

Going Public, Sonderbeilage November 2013, S. 16/18

„Es ist nicht einfach, die Kosteneffizienz zu steigern“

Interview mit Carsten Clausen, Leiter Continuous Care (Out Patient Market), B. Braun Melsungen AG

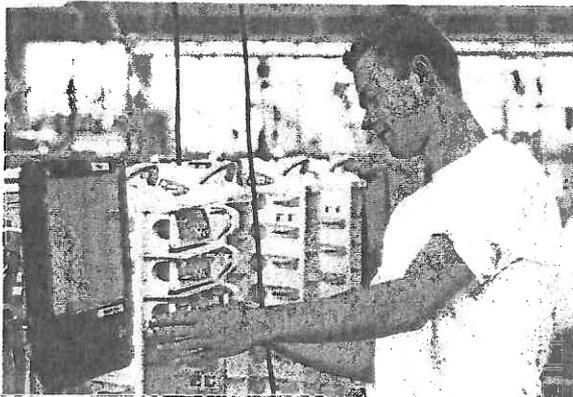
Der Homecare-Markt wächst weiter. Welche Chancen sich auf diesem Markt bieten und welche Trends sich abzeichnen, erklärt Carsten Clausen, Leiter Continuous Care bei B. Braun Melsungen, im Gespräch mit dem GoingPublic Magazin.

GoingPublic: Herr Clausen, was verstehen Sie unter Homecare?

Clausen: Nach unserer Definition ist Homecare die Weiterführung der stationären Versorgung auf gleichem Niveau im häuslichen Umfeld. Es ist also nicht – wie häufig angenommen – die häusliche Pflege, sondern es handelt sich um eine zum Produktverkauf gehörende Dienstleistung. Homecare ist also das, was die Verkäufer der Produkte noch an Dienstleistungen nebenbei dazu packen. Das Problem ist, dass Homecare kein erstattungsrechtlicher Begriff ist. Als Homecare-Anbieter ist man also unmittelbar der Krankenkasse ausgesetzt. Es werden Preise ausgehandelt und aus deren Marge wird dann die Dienstleistung mitfinanziert.

GoingPublic: Wie schätzen Sie denn aktuell die Homecare-Branche ein?

Clausen: Die Homecare-Branche gehört definitiv zu den Wachstumsmärkten weltweit und in Deutschland. Zudem ist der deutsche Markt sehr ambulant geprägt.



Ein Blick in die Fertigung von Infusionspumpen der B. Braun Melsungen AG im Werk W in Melsungen.
Foto: B. Braun Melsungen AG



Carsten Clausen

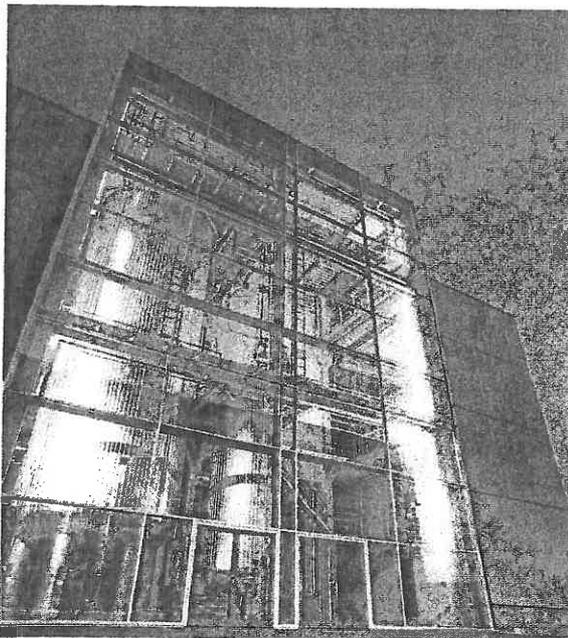
Die Bundesrepublik ist das einzige Land, in dem es eine völlig strikte Trennung zwischen ambulant und stationär gibt. Neben den großen Konzernen tummeln sich hier aber vorrangig kleine bis mittlere Unternehmen.

GoingPublic: Welche Trends sehen Sie und wie kann man als Unternehmen davon profitieren?

Clausen: Der Trend geht ganz klar hin zum weiteren Wachstum. Aber davon zu profitieren, ist nicht einfach. Aber wir als Unternehmen, das gleichzeitig herstellen und im Rahmen einer vertikalen Integration bis zum Patienten hin alles machen kann, sind auf dem richtigen Weg, um profitabel zu wachsen.

GoingPublic: Inwiefern können denn Homecare-Unternehmen dazu beitragen, die Kosteneffizienz des Gesundheitswesens zu steigern?

Clausen: Es ist nicht so einfach, die Kosteneffizienz des Gesundheitswesens zu steigern. Natürlich können Patienten mittlerweile fast genauso gut zuhause betreut werden wie in einer Klinik. Aber der ambulante Bereich ist am Ende nicht günstiger. Denn auch die Vergütung der Dienstleistung im ambulanten Bereich ist ein Problem.



Die Leading Infusion Factory Europe (L.I.F.E.) von B. Braun in Melsungen wurde am 19. April 2005 offiziell eröffnet.
Foto: B. Braun Melsungen AG

GoingPublic: Welche Herausforderungen sehen Sie denn für Homecare-Unternehmen?

Clausen: Das Hauptthema ist sicherlich Reimbursement, also die Vergütung. Es ist essenziell, dass man mit den Krankenkassen zusammen ein Vergütungsmodell entwickelt. Außerdem ist es für ein Unternehmen auf diesem Markt äußerst wichtig, profitabel zu bleiben.

GoingPublic: Wie hat sich B. Braun auf dem Markt positioniert?

Clausen: Wir kommen ja eigentlich aus dem Klinikbereich, haben aber erkannt, dass wir stärker den ambulanten beliefern müssen. Daher wird B. Braun seine Position weiter stärken und ausbauen. In den Bereichen der parenteralen Ernährung und in der Wundversorgung verfügen wir bereits über eine hohe Kompetenz.

GoingPublic: Auf welchen Homecare-Bereich konzentriert sich B. Braun speziell und warum?

Clausen: Unser spezieller Sektor ist die parenterale Ernährung (unter Umgehung des Darms). Wir können dieses Produkt selbst in großen Mengen herstellen, in die Kliniken bringen und gut im ambulanten Markt platzieren. In Melsungen wird gerade eine neue Fabrik dafür gebaut.

GoingPublic: Welchen Anteil machen Homecare-Produkte bei B. Braun aus?

Clausen: In Deutschland fast die Hälfte des Umsatzes. Insgesamt erwirtschaftet B. Braun einen dreistelligen Millionenumsatz in der Bundesrepublik. Davon kommen 35 bis 40% aus dem ambulanten Bereich.

GoingPublic: Denken Sie, die Bedeutung von Homecare wird künftig in Ihrem Unternehmen noch weiter zunehmen?

Clausen: Natürlich wird Homecare bei uns weiter an Bedeutung gewinnen. Wachsen kann B. Braun hierzulande im Wesentlichen nur im Homecare-Markt. Im Klinikbereich sind wir bereits sehr gut aufgestellt.

GoingPublic: Wie stark ist denn der Wettbewerb auf dem Markt für Homecare-Produkte?

Clausen: Der Homecare-Markt ist hart umkämpft. Zwar findet ein leichter Konzentrationsprozess statt, aber der Markt ist weiterhin sehr zersplittert. Es gibt nur wenige große Unternehmen und sehr viele kleine Hersteller, die die ganze Wertschöpfungskette abdecken, haben es da natürlich leichter.

GoingPublic: Wie funktioniert denn die Patientenakquise?

Clausen: Ambulante Patienten zu akquirieren ist ein großes Thema. Da ist die Konkurrenz riesig, weil jeder Patient Umsatz bedeutet. Die Akquise selbst läuft bei uns über den gut funktionierenden Außendienst ab, der die Patienten vor Ort anspricht.

GoingPublic: Herr Clausen, vielen Dank für das aufschlussreiche Gespräch.

Das Interview führte Maximiliane Worch.