



Green Hospital

27.01.2020 | Sebastian Heuer, Catharina Sophie Timm

Grünes gibt's gerade an jeder Ecke - Warum also nicht auch grüne Krankenhäuser. Welchen Einfluss dies auf Ihre Personalsituation haben könnte lesen Sie hier.

Der grüne „Gamechanger“ im Kampf um Fachkräfte

Über die seit dem letzten Jahr im Mittelpunkt der Berichterstattung stehende „Fridays for Future“ Gründerin Greta Thunberg lässt sich sicher kontrovers diskutieren. Für die einen eine Heilsbringerin, für die anderen eine Hassfigur. Ganz sicher aber eine Stimme, die die Gemütslage heutiger und vor allem zukünftiger Generationen sehr gut einfängt und Menschen in weltweit 228 Ländern mobilisiert und zum Nachdenken anregt. Neben den zunehmend spürbaren Veränderungen in der Gesellschaft sehen sich auch immer mehr Unternehmen veranlasst, ihren Umgang mit dem Thema Klimaschutz zu hinterfragen.

Der Trend wird hauptsächlich durch nachhaltigen und Ressourcenschonenden Handeln geprägt. Demnach werden seit geringer Zeit traditionelle Strukturen und Prozesse insbesondere in Krankenhäusern vermehrt hinterfragt und Ideen generiert, um den CO₂-Ausstoß zu verringern. Aktuell scheinen die Ideen zum Umdenken zu fehlen – müsste man jedoch nur an den Stromverbrauch eines Krankenhauses denken, der häufig dem einer Kleinstadt gleicht. Diese atemberaubenden Dimensionen scheinen nicht mehr zeitgemäß und bieten eine konstante Basis zum Umdenken. Somit gewinnt der Begriff Green Hospital immer weiter an Popularität und Bedeutung, welcher die ökologischen und ökonomischen Aspekte eines Krankenhauses zusammenträgt, um diese zu analysieren, evaluieren, sowie zu optimieren, um im Interesse des Klimaschutzes zu agieren. Vor diesem Hintergrund erscheint es wenig verwunderlich, dass Deutschlandweit das Interesse am Green Hospital Management steigt.

Insbesondere staatliche Programme wie „Green Hospital Initiative Bayern“, die vom bayerischen Staatsministerium für Gesundheit und Pflege (<https://www.stmgp.bayern.de/meine-themen/fuer-krankenhausbetreiber/green-hospital/>) unterstützt wird oder die Adaption eines Gütesiegels für Energiesparende Krankenhäuser, die durch den Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V. (<http://energiesparendes-krankenhaus.de/>) eingeführt wurden, sensibilisieren die Industrie für ein nachhaltiges und umweltbewusstes Management.

Trotz der noch häufig negativ behafteten Auseinandersetzung mit dem Thema, gibt es bereits einige Krankenhäuser, die Maßnahmen ergreifen um ihre Prozesse umweltfreundlicher zu gestalten. Ein Beispiel aus der Praxis wäre mitunter das Universitätsklinikum Leipzig (<https://www.uniklinikum-leipzig.de/Seiten/gruenes-krankenhaus.aspx>), die Ihre Zeichen Präsenzmelder in die OP-Säle eingebaut haben, um ihre Lüftungsanlage automatisch zu steuern. Auf diesem Weg konnten über 100.000 Kilowattstunden Strom innerhalb eines Jahres eingespart werden. Ein weiteres Beispiel bietet das Universitätsklinikum Eppendorf (UKE) (<https://www.uke.de/allgemein/ueber-uns/das-uke/das-gr%C3%BCne-uke/index.html>) in Hamburg, das vermehrt darauf achtet eine nachhaltige Bilanz zu schaffen. Mit einem Ihrer „Grünen Projekte“ gelang es Ihnen das erste papierlose Krankenhaus Europas zu werden. Durch technologische Integration gelang es dem Universitätsklinikum, ressourcensparend und umweltfreundlich zu arbeiten. Diese Beispiele zeigen, dass durch nachhaltiges Handeln auch wirtschaftliche Vorteile gewonnen werden. Aus dem Harvard Business Review (<https://hbr.org/2007/10/climate-business--business-climate>) geht deutlich hervor, dass Managementstrategien, die den Klimawandel inkludieren mitunter einen starken Wettbewerbsvorteil erreichen können. So erreichen Arbeitgeber, die ausgelöst durch die Wahrnehmung ihrer sozialen Verantwortung umweltbewusst handeln, eine deutlich höhere Resonanz bei ihren Zielgruppen erzielen.

An dieser Stelle lässt sich sicher festhalten, dass die hier beschriebenen Maßnahmen sicher einen wertvollen Beitrag zur vielzitierten Nachhaltigkeit leisten – doch was bringt all die Nachhaltigkeit, wenn sich Krankenhäuser in Zeiten des Fachkräftemangels mit anderen, gefühlt schwerwiegenderen Problemen auseinandersetzen müssen.

GREEN HOSPITAL ALS WETTBEWERBSVORTEIL

Insbesondere die Generation der Millennials legt extremen Wert auf die soziale Verantwortung ihres Arbeitgebers. Sie hinterfragen die ökonomischen und sozialen Prinzipien ihrer Arbeitgeber - in anderen Worten die Corporate Social Responsibility - und definieren eine neue Unternehmenskultur. (<https://www.springerprofessional.de/corporate-social-responsibility/strategieentwicklung/corporate-social-responsibility---nicht-plus--sondern-muss-/15789696>) Dieses wird auch deutlich durch eine Studie des Forbes Magazins. (<https://www.forbes.com/sites/jeannemeister/2012/06/07/the-future-of-work-corporate-social-responsibility-attracts-top-talent/#47ce7e0b3f95>)

Denn laut einer Umfrage, in der knapp 2000 Menschen befragt wurden, wollen 80 Prozent der Millennials ausschließlich für Unternehmen arbeiten, die dieselben Werte teilen wie sie (Tripple Bottom Line). Das Prinzip „Tripple Bottom Line (People, Planet, und Profits) fokussiert sich verstärkt auf eine ausgeglichene Basis aller drei Komponenten. Diese Informationen scheinen besonders Relevant wenn man bedenkt, dass ab diesem Jahr 50 Prozent des Arbeitsmarktes durch Millennials abgedeckt werden. <https://www.forbes.com/sites/jeannemeister/2012/06/07/the-future-of-work-corporate-social-responsibility-attracts-top-talent/#47ce7e0b3f95>

Nun, bleibt die Frage: Wie können die Kompetenzen der Gesundheitsbranche mit den Bedürfnissen der Millennials zusammen gebracht werden um auch zukünftig profitabel und zukunftsorientiert zu funktionieren.

Zwei treibende Faktoren haben hier durchaus große Auswirkungen. Einerseits die Bedürfnisse der Millennials. Auf der anderen Seite die wirtschaftliche Kraft, die ein Krankenhaus mit nachhaltigem Management erreichen kann. Dadurch, dass die Millennials und andere Teile der Gesellschaft vermehrt auf die Umwelt achten und somit ein sozialer Druck entsteht, kann ein solches Management aber auch in verschiedenen Bereichen hervorgehoben werden, um sich zu einem Alleinstellungsmerkmal zu entwickeln.

Beispiele:

- Corporate Identity
- Branding
- Marketing
- Strategisches Management
- Employer Branding

Greifen wir nun beispielsweise das Thema Employer Branding für Krankenhäuser auf, wird oft deutlich, dass nachhaltige Konzepte nicht ausreichend kommuniziert werden. Viele Unternehmen haben bereits mit kleinen Schritten begonnen. In diesem Zusammenhang können sicher der Einsatz von Energiesparlampen oder die Förderung von öffentlichen Verkehrsmitteln für die Mitarbeiter genannt werden

WIRD IN IHREM HAUS DARÜBER BERICHTET?

Wenn „nein“ oder „zu wenig“ Ihre Antwort ist, dann haben Sie nun die Möglichkeit, ihre Stärken besser herauszuarbeiten, um potentielle Mitarbeiter zu erreichen. Verzichten Sie weiterhin auf eine Berichterstattung eben dieser Themen, kann dies verheerende Auswirkungen auf Ihr Fortbestehen als Klinik haben und Ihre Wettbewerber ziehen Ihnen davon. Kommuniziert ein Krankenhaus sein Interesse am Klimaschutz nicht, scheidet es womöglich als potenzieller Arbeitgeber für die junge umweltbewusste Generation aus. Hinzukommt dass sich dieses Phänomen in den kommenden Jahren vermutlich verstärken wird, da die Auswirkungen des Klimawandels auf die Gesellschaft wachsen und somit der gesellschaftliche Druck für Green Hospital Management steigt. Nun stellt sich die Frage, wie solch ein zukunftssträchtiges Thema strukturiert und effizient angegangen werden soll. Hier bietet sich Jomec als erfahrender Partner des HealthCare Managements an, basierend auf seinen mehr als 20 Jahren Erfahrung in der Gesundheitsbranche erkennen die Spezialisten von Jomec nicht nur die Bedürfnisse des Marktes, sondern auch Ihr individuelles Potenzial. Sprechen Sie uns gerne an – wir stehen Ihnen mit unserem Fachwissen und Erfahrung zur Seite.

Jetzt einen unverbindlichen
Beratungstermin vereinbaren

Rufen Sie uns an oder schreiben Sie uns

+49 (0)30-32 666 124-0

info@jomec.de

