

Pressemitteilung

Bad Homburg, 27. November 2015

Wir differenzieren uns nicht über gute Pflege



Anregende Pausengespräche auf dem 4. Avivre Betreibertag in Frankfurt.

Von links: Mario Schmitz, Andreas Lammers, Ines Löwentraut

Auch im Jahr 2015 lud Ines Löwentraut mit ihrem Team von Avivre Consult wieder zum alljährlichen Betreibertag in Frankfurt ein.

Zu Beginn verdeutlichte Avivre Consult wie wichtig Instrumente wie der Zukunftsscheck, Standort- und Mitbewerbsanalysen oder jährliche Audits für die Sicherheit eines Investments oder eines Betriebes sind. Nach

dieser kurzen Einleitung kamen die Gastredner zu Wort.

„Wir differenzieren uns nicht über gute Pflege“ mahnt Dr. Thomas Hilse in seinem Vortrag anlässlich des 4. Avivre Consult Betreibertags in Frankfurt. Der Kommunikationsberater referiert zum Thema Markenbildung für Betreiber in der Pflegewirtschaft. „Die Branche fremdelt mit dem Thema Marketing,“ stellt er besorgt fest, „die Wenigsten machen sich Gedanken über ein Marketing-Konzept“. Stattdessen ähnele das Nebeneinander von Namen, Logos und Claims häufig einem Markenfriedhof. Akquisitionen und die sich daraus ergebenden komplexen Unternehmensstrukturen erschweren einen einheitlichen Außenauftritt zusätzlich, eine systematische Markenarchitektur sei selten erkennbar.

Marketing bedeute zunächst einmal und vor allem, sich eingehend mit der eigenen Zielgruppe zu befassen. Die Frage „Wo kommen unsere Kunden her?“ müsse ganz genau beleuchtet und geklärt werden. Es reiche nicht, wenn die Marke für die Bewohner attraktiv erscheine, sie müsse auch auf die Angehörigen, die Zuweiser und zu den Mitarbeitern des Unternehmens passen.

Dann sei zu überlegen, wie sich die eigene Marke von den anderen Häusern abheben solle. Dr. Hilse setzt auf Versorgungsmanagement: „Es bedarf eines differenzierten, zielgruppen-spezifischen Leistungsangebots. Service, Beratung, Kundenbindung! Die Zukunft ist nicht klassisch stationäre Pflege mit 80 Betten. Das können Sie vergessen.“ Es gehe darum, ein einzigartiges Verkaufsversprechen zu definieren, eine Kernbotschaft von fünf bis sechs Thesen, die die Mitarbeiter, die Angehörigen und die Pflegebedürftigen erreiche und vielleicht auch von der Tagespresse verstanden werde. „Die Mitarbeiter müssen Markenbotschafter werden“ betont er. Das gehe allerdings nur, wenn man sich auch an seine Versprechen gegenüber den Mitarbeitern halte. So sei es in diesem Zusammenhang wichtig, Dienstpläne einzuhalten.

Wie die Umsetzung einer solchen Markenstrategie aussehen kann, erfahren die Gäste im nächsten Vortrag. Andreas Lammers ist Geschäftsführer der MediCare- und VitaCare Unternehmensgruppe. Beide gehören zur Silver Care Holding und damit zum Orpea Konzern. Mit der Schaffung eines neuen Marketing-Konzepts hat man nun die Herausforderung angenommen, alle die unter dem Dach der Silver Care Holding versammelten Marken in einen gemeinsamen Außenauftritt einzubinden. „Trotzdem ist es uns gelungen, auch unter dem Dach von Silver Care unseren eigenen Charakter zu wahren“, betont Lammers. Für die Marken MediCare und VitaCare heiße das: Familiäre Verhältnisse, Nähe, Zuhause, Regionalität. „Deshalb haben wir für unsere Einrichtungen das Motto „Wo die Weser einen Bogen macht“ gewählt.“ Während des Entwicklungsprozesses für das neue Logo seien die Begriffe „Blick in die Zukunft“ und „Perspektive“ immer mehr ins Zentrum gewandert. Man habe sich deshalb für den (Fenster-)Rahmen als verbindendes Element zwischen den unterschiedlichen Marken verständigt und jeder Marke im Hintergrund eine eigene Farbkombination gegeben. Bei der Wahl der Textur des farbigen Hintergrunds habe man die Begriffe „Individualität, Freiraum, Weiterentwicklung, Kunst – Malerei“ im Hinterkopf gehabt. Wichtig sei, dass bei der Entwicklung der Marke alle miteingebunden werden und die Marke überall mit einem einheitlichen Gesicht erscheine. „Die Werte des Unternehmens müssen den Mitarbeitern bis zur Küchenhilfskraft bewusst sein, damit sie sie in Verbindung bringen können mit ihren Vorstellungen.“

Pressekontakt:

Angela Rihaczek

Avivre Consult GmbH

Kisseleffstraße 17

61348 Bad Homburg

Tel.: 06172-179480-0

Fax: 06172-179480-2

Email: angela.rihaczek@avivre-consult.eu