



Verbesserung des Einkaufs durch Qualitätsmanagement

Der Einkauf und die Logistik fristen in vielen Krankenhäusern immer noch ein Schattendasein. Dabei könnte durch eine Aufwertung dieser Funktionen gepaart mit einem Bündel von weiteren Maßnahmen ein gewinnbringendes Duo entstehen. Im Mittelpunkt steht dabei das Qualitätsmanagement. Darüber berichtete Heidemarie Hille, Geschäftsführerin des Beratungsunternehmens Aerophelia in Duderstadt, bei ihrem Vortrag anlässlich der Medica am KKC-Stand.

Die Aufgaben des Einkaufs liegen in operativen und strategischen Tätigkeiten im Rahmen der Beschaffungsmärkte. Die Logistik hingegen umfasst den Güter- und den Informationsfluss sowohl zwischen dem Lieferanten und dem Krankenhaus als auch innerhalb des Krankenhauses sowie zwischen Krankenhaus und Verbrauchern. Diese Tätigkeiten von Einkauf und Logistik könnten durch die Implementierung von Qualitätsmanagement viel effizienter werden, meinte Heidemarie Hille. Dabei gehe es um einen ganzheitlichen Ansatz, der von der Führungsebene des Krankenhauses initiiert werden sollte.

Auf der Geschäftsführungsebene sollte die Neuorientierung stattfinden, weil dem Einkauf und der Logistik meist die

Kompetenz fehle, um den vielen Anforderungen bestmöglich gerecht werden zu können. Hille sprach in diesem Zusammenhang von Prozessabkürzungen, Steigerung der Qualität, Vermeidung von Verschwendung und Schaffung von Transparenz.

Verbesserungspotenziale gebe es hinsichtlich des Zeiteinsatzes durch Optimierung der Einkaufsprozesse und umfassende, einheitliche IT-Lösungen, hinsichtlich der Qualität des Einkaufs durch klare Kompetenzen, durch Controlling und die Schaffung eines strategischen Einkaufs und hinsichtlich der Kosten durch Lieferanten- und Produktbündelungen, Vermeidung von Doppelbearbeitungen, Verbesserungen der Logistik (Standorte und Prozesse) sowie durch Verhandlungen mit den Lieferanten.

Der Kreislauf des Einkaufs 4.0 besteht nach Hille aus fünf Teilaspekten, die aufeinander abzustimmen sind:

- Bei den Bedarfen sollten die Anforderer/Verbraucher flexibler werden.
- Die Prozesse im organisatorischen Bereich müssten digitalisiert und transparenter werden.
- Die Organisation von Einkauf/Logistik sollte funktionsübergreifend mit den anderen Krankenhausbereichen zusammenarbeiten.
- Das Personal sollte aufgrund der höheren Anforderungen qualifiziert werden.
- Und schließlich sollten die Mitarbeiter funktionsübergreifend denken lernen, sprich über den Tellerrand schauen.

Durch die Implementierung eines Qualitätsmanagements und die Einbindung der Geschäftsführung bei den notwendigen Veränderungen würden sich die Produktivität des Einkaufs und der Logistik erhöhen. Einige Stichworte: Einsparung von Mitteln, Erhöhung der Wirtschaft-



Heidemarie Hille sieht erheblichen Verbesserungsbedarf bei Einkauf und Logistik im Krankenhaus.

lichkeit, geringere Kapitalbindung, Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit, Kostenreduktion, Verbesserung der Kunden-/Verbraucherbindung, Identifikationssteigerung bei den Beschäftigten sowie mehr Nachhaltigkeit.

Durch eine Neuordnung von Einkauf und Logistik könnten Einsparpotenziale von bis zu 10 Prozent gehoben werden. Dies hätten Aerophelia-Projekte gezeigt, berichtete Hille. Und in den Einsparungen liege bekanntlich der Gewinn. Eine Reduzierung bei den Materialkosten bringe viel mehr als Umsatzsteigerungen. Hille rechnete vor, dass eine Umsatzsteigerung von 10 Prozent letztlich auch den Gewinn um 10 Prozent erhöhe, eine Reduzierung der Materialkosten um 10 Prozent hingegen eine Gewinnsteigerung von 40 Prozent bringe.

Zusammenfassend appellierte Heidemarie Hille an die Krankenhäuser, den organisatorischen Rahmen anzupassen, die Automatisierung in operativen Prozessen zu erhöhen, Kennzahlen zu erstellen und zu messen, Reporting einzuführen, Einsparpotenziale durch Integration verschiedenster Prozesse zu heben, benötigte Potenziale und Fähigkeiten zu definieren, wertschöpfende Tätigkeiten zu erhöhen sowie die Kommunikation in allen Ebenen sicherzustellen. **RS**

Ausgabe 5/2017
zur **RETTmobil**

SPECIAL:
Anti-Dekubitus

Anzeigenschluss:
3. April 2017

Horst Bayer
Verkaufsleitung Media
Tel. 0 75 20/9 58-30
h.bayer@mtd.de