

Presseinformation

Teure Töchter Curatis-Studie: Servicegesellschaften für Krankenhäuser rechnen sich nur bedingt

Eschborn, 8. März 2016 – Um Kosten zu sparen, lagern viele Krankenhäuser Reinigungs- und Gastrodienstleistungen in eigene Servicegesellschaften aus. Doch dieses interne Outsourcing rechnet sich nur bedingt. „Man kann davon ausgehen, dass die Hälfte der rund 450 krankenhauseigenen Service-GmbHs in Deutschland die angestrebten Einsparziele nicht erreicht“, sagt Norbert Werner Lenhard. Der Geschäftsführer der Ingenieurs- und Projektmanagementgesellschaft Curatis hat eine Studie zur Marktfähigkeit von Servicegesellschaften herausgebracht.

Die Idee klingt verlockend: Dienstleistungen, die nicht im Zentrum der Patientenversorgung eines Krankenhauses stehen, werden komplett fremdvergeben oder an eigene Servicegesellschaften ausgelagert. „Soweit Häuser bei der Gründung von Servicegesellschaften ihre Funktion als Organmutter und Mehrheitsgesellschafter behalten, müssen sie intern, im Organkreis, keine Mehrwertsteuer zahlen und können Mitarbeiter zu günstigeren Tarifen beschäftigen“, erläutert Lenhard die Vorteile einer eigenen Service GmbH.

Diese mit dem Geschäftsmodell verbundenen Tarifstrukturen und umsatzsteuerlichen Effekte haben in den vergangenen Jahren in größeren deutschen Kliniken zu dem Trend geführt, 100-Prozent-Gesellschaften zu gründen. Nahezu 70 Prozent der von Curatis befragten Serviceunternehmen sind heute zu 100 Prozent in der Hand der Organmutter. Doch wie ist es um den Erfolg der dienstbaren Servicetöchter bestellt?

Dazu hat Curatis bundesweit 187 Krankenhäuser mit mehr als 250 Betten befragt, deren Servicegesellschaften ab 2001 gegründet worden waren. Das Ergebnis ist zweigeteilt: Während einige der Häuser angaben, mit Gründung der internen Service GmbH eine Qualitäts- und Prozesskostenoptimierung erzielt zu haben, bleiben andere hinter den selbst gesteckten Erwartungen zurück.

Das liegt nach Analyse der Eschborner Fachberater am sogenannten Badewanneneffekt: „Nehmen Ausgaben bei Gründung einer Service GmbH zunächst ab und pendeln sich dann ein, steigen Kosten wieder an, wenn das Tochterunternehmen nicht laufend überprüft wird“, erläutert Studienautor Lenhard.

So liegt nach dem Ergebnis der Studie das Kostenoptimierungspotenzial von Service GmbHs, die vor dem Jahr 2010 gegründet wurden, bei durchschnittlich 15,3 Prozent. Lenhard: „Viele Servicegesellschaften werfen im Jahr hohe sechsstelligen Summen aus dem Fenster, weil sie ineffizient arbeiten.“

Nicht selten versuchen die teuren Töchter, ihre Verluste mit Dienstleistungen für Dritte zu kompensieren, doch „die zusätzliche Auslastung von Servicegesellschaften, beispielsweise durch Schulessen, ist oft defizitär“, sagt Lenhard.

Aus Curatis-Sicht ist die Gründung einer Servicegesellschaft mit einer klassischen Make-or-Buy-Entscheidung verbunden: So bestehe neben der externen Vergabe oder der Gründung einer steueroptimierten Servicegesellschaft (überwiegend 100% GmbH) auch die Möglichkeit zur optimierten Eigenleistung. Lenhard: „In diesem Fall übernimmt das Klinikpersonal die anfallenden Aufgaben in Eigenregie.“

Weitere Informationen zur Curatis Studie „Marktfähigkeit von Servicegesellschaften“ unter werner.lenhard@curatis.de

Bildunterschrift:

Am häufigsten werden von Servicegesellschaften die Bereiche Reinigung, Bettenaufbereitung und Gastronomie übernommen. Der Umsatz der von Curatis untersuchten Servicegesellschaften liegt im Durchschnitt bei 7,2 Millionen Euro.