



Aktuelle Studie von Roland Berger in Kooperation mit dem Deutschen Fundraising Verband: Professionelles Fundraising kann deutschen Krankenhäusern helfen, dem Investitionsstau zu entkommen

(ddp direct) Durch Fundraising-Aktivitäten erwirtschaften deutsche Krankenhäuser signifikante Beträge von bis zu 3 Millionen Euro jährlich und können damit wichtige Projekte finanzieren

Vorbild USA: Amerikanische Kliniken nehmen mit Spenden durchschnittlich 5,8 Millionen Dollar jährlich ein

Mithilfe von Fundraising-Kapital können sich Kliniken gegenüber Wettbewerbern abheben und ihr Image verbessern

Professionelles Fundraising muss auf Managementebene betrieben werden und erfordert neben der Bereitstellung von Ressourcen eine professionelle Kommunikation

München, April 2012: Das Konzept der dualen Finanzierung für Krankenhäuser stößt in Deutschland an seine Grenzen: Während in der Vergangenheit Bundesländer und Krankenkassen für Investitionen und Betriebskosten aufgekommen sind, können die notwendigen Investitionen heute häufig nicht mehr ausreichend durch die Bundesländer finanziert werden. Doch für den Investitionsstau gibt es durchaus Auswege: Amerikanische Kliniken nehmen durch Fundraising durchschnittlich 5,8 Millionen Dollar jährlich ein, die großen Kliniken sogar zwischen 100 und 200 Millionen Dollar. Im Vergleich dazu ist Fundraising in Deutschland bisher wenig verbreitet. Kliniken, die bereits Fundraising-Abteilungen etabliert haben, erwirtschaften jährlich nur zwischen 0,5 und 3 Millionen Euro. Doch auch in Deutschland ist das Potenzial durchaus gegeben: Deutsche Privatpersonen spendeten 2011 rund 2,3 Milliarden Euro. 7 Prozent davon für Projekte im Gesundheitswesen. Um dieses Potenzial weiter auszuschöpfen, müssen Kliniken ihre Fundraising-Aktivitäten jedoch professionell und strategisch angehen. Denn mit den zusätzlich eingenommenen Geldern können sie sich einen deutlichen Wettbewerbsvorteil verschaffen. Dies sind die Ergebnisse des neuen think:act CONTENT "Fundraising Potenzial für deutsche Krankenhäuser" von Roland Berger Strategy Consultants und dem Deutschen Fundraising Verband.

"Deutsche Kliniken müssen dringend nach alternativen Finanzierungsquellen suchen, denn ihre finanzielle Situation hat sich in den letzten Jahren drastisch verschlechtert", sagt Oliver Rong, Partner im Kompetenzzentrum Pharma & Healthcare von Roland Berger Strategy Consultants. Anders als noch vor einigen Jahren können sich die Kliniken nicht mehr auf öffentliche Gelder verlassen, um ihre Kosten und Investitionen zu finanzieren. "Wenn deutsche Kliniken jedoch Fundraising als zusätzliche Kapitalquelle nutzen, kann das einen Beitrag dazu leisten, dem Investitionsstau zu entkommen", sagt Rong.

Fundraising gegen Finanzierungsstau

Das duale Finanzierungssystem in Deutschland reicht vielen Kliniken nicht mehr aus, um ihre laufenden Ausgaben zu decken. Während in der Vergangenheit die Krankenkassen für die Betriebskosten und die Bundesländer für Investitionen aufgekommen sind, zwingt der Sparzwang die Bundesländer dazu, sich bei Investitionen zurückzuhalten. "Immer mehr Kliniken müssen daher auf alternative Finanzierungsinstrumente wie Bankdarlehen, Public Private Partnerships oder Technologiepartnerschaften zurückgreifen", erläutert Rong. Ein anderes Finanzierungsmittel, das sich in den USA bereits seit Jahren als wichtiger Bestandteil der Krankenhausfinanzierung etabliert hat, ist Fundraising. Also das Einwerben von Spenden- und Sponsorengeldern. "US-amerikanische Kliniken nehmen durch aktives und strategisches Fundraising durchschnittlich 5,8 Millionen Dollar jährlich ein. Die großen Kliniken mit eigenen Fundraising-Abteilungen werben jährlich sogar 100 bis 200 Millionen Dollar ein, was bis zu 15 Prozent des Umsatzes ausmachen kann", so Rong.

Deutsche Kliniken sind von solchen Ergebnissen zwar noch weit entfernt. Doch auch in Deutschland gibt es bereits viele Krankenhäuser, die durch Fundraising einen Teil ihrer Investitionen finanzieren: Die für die Studie befragten Krankenhäuser erzielten bereits jährliche Spendeneinnahmen von 0,5 bis 3 Millionen Euro. Und der deutsche Fundraising-Markt bietet darüber hinaus großes Potenzial. Die Höhe der Spendengelder und die Zahl der Stiftungen in Deutschland sprechen für sich: "Privatpersonen haben 2011 rund 2,3 Milliarden Euro gespendet", sagt Rong. "Davon sind 7 Prozent an Projekte im Gesundheitswesen gegangen." Zudem sind von rund 18.000 Stiftungen in Deutschland knapp 13 Prozent im Gesundheitswesen aktiv. "Zahlen wie diese zeigen deutlich, dass auch in Deutschland durchaus das Potenzial gegeben ist, durch Fundraising einen Teil der notwendigen Investitionen zu finanzieren", so Rong weiter.

Zusätzliche Einnahmen als Wettbewerbsvorteil

Die zusätzlichen Einnahmen können Kliniken vielseitig einsetzen: "Mit den aus Fundraising gewonnenen Geldern können Kliniken Projekte finanzieren, die sonst keine Investitionsgelder erhalten würden, weil sie medizinisch nicht notwendig sind", erklärt Rong. Häufig seien es aber gerade diese Projekte, die zur Genesung der Patienten beitragen und zusätzlich das Image der Krankenhäuser verbessern. So können Kliniken die Spendengelder etwa nutzen, um die Qualität des Aufenthalts von Patienten zu verbessern. Dies sei beispielsweise durch die Schaffung von Aufenthaltsräumen oder den Ausbau seelsorgerischer Betreuung möglich. "Die zusätzlichen Gelder können aber auch genutzt werden, um Innovationen voranzutreiben und dadurch das Kerngeschäft zu stärken", sagt Rong. Denn neben Renovierungen sowie Neu- und Erweiterungsbauten der Klinikgebäude können auch Pilotprojekte und neueste Technologien in der Medizin finanziert werden. "Durch all diese Projekte können sich Kliniken von anderen Krankenhäusern differenzieren und gleichzeitig ihr Image verbessern", weiß Rong. Eine dauerhafte positive Positionierung in der Presse macht ein Krankenhaus demnach nicht nur für Patienten und Ärzte interessant, sondern auch für potenzielle Mitarbeiter.

Strategische und organisatorische Voraussetzungen

Doch um diese Ergebnisse zu erzielen, muss Fundraising professionell organisiert sein. Denn hinter den Erfolgen amerikanischer Kliniken stecken nicht nur hohe Investitionen, sondern auch hohe Professionalität: "Im Schnitt beschäftigen Kliniken in den USA 14 Vollzeitkräfte, die sich um das Fundraising der Häuser kümmern", sagt Rong.

Auch in Deutschland ist es daher notwendig, Fundraising-Aktivitäten systematisch aufzubauen. Dazu gehören nicht nur eine strategische Planung, sondern auch die Bereitstellung von Ressourcen sowie die richtige interne und externe Kommunikation. So muss Fundraising zur Managementaufgabe des Krankenhauses werden. Denn nur dann ist die Bereitstellung von ausreichend Personal und Budget gewährleistet. Zudem gilt es, die Kommunikation aktiv zu steuern: "Krankenhäuser müssen ihren Förderern genau vermitteln können, welche Vorteile sie ihnen im Vergleich zur Konkurrenz bieten. Erst dann wird Fundraising zum Erfolg und hilft Krankenhäusern, dem Investitionsstau zu entkommen", sagt Rong.

Die Studie können Sie kostenlos herunterladen unter:
www.rolandberger.com/pressreleases

Abonnieren Sie unseren kostenlosen Newsletter unter:
www.rolandberger.com/press-newsletter

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://shortpr.com/6nt110>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
[http://www.themenportal.](http://www.themenportal.de/wirtschaft/aktuelle-studie-von-roland-berger-in-kooperation-mit-dem-deutschen-fundraising-verband-professionelles-fundraising-kan-n-deutschen-krankenhausern-helfen-dem-investitionsstau-zu-entkommen-21729)

[de/wirtschaft/aktuelle-studie-von-roland-berger-in-kooperation-mit-dem-deutschen-fundraising-verband-professionelles-fundraising-kan-n-deutschen-krankenhausern-helfen-dem-investitionsstau-zu-entkommen-21729](http://www.themenportal.de/wirtschaft/aktuelle-studie-von-roland-berger-in-kooperation-mit-dem-deutschen-fundraising-verband-professionelles-fundraising-kan-n-deutschen-krankenhausern-helfen-dem-investitionsstau-zu-entkommen-21729)

Pressekontakt

Roland Berger Strategy Consultants

Frau Claudia Russo
Mies-van-der-Rohe-Str. 6
80807 München

claudia_russo@de.rolandberger.com

Firmenkontakt

Roland Berger Strategy Consultants

Frau Claudia Russo
Mies-van-der-Rohe-Str. 6
80807 München

rolandberger.com
claudia_russo@de.rolandberger.com

Roland Berger Strategy Consultants, 1967 gegründet, ist eine der weltweit führenden Strategieberatungen. Mit 2.500 Mitarbeitern und 47 Büros in 35 Ländern ist das Unternehmen erfolgreich auf dem Weltmarkt aktiv. Die Strategieberatung ist eine unabhängige Partnerschaft im ausschließlichen Eigentum von rund 220 Partnern.