

Winfried Brumma MdBB, Bremen

Gesundheitswirtschaft als Innovationsfaktor im Land Bremen

Neben den Sektoren Logistik, Fahrzeug- und Flugzeugbau entwickelt sich die Gesundheitswirtschaft im Lande Bremen immer mehr zur Jobmaschine. Inzwischen sichert diese Branche direkt und indirekt im Land Bremen 50 000 Arbeitsplätze, davon 27 000 in den 13 Krankenhäusern im Lande Bremen. Dies entspricht der Arbeitsplatzanteile im Nahrungs- und Genussmittelgewerbe und somit ca. 15% aller im Dienstleistungsbereich tätigen Arbeitnehmer/-innen im Lande Bremen.

Die Arbeitsproduktivität der Beschäftigten in der Gesundheitswirtschaft liegt in Bremen 4% höher als im Bundesdurchschnitt. Das unterstreicht die Effektivität und die gute Wettbewerbsposition der Gesundheitswirtschaft im Lande Bremen.

In Bremen und Bremerhaven gibt es erfolgreiche Innovationspotenziale in der Gesundheitswirtschaft. Sie gilt es weiterzuentwickeln. Die bisherige Zusammenarbeit zwischen Hochschulen und Wirtschaft ist weiter zu stärken und auszuweiten. Im Wissenschaftsbereich bieten die Hochschulen und die Universität u.a. im Bereich „Pflegerwissenschaften“ und „Public Health“ bundesweit anerkannte Angebote. Hier gibt es bereits Netzwerke, die verstärkt und überregional noch weiter ausgebaut werden müssen. Nach einer Studie der Vereins- und Westbank wird die Nachfrage nach Leistungen der Gesundheitsindustrie in Norddeutschland weiter steigen. Das Land Bremen hat aufgrund seines frühen Starts der Förderung der Gesundheitswirtschaft aussichtsreiche Chancen im Wettbewerb der Länder mitzuhalten. Zukünftig müssen nach dem Motto „Stärken stärken“ die Kompetenzen gebündelt und u.a. schwächere Kompetenzfelder gegebenenfalls positiv mitgezogen oder fallengelassen werden. Es gilt hierbei auch mit starken Partnern Kooperationen in anderen Ländern aufzubauen. In diesen strategischen Prozess sind die beteiligten Senatsressorts Wissenschaft, Gesundheit, Wirtschaft, die BIA, der Landestechnologiebeauftragte und die BIS Bremerhaven einbezogen. Die Gesundheitswirtschaft ist zwischenzeitlich auch ein Schwerpunkt in den Bremer Programmen „InnoVision 2010“, „bremen in t.i.m.e“ und „Arbeit und Technik“ geworden.

Schwerpunkte und Handlungsfelder sind gegenwärtig in einem dauerhaften lernenden System:

Telematik-Anwendungen (Gesundheitskarte, Onkologie-Netzwerk, Referenzzentrum für das Mammografie Screening)

Qualitätsgesicherte Pflegeangebote (Software-Lösungen für Pflegeeinrichtungen)

Altersgerechte Dienstleistungen. (Aufbau von Informations- und Beratungsangeboten, Dienstleistungsangebote durch das Handwerk 50plus, Ausbau von Überwachungs- und Serviceangeboten bis hin zu neuen Wohnformen im Alter nach dem Motto „Wohnen ein Leben lang“ in meinem bisherigen Lebensumfeld).

Altersgerechte Ernährung (Zusammenarbeit der Hochschule Bremerhaven mit Betrieben der Ernährungswirtschaft) .

Der Schwerpunkt der Wertschöpfung in Bremen und Bremerhaven liegt aber immer noch im Kernbereich der Gesundheitswirtschaft, den Krankenhausunternehmen. Diese stehen durch bundesweite Vorgaben und der Inselstruktur unseres Bundeslandes unter besonderem Druck. Durch eine durch Fallpauschalen resultierende Verkürzung der Liegedauer und dem verstärkten Wettbewerbsdruck, hat sich die Politik in Bremen nach einer zweijährigen Diskussion am sogenannten runden Tisch (in dem die Tarifparteien einbezogen waren) für die Umwandlung der ehemals vier kommunalen Krankenhäusern in der Stadt Bremen von Eigenbetrieben hin zu gGmbH's (vier gGmbH und eine Holding in Form der gGmbH) entschieden. Ziel dieser ideellen Privatisierung (100% Beteiligung des Senats) war es, mehr Flexibilität unter den Häusern und mehr Bewegungsspielraum bei der Kooperation mit Krankenhäusern in anderen Bundesländern zu erreichen .

Seit dem 1.1.2004 sind die kommunalen Kliniken eine gGmbH.

Inzwischen haben sich die freigemeinnützigen Kliniken in Bremen ebenfalls zu einer gGmbH zusammengeschlossen.

Gegenwärtig hat die Gesundheitssenatorin an die Geschäftsführung der Holding den Auftrag erteilt ein Zukunftskonzept bis 2009 zu entwickeln. Vorgabe hierbei ist der Erhalt der vier Klinik-Standorte unter den Bedingungen der bundesweiten Fallpauschalenregelung.

Das von der Holding-Geschäftsführung erarbeitete Strategie-Papier sieht aktuell eine Zentrenbildung in Bremen vor. Es sollen hierbei 12 Zentren entstehen, Doppelstrukturen abgebaut und die neuen Strukturen eine bedarfsgerechte und wirtschaftliche Versorgung gewährleisten.

Dieses vorläufige, von heftigen Diskussionen begleitete, nicht entgeltliche Konzept muss noch im Detail untersucht und auf seine Praktikabilität und Plausibilität hin abgeprüft werden. In diesen Prozess sind alle gesellschaftlichen Gruppen wie die Betriebsräte und die Beiräte in den Stadtteilen miteinbezogen. Ferner muss das entgeltliche Konzept mit der Landeskrankenhausplanung und den Krankenkassen abgestimmt werden.

Neben der rein rechnerischen Vorgehensweise wird es extrem wichtig zukünftig den Faktor „Motivation“ bei den Beschäftigten neu zu mobilisieren, denn die bisher getrennt auftretenden Klinik-Eigenbetriebe müssen mit Hilfe einer professionellen CI-Strategie (Neue Leitidee,

neues Leitbild, veränderte Kommunikation und Unternehmenskultur) in der größeren Holding aufgehen, was nur unter der Beteiligung der Beschäftigten und den Betriebsräten erfolgreich machbar ist. Für diesen Prozess können die Beschäftigtenvertreter von ihrer hervorragenden Vorarbeit am runden Tisch profitieren. Dieser hatte sich bei der Diskussion um die Krankenhausneuordnung das Motto zu eigen gemacht „Erst Strategie, dann Struktur“. Das heißt, es wurden dort Stärken und Schwächen der einzelnen Häuser ausgelotet, Kooperationsmöglichkeiten gesucht und am Ende dieses Prozesses erst die Frage der „Rechtsform des Unternehmens“ gestellt. Für mich sind diese Vorarbeiten auf jeden Fall im heutigen Umsteuerungsprozess zu berücksichtigen und können wichtige positive Impulse zur Wettbewerbsverbesserung der Bremer Krankenhäuser liefern .

Daneben sollte „die Gesundheit-Nord Klinikverbund Bremen“ das Ziel einer klaren einheitlichen „Markenpolitik“ verfolgen. Das heißt: es muss für den Verbund ein einheitlicher Markencharakter formuliert werden, welcher sich aus einer exzellenten Produktqualität, einer eindeutigen Positionierung, durchgängige Kontinuität und einer emotionalen Persönlichkeit zusammensetzt.

Innovation heißt in diesem Zusammenhang aber auch, dass dieses gute Produkt „Klinikangebot“ oder eine neue Produktentwicklung in Form eines neuen „Kompetenzzentrums“ bereits bei seiner Einführung über das entsprechende Marketingkonzept verfügt und somit letztlich von den Patienten auch angenommen wird.