

Zeitschrift:	Schauplatz Spitex : Zeitschrift der kantonalen Spitex Verbände Zürich, Aargau, Glarus, Graubünden, Luzern, Schaffhausen, St. Gallen, Thurgau
Herausgeber:	Spitex Verband Kanton Zürich
Band:	- (2013)
Heft:	5: Sucht im Alter
Artikel:	Staatliche Strategie fehlt
Autor:	Steiner, Philip / Schären, Marius
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-822040

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 11.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Spitex-Schuppenmarkt

Staatliche Strategie fehlt

Seit 2011 ist der Ökonom Philip Steiner Geschäftsführer der öffentlichen Spitex der Stadt Bern. Im Interview sagt er, warum er die Spitex noch in einem Mauerblümchendasein sieht, wie seine Organisation mit dem Spardruck umgeht und welche Pläne sie mit der neuen Tochterfirma für Komfortleistungen hat.

Als Sie Ihre Stelle als Geschäftsführer der Spitex Bern 2011 antraten, äusserten Sie im Schauplatz Spitex den Wunsch, sich mehr mit der Arbeit zu identifizieren. Gelingt das?

Philip Steiner: Das gelingt vollkommen. An Identifikation hat es vorher in der Pharmaindustrie nicht gemangelt. Aber im ambulanten Gesundheitswesen arbeite ich in einem Bereich, der enorm wichtig ist und aus meiner Sicht gesellschaftlich und politisch unterschätzt wird, ein Mauerblümchendasein fristet. Dabei kommen grosse Herausforderungen auf uns zu im Umgang mit einer alternden Bevölkerung, neuen Krankheitsbildern, Finanz- und Personalengpässen.

Was tun Sie gegen dieses Mauerblümchendasein?

In erster Linie geht es darum, die Branche aus dem Schattendasein mehr ins Zentrum der öffentlichen Wahrnehmung zu ziehen. Unsere Arbeit wird mitten in der Gesellschaft erbracht und trägt massgeblich dazu bei, dass wir unser gewohntes Leben weiter leben können – ob als Betroffene oder als Angehörige.

Zum Mauerblümchendasein beigetragen hat ja, dass wir kaum sichtbar sind, weil wir bei den Menschen zu Hause arbeiten. Wir haben nicht ein 16-stöckiges Hochhaus, sondern rücken still und leise zu den Menschen aus. Und mit 5% Anteil an den gesamten Gesundheitskosten kann man die Spitex sehr leicht übersehen. Es geht zu leicht vergessen, dass unser gut entwickeltes Gesundheitssystem unter anderem genau darum funktioniert, weil Spitäler, Hausärzte und Angehörige auf eine qualitativ hochstehende, effiziente ambulante Nachbetreuung zählen können.

Wir wollen unsere Organisation weiterentwickeln, um den Herausforderungen proaktiv zu begegnen. Sei dies im pflegerisch-betreuerischen Bereich, in der Konkurrenzsituation oder im finanziellen Bereich.

Braucht es mehr Marketing?

Natürlich hat es auch mit Öffentlichkeitsarbeit und Vermarktung zu tun: Tu Gutes und sprich darüber. In

der Vergangenheit haben wir das sehr wenig getan, es gab keine koordinierten Kampagnen bis zu jener, die wir Anfang 2013 im Kanton Bern mitlanciert haben und die zeigt: Moment, Spitex ist nicht gleich Spitex. Damit konnten auch Kosten gespart werden: Viele individuelle Kampagnen hätten mehr gekostet und zum «Sichtbarwerden» weniger beigetragen.

Schliesslich soll es uns dadurch gelingen, uns bekannter zu machen. Dies auch vor dem Hintergrund des vom Kanton gewollten Marktes mit der Konkurrenz durch private Anbieter, die sich ebenfalls Spitex nennen dürfen, aber punkto Leistung nicht mit der öffentlichen Spitex zu vergleichen sind.

Wo wollen Sie sich noch verbessern? Gemäss Ihrem Geschäftsbericht 2012 ist die Kundenbefragung zwar gut ausgefallen, zeigt aber noch Möglichkeiten. Absolut gesehen sind die Werte tatsächlich sehr hoch, selbst im Bereich der Anzahl Betreuungspersonen pro Patient – auch mit der Versorgungspflicht. Durch die Verbesserung der Planungsmöglichkeiten werden wir aber diesen Bereich in Zukunft noch weiterentwickeln. Zudem möchten wir unsere Kompetenzen bei neuen Krankheitsbildern wie Demenz mit Mehrfacherkrankungen gezielt stärken.

Kunden der Spitex Bern müssen wegen eines Sparentscheids des Kantons seit 2012 teils empfindlich mehr selbst bezahlen. Der finanzielle Druck wird in Zukunft nicht abnehmen. Wie gehen Sie damit um? Für mich wäre insbesondere wünschenswert, wenn wir fürs gesamte Gesundheitswesen wüssten, in welche Richtung Bund und Kanton die Prioritäten setzen

Tochterfirma für Komfortbereich

Gesellschaftliche Betreuung und Begleitung von Menschen im Alltag ist das Ziel der Dienstleistungen der BelleVie Suisse AG. Die Angebote decken Begleitungen/Gesellschaft, Haus/Garten, «Beauty», Sitznachtwache und Reinigungen/Umzüge ab. Die Kundinnen und Kunden bezahlen die Leistungen selbst. Rund 150 wurden seit dem Start Anfang 2013 bedient.

↗ www.bellevie.ch

und diese auch konsequent verfolgen würden. Das ist nicht klar erkennbar. Es gibt zwar den Leitsatz «ambulant vor stationär», aber mit dem jetzigen Sparpaket muss die ambulante Versorgung überproportional sparen. Gleichzeitig will man bei den Spitätern die Kosten eindämmen, keine Heime mehr bauen; das wird mit Blick auf die demografische Entwicklung nicht aufgehen. Es ist aus meiner Sicht illusorisch zu glauben, dass man in der gesamten Systemkette Hausarzt–Spital–stationäre Langzeitpflege–Rehabilitation und der ambulanten Versorgung gleichzeitig sparen kann.

Und was tun Sie, wenn weiterhin keine längerfristige Strategie erkennbar ist?

Dann müssen wir fortsetzen, was wir schon länger tun: versuchen, intern zu optimieren. Wir liefern ein qualitativ gutes Leistungsangebot, das finanziert werden muss. Wenn der Kanton und insbesondere die breite Bevölkerung der Meinung ist, auf Spitez-Leistungen sei zu verzichten, dann ist klar, dass wir unsere Unternehmung radikal umbauen müssen. Und hält die Regierung an den Leistungen fest, aber zu einem viel tieferen Preis, dann können wir das irgendwann nicht mehr gewährleisten. Obwohl wir tagein, tagaus erleben, dass unsere Arbeit sehr geschätzt wird und dass sie – kosteneffizient – Menschen ermöglicht, so leben zu können, wie sie es sich wünschen.

Wie gehen Sie mit der zunehmenden privaten Konkurrenz um?

Wirtschaftlich gesehen ist das für mich ein Ansporn: Ich finde es gut, dass es privatwirtschaftliche Anbieter gibt. Sie decken Bedürfnisse ab, die wir – noch – nicht abdecken können.

Schwieriger finde ich, dass wir bei Lohn- und Anstellungsbedingungen die kantonalen Vorgaben einhalten und uns in der Ausbildung sehr stark engagieren, zugleich aber konkurrenziert werden von Anbietern, die weder das Eine noch das Andere tun. Und trotzdem erhalten sie die gleichen Abgeltungen von der öffentlichen Hand. Das ergibt ein Ungleichgewicht.

Apropos Konkurrenz: Seit Beginn des Jahres bieten Sie mit der Tochterfirma BelleVie Suisse AG sogenannte Komfortleistungen an. Können Sie hier mit den privaten Anbietern mithalten?

Das ist ein Bereich, in dem die Konkurrenz sehr gut spielt. Unsere Angebote müssen einerseits die Kosten decken, andererseits im Markt bestehen können. Hier haben wir uns meiner Ansicht nach so positioniert, dass beides gewährleistet ist. Das ist die Grundphilosophie von BelleVie Suisse.

Wie sind Sie denn jetzt positioniert?

Ich würde sagen, in den meisten Bereichen im Schnitt oder etwas darüber. Auch weil wir bei den Anstel-



Bild: zvg

lungsbedingungen als ethischer Arbeitgeber nicht unter ein gewisses Niveau gehen wollen. Wir wollen einen Geschäftszweig aufbauen, bei dem die Kunden zufrieden sind, Mitarbeitende Freude an ihrer Arbeit haben und der sich auch wirtschaftlich rechnet.

Woher weiss die Kundschaft, wie viel die Leistungen kosten? Eine erste Beratungsstunde ist kostenlos, heisst es auf der Website. Konkrete Preise finden sich nicht.

Es gibt Grundtarife, eine Begleitung kostet etwa 44 Franken plus Anfahrt. Diese Preise sind transparent, wir werden sie in den nächsten Wochen publizieren. Natürlich sind sie aber auch vom Aufwand abhängig.

Sie haben festgelegt, dass mit einem Teil des künftigen Ertrags finanziell schlechter gestellte Kundinnen und Kunden unterstützt werden sollen. Beziehen Sie die Vermögens- und Einkommenssituation der Kundschaft in jedem Fall mit ein?

Das Dienstleistungsangebot steht, die Leute können nachfragen, wir informieren transparent und legen je nach Situation in einem Beratungsgespräch die Preise fest. Bei finanziellen Limiten schauen wir, ob erarbeitete Mittel eingesetzt werden können.

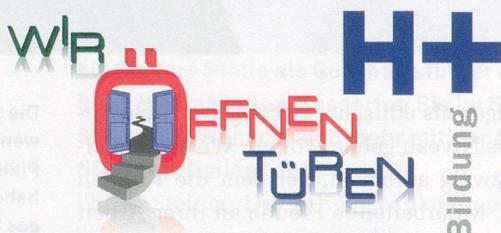
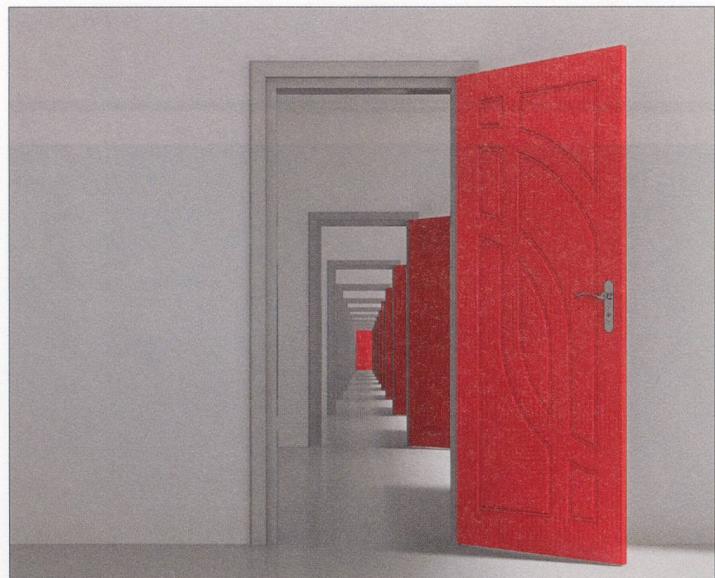
Welche Voraussetzungen braucht es, um im Pool der BelleVie-Mitarbeitenden mitzumachen?

Das Spektrum ist sehr breit, von jungen Menschen im Studentenalter bis zu pensionierten Personen. Es braucht primär die Freude und die Leidenschaft, mit Menschen zusammen zu sein und damit etwas Gutes zu tun. Weitere Qualifikationskriterien sind dann an die Dienstleistungsart gebunden.

Wer arbeitet für BelleVie?

Die drei Festangestellten – die Geschäftsleiterin, eine Teamleiterin als Disponentin und eine Coiffeuse – versuchen je nach Leistungsart als Erste, ein «Matching»

Die Spitez sei zu wenig sichtbar, sagt Philip Steiner: «Wir haben kein 16-stöckiges Hochhaus, sondern wir gehen still zu den Leuten und still wieder weg.»



Berufsbildnerin, Berufsbildner für alle Pflegeberufe mit EFZ

Pflegediagnosen, Pflegeprozess

Umgang mit bedrohlichen Situationen - praktische Gewaltprävention

Qualität ■ Kompetenz ■ Praxisnähe
Nachhaltigkeit

Neugierig? Wir sind für Sie da!

H+ Bildung – Wir öffnen Türen

Die Höhere Fach- und Führungsschule von
H+ Die Spitäler der Schweiz
Rain 36 ■ 5000 Aarau
T 062 926 90 00 ■ F 062 926 90 01
info@hplus-bildung.ch



zwischen Bedürfnis und Mitarbeitenden hinzubringen. Das Gros der Kundinnen und Kunden sollte von den rund 35 Pool-Mitarbeiterinnen bedient werden können.

Sind die Pool-Mitarbeitenden von BelleVie auch anderweitig für die Spitex im Einsatz?

Nein, mir ist sehr wichtig, dass wir die beiden Geschäftsmodelle ganz klar strukturell und personell trennen. BelleVie erbringt keine pflegerischen Leistungen. Wenn Mitarbeitende gleichzeitig in der Spitex und im Komfortbereich zum Einsatz kämen, würde die Grenze aufgeweicht.

Aber verknüpft ist es ja trotzdem: Die BelleVie-Kundinnen und -Kunden haben wohl in den meisten Fällen zuvor bereits Spitex-Leistungen bezogen.

Es gibt beides: Spitex-Kunden, die Komfortleistungen haben möchten, aber auch Kunden, die nicht von der Spitex betreut wurden und werden.

Die Dienstleistungen der BelleVie Suisse AG erhält man auch bei anderen kommerziellen Anbietern oder in der klassischen Nachbarschaftshilfe. Gab es bereits Reaktionen auf die neue Konkurrenz?

Die einzigen Reaktionen kamen von gewissen privaten Anbietern, die fragten, was wir da machen. Bis heute sind wir aber auch noch nicht gross sichtbar gegen aussen. Erste kleine Inserate erscheinen in diesen Tagen. Wir versuchen, uns über die bestehenden Kunden bekannter zu machen.

Es ist uns wichtig, dass wir die Nachfrage stetig steigern und das Dienstleistungsangebot zielgerichtet ausbauen können – und nicht von einer Welle überrollt werden.

Wer entscheidet, ob es bei Kundinnen und Kunden, die bereits von der Spitex betreut werden, tatsächlich eine Komfortleistung ist oder eben noch nicht?

Es gibt sicher Überlappungen. Primär entscheidet der Kunde, weil er die Komfortleistungen ja voll und ganz aus eigener Tasche bezahlen muss. Bei zwei gebrochenen Armen z.B. wird der Arzt eine Grundpflege ordnen. Das ist klar eine Dienstleistung der Spitex, dann wendet sich der Kunde sicher nicht an BelleVie.

Machen die Spitex-Mitarbeitenden die Kundinnen und Kunden auf Komfortleistungen bzw. BelleVie aufmerksam?

Ja. Wenn Spitex-Mitarbeitende ein Bedürfnis feststellen – etwa wenn eine Kundin beim Einbinden eines Beines sagt, sie wäre froh um einen Coiffeurbesuch –, dann erwarte ich, dass sie auf eine mögliche BelleVie-Lösung hinweisen.

Interview: Marius Schären