Datenpflege, Reporting und einen branchenbezogenen Online-Anwendersupport. „Der Kunde kann sich auf sein Kerngeschäft konzentrieren und wir kümmern uns um seine EDV“, verdeutlicht ASP-Spezialist Dirk Hegner einen wichtigen Nutzen von ASP. Walter Schuch ist sich sicher, dass ASP nur eine von vielen Dienstleistungen ist, mit der Faktor C den Unternehmen in der Branche einen echten Nutzen bieten kann.

RS