

Wo Krankenhaus, Klinik & Co. einkaufen

Roeser Medical in Mülheim als medizinischer Systemanbieter spezialisiert

Wo kaufen eigentlich Krankenhäuser ihre benötigten Produkte ein? Wo vergleichen sie Preise und Hersteller? Und: Wer berät sie? Zwar gibt es kein leibhaftiges Warenhaus für Kliniken & Co., sehr wohl aber ein Handelshaus, das die Branche gezielt berät und Produkte beschafft: die Roeser Medical GmbH & Co. KG in Mülheim. „Wir versorgen die Hälfte aller deutschen Kliniken – das sind etwa 900 Häuser – sowie kliniknahe Einrichtungen mit medizintechnischen Produkten“, erläutert Dr. Joachim Mohme, der das Unternehmen als Geschäftsführer gemeinsam mit Udo Maas führt. Im Sortiment sind über 800.000 Artikel von rund 900 Anbietern, das von 60 Mitarbeitern im Außendienst deutschlandweit verkauft wird. Neben dem Handel ist die Roeser-Unternehmensgruppe, die insgesamt ca. 300 Mitarbeiter beschäftigt, in den Bereichen Supply

Chain Management und IT-Lösungen tätig – dazu später mehr.

Jedes Krankenhaus benötigt ein riesiges Produktspektrum, denkt man nur an die verschiedenen Abteilungen wie Gynäkologie und Radiologie, an Operationssäle und Intensivstationen oder übergreifende Disziplinen wie Anästhesie oder Therapie. „Unsere Produktpalette reicht von Einmal-Produkten wie Spritzen, Kanülen und OP-Abdeckungen über Gebrauchsgüter wie Skalpell, Pinzetten und Ergometer bis hin zu Investitionsgütern.“ Zu letzteren, so Mohme, zählt z.B. die komplette Einrichtung von Operationssälen wie OP-Tische, Lampen, Kamerasysteme oder Bildschirme. Was Roeser einzigartig und damit zum Marktführer in der Branche macht – nach eigenen Angaben ist Roeser 4,5 mal größer als der nächste Wettbewerber –, ist nicht nur die herstellerübergreifende Vielfalt der Produkte, sondern vor allem der

Ansatz als Systemanbieter. „Wir beschaffen nicht nur das Produkt an sich, sondern analysieren die Prozesse und den Produktbedarf jedes Kunden und entwerfen eine passgenaue Lösung.“

Was sich nach einer gewöhnlichen Dienstleistung anhört, ist ein wichtiger Mehrwert für Krankenhäuser. Denn jedes Haus, so der Roeser-Geschäftsführer, sei für sich einzigartig in der Struktur und habe komplexe Anforderungen, für die es kein standardisiertes Konzept im Beschaffungsmanagement gebe. Außerdem kommen laut Mohme zwei weitere Aspekte hinzu: Manche Klinik hat die Ausmaße einer eigenen Stadt und somit nur schwer steuerbare Beschaffungsprozesse. Und: Nicht selten gehen die Ansprüche von Anwendern und Kaufleuten weit auseinander. Der Anwender möchte das qualitativ allerbeste Produkt nutzen, der Einkäufer muss auf die Kosten achten.

Dabei ist jedes Krankenhaus in Deutschland im Zuge von Gesundheitsreformen und steigendem Kostendruck zum Rechnen gezwungen. Dr. Mohme: „Während sich das medizinische Personal auf Heilen und Pflegen konzentriert, müssen die Kaufleute sparen, sparen, sparen – nicht immer eine einfache Sache.“ In diesem hochsensiblen Bereich komme seinem Unternehmen eine wichtige Moderationsfunktion zu, in dessen Mittelpunkt unternehmerisches Denken stehe. Denn was für jedes Unternehmen auf dem freien Markt selbstverständlich sei, nämlich Kosten pro Stück im Blick zu haben, ist für Krankenhäuser oft problematisch, da der Patient nicht standardisierbar ist.

Ihr Geld verdient die Roeser-Unternehmensgruppe auch mit „Hospital Logistics“, einem Zweig rund um die Warenlogistik, die von Krankenhäusern komplett ausgelagert wird. Hospigate überprüft die Warenbestände, beschafft benötigte Produkte, liefert diese aus und sortiert sie in die Schränke vor Ort ein. „So kann der Verbrauch auch exakt nach Kostenträgern abrechnet werden“, erläutert Mohme. Möglich machen dies eigens entwickelte IT-Lösungen für Warenwirtschaft und Lagerhaltung. „Für viele Kliniken ist das Outsourcing der Warenwirtschaft ein großer Schritt in Richtung zentrales Beschaffungswesen und damit ein Instrument gegen den Kostendruck.“

Zwar legt der Doktor-Titel und das Fachwissen von Joachim Mohme nahe, dass er ursprünglich aus der Medizin kommt, „ich habe aber BWL und VWL studiert und darin promoviert“, berichtet der 48-Jährige. Vor seinem Einstieg bei Roeser im Jahr 1998 habe er viele Jahre lang im Bereich „Health Care“ gearbeitet und so das Branchen-Know-how erlangt. Einige der Roeser-Mitarbeiter sind aber sehr wohl Mediziner bzw. ehemalige Pflege-



Roeser stattet komplette OP-Säle aus (Foto: Roeser)

diensleiter, Pflegekräfte oder sonstige Mitarbeiter von Kliniken. „In Krankenhäusern begegnen wir einer sehr spezifischen Klientel, die vom Chefarzt über Einkäufer und Geschäftsführer bis hin zu Pflegedienstleitung und Technikern reicht. Deshalb ist es wichtig, dass unsere Mitarbeiter die Arbeitsweise von Krankenhäusern kennen, Basiswissen zu Operationstechniken haben, soziale Kompetenz aufweisen und nicht zuletzt kommunikativ und verkaufsorientiert sind.“ Kein leicht verfügbares Anforderungsprofil für potenzielle Bewerber – deshalb bildet Roeser im noch jungen Berufsbild „Kaufleute im Gesundheitswesen“ aus. Damit die zehn Roeser-Azubis auch die andere Seite ihres Jobs kennen lernen, verbringen sie Teile ihrer Ausbildung in Kliniken. Dieses Konzept ist so erfolgreich, dass Roeser vor zwei Jahren als „Ausbildungsbetrieb des Jahres“ ausgezeichnet wurde. Zudem gibt es eine Kooperation mit der Universität Essen im Bereich des Medizinmanagements. „Unseren Fachkräftebedarf können wir damit aber immer noch nicht decken“, muss Mohme einräumen.

Aber allein die Einsicht würde nicht zum engagierten Unternehmer passen. Vielmehr plant Mohme gemeinsam mit dem Unternehmerverband, ein neues Berufsbild für seine Branche zu initiieren.

Die Roeser-Unternehmensgruppe erwirtschaftete im vergangenen Jahr einen Umsatz von 120 Mio. Euro, „die Jahre 2006 bis 2008 waren die besten in der gut 90-jährigen Firmengeschichte, wir wachsen in Umsatz und Ergebnis jährlich zweistellig“, rechnet Mohme vor. Für die Zukunft plant das Mülheimer Unternehmen, den Einkauf in Übersee und Asien weiter zu intensivieren und die Eigenmarke zu stärken, die vor drei Jahren eingeführt wurde.

Jennifer Beenen, UVG



Joachim Mohme (links) und Udo Maas, die beiden Geschäftsführer von Roeser Medical (Foto: Heyer)

rerin den Familienbetrieb leitet, ist selbst alleinerziehende Mutter von zwei Kindern und sieht sich in einer Vorbildfunktion. Schon Firmengründer Heinrich Gothe legte Wert auf einen familienfreundlichen Betrieb. So engagierte er sich in sozialen Einrichtungen und sorgte beispielsweise durch unternehmenseigene Wohnungen zusätzlich für seine Mitarbeiter.

Für große Heiterkeit bei der Pressekonferenz bei Gothe sorgte die Chefin selbst: Gerade als sie von den Sorgen berichtete, die ihre Mitarbeiter gelegentlich mit ihren pubertierenden Kindern haben, klingelte das Telefon im Konferenzraum und Tochter Hanna (16), zur Zeit in den USA, musste ganz dringend mit der Mama sprechen.

Die Gothe & Co. GmbH produziert seit 87 Jahren an der Kruppstraße in Mülheim-Heißen. Heute zählt das Unternehmen zu den weltweit führenden Anbietern von Verbindung- und Verzweigungstechnik sowie Kabeleinführungen.

Die Auszeichnung zum familienfreundlichen Betrieb wurde zum vierten Mal vergeben. Auch die Mülheimer UVG-Mitgliedsunternehmen PVS und Turck gehörten schon zu den Preissträgern.

Bischoff feiert Zehnjähriges

Die Werbeagentur Bischoff und Team mit Sitz in Duisburg feierte in neuen Räumen in Duisburg-Rheinhausen jüngst ihr zehnjähriges Firmenbestehen. Vor einem Jahrzehnt entschied sich Roland Bischoff zur Selbstständigkeit; seither ist Duisburg die berufliche Heimat des Düsseldorfer – „wegen der optimalen Verkehrsanbindung fiel die Wahl auf Duisburg und gegen Essen oder Mülheim“. Der 49-Jährige ist überzeugt: „Wer nach Duisburg kommt, der bleibt. Man muss das Kollegiale, Kumpelhafte

der Duisburger einfach gern haben. Hier kümmert man sich noch um einander, Snobismus ist den Menschen der Region fremd.“

Bischoff steht für 30-jährige Erfahrung im Dialog-Marketing; seine Kunden sind im Ruhrgebiet und am Niederrhein ebenso zu Hause wie in den Niederlanden oder in England. Sein Angebotspektrum reicht von der Adress-Selektion und Zielgruppen-Analyse über die Gestaltung, Fertigstellung und Produktion bis hin zum Falzen, Kuvertieren und Portooptimieren. Seit Neuestem ist das zehnköpfige Bischoff-Team auch zertifizierter Dienstleister für klimaneutralen Postversand.

Roland Bischoff engagiert sich im Lions Club Duisburg Concordia, ist Mitglied in der UVG Unternehmensverbandsgruppe und als Richter im Ehrenamt beim hiesigen Arbeitsgericht tätig. Zudem regte er 2001 einen GFW-Stammtisch für Duisburger Marketing-Experten an, der heute als „Treffpunkt Kommunikation“ bekannt ist. Im Schnitt kommen rund 80 Teilnehmer aus der Medien- und Kreativwirtschaft, organisiert wird der Kreis von der GFW Gesellschaft für Wirtschaftsförderung Duisburg.

Blindenstock erhält ersten Preis

Ein Blindenstock, der mit Sensoren ausgestattet ist, wie sie sonst für die Einparkhilfe von Autos eingesetzt werden, hat den ersten Preis beim 4. Internationalen Schulwettbewerb „Innovative Technologien bewegen Europa“ gewonnen. Organisiert wurde dieser vom Oberhausener Unternehmen Lenord, Bauer & Co. GmbH zusammen mit Science on Stage Deutschland e.V. Die Idee des High-Tech-Blindenstocks, der akustische Signale von sich gibt, sobald ein Hindernis im Weg steht, hatte eine Schülergruppe aus Manchester. Bei der Präsentation mit anschließender Preisverleihung im Mai dieses Jahres in Oberhausen traten sie uniformiert an und berichteten lebhaft von der ersten Idee, auf die sie ein blinder Schüler brachte, bis zum fertigen Produkt, das sie selbst bastelten.

Auf dem zweiten Platz landete das Koninklijk Atheneum Campus aus Wetteren in Belgien. Seine Schüler stellten ein Gerät vor, das per TV-Bild anzeigt, ob man im Fitness-Studio richtig oder falsch trainiert. Den dritten Platz erreich-

te ein Team des Leverkusener Werner Heisenberg Gymnasiums mit einem Apparat, der im Physikunterricht besonders anschaulich die einzelnen Spektralfarben des Lichts zeigt.

Die auf Automatisierung spezialisierte Lenord, Bauer & Co. fördert durch den Wettbewerb den technischen Nachwuchs und weckt so Interesse für die Naturwissenschaften. „Durch unseren Wettbewerb haben wir bereits die öffentliche Wahrnehmung des Problems Fachkräftemangel gesteigert“, freut sich Hans-Georg Wilk, Geschäftsführer von L+B. Zudem hätte man durch dieses Engagement zahlreiche Schüler in ihrer Entscheidung unterstützen können, einen technischen Beruf zu wählen. Am Wettbewerb hatten insgesamt elf Schulen aus fünf europäischen Ländern teilgenommen. Besonde-



Preisverdächtig: der Blindenstock mit Einpark-Sensoren

re Schwierigkeit: Die Mittelstufen-Schüler mussten ihre Projekte auf Englisch präsentieren.

Infos: www.science-on-stage.de oder www.lenord.de



Roland Bischoff

ANZEIGE

Patent-, Marken-, Design- und Softwareschutz
national und international

Alles, was wert ist, nachgeahmt zu werden,
ist auch wert, geschützt zu werden!

CBDL Patentanwälte
Königstraße 57 · D-47051 Duisburg

Tel.: 0203 / 44 99 080
E-Mail: duisburg@cdbl.de

www.cdbl.de