Führen, Akquirieren, Verkaufen

Interview mit Betriebsberater Axel Ehrhardt

„Die Branche kann nicht Führen, nicht Akquirieren und nicht Verkaufen“, berichtet Axel Ehrhardt, Bergneustadt, aus seiner Beratungspraxis in Sanitätshäusern. Warum dies schnell abgestellt werden muss und wie das geht, darüber sprach er mit GP.

Axel Ehrhardt, Betriebswirt, verfügt über langjährige Vertriebs-und Marketingerfahrungen in diversen Führungspositionen der Pharma-Industrie, der Medizintechnik und Reha-Branche. Seine Dienste in der Unternehmensberatung bzw. seine Trainingsseminare bietet er mit seinem eigenen Beratungsunternehmen an.

Kontakt:
AE Training- und Managementberatung, Henneweide 23,
51702 Bergneustadt
Telefon: 0 22 61/4 85 49
Handy: 01 70/2 97 20 76
E-Mail: ae-beratung@t-online.de

GP: „Die Branche schlägt sich aktuell mit der Umsetzung des GMG herum. Da macht man sich als Inhaber im Moment weniger Gedanken z. B. über verbesserte Akquisitionstrategien. Warum ist dies ist aber gerade vor dem Hintergrund des GMG wichtiger denn je?“

Axel Ehrhardt:
„Der Paradigmenwechsel ist im vollen Gange. DMP, DRG, das Überleitungsmanagement, Wahl und Regelleistungen, integrative bzw. sektorenübergreifende Versorgungskonzepte, Hausarztzentrierte Modelle, Medizinische Versorgungszentren und eine drastische Veränderung der zukünftigen Kostenträgerlandschaft sind Herausforderungen, die innovative strategische bzw. operationale Akquisitionsstrategien in den einzelnen Häusern auslösen müssen. Wer sich jetzt dazu nicht frühzeitig und konzeptionell aufstellt, der wird zu den ‚Loosern‘ im Gesundheitswesen gehören. Diese Branche hat ja weniger ein Erkenntnisproblem, sondern – aus meinen Erfahrungen und Erlebnissen in den einzelnen Häuser heraus – ein klares Umsetzungsproblem, d. h. was diese Branche überwiegend noch nicht kann ist: Sie kann nicht Führen, nicht Akquirieren und nicht Verkaufen. Das werden für die nächsten Monate und auch Jahre die Schwerpunktthemen im Rahmen des GMG und der weiteren Liberalisierung des Gesundheitsmarktes werden.
Was die Akquisition betrifft, so ist es unumgänglich, sich akquisitorisch-strategisch weitere neue Netzwerke aufzubauen, da die bisherigen etablierten Versorgungsstrukturen nicht mehr ausreichen werden, um den o. a. Marktanforderungen gerecht zu werden. Die heile Welt der klassisch-konventionellen Versorgungsstrukturen auf Zuruf in Ehren, aber diese Zeiten werden nicht mehr lange alleinige Gültigkeit haben.

Sie müssen zum Kunden marschieren

Die qualitative Fachkompetenz der Mitarbeiter in den einzelnen Häusern braucht sich draußen nicht zu verstecken. Hier ist ein hoher Level an Know-how sichtbar. Teilweise erschreckend, und das macht mir Sorgen, ist die soziale Kompetenz hinsichtlich der allgemeinen kommunikativen, akquisitorischen oder verkäuferischen Fähigkeiten, sei es am internen POS oder ‚an der Front‘. Heute und in Zukunft müssen Sie zum Kunden marschieren und nicht umgekehrt. Deshalb sind für die Zukunft Mitarbeiter gefragt, die neben ihren hohen fachlichen Fähigkeiten ein professionelles Beziehungsmanagement realisieren können; also Kundenbindung- und Kundennetzwerkstrukturen aufbauen, grundsätzlich ‚bissig‘ sind, ein optimales Zeit- und Organisationsmanagement haben, kaufmännisch denken können und sich nicht scheuen, das Wort ‚Verkaufen‘ in den Mund zu nehmen.
Man muss allerdings nicht alles nur schwarz malen, denn es gibt auch schon genügend Beispiele in dieser Branche dafür, wo man den Zug der Zeit erkannt hat.“