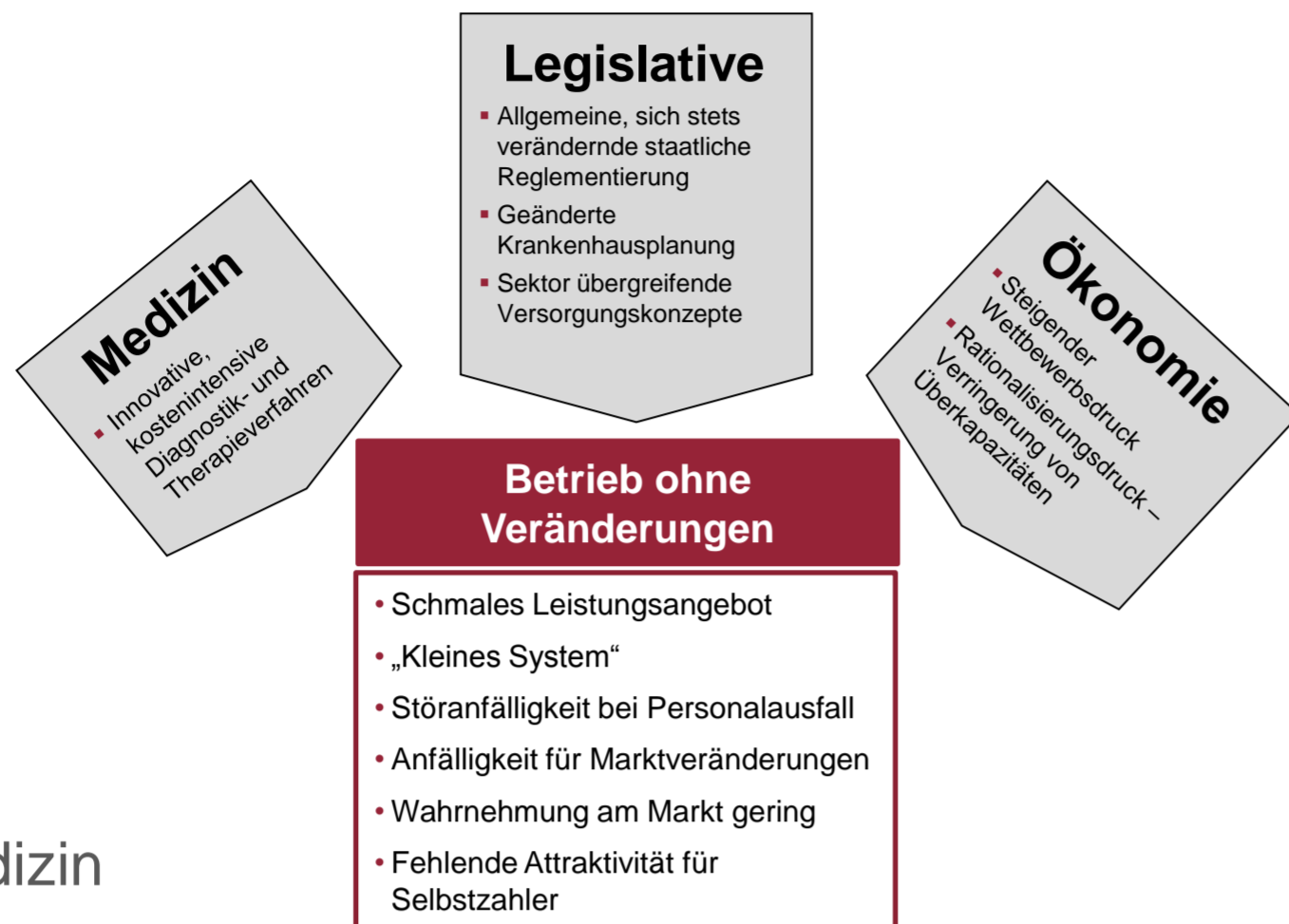


## Abstract

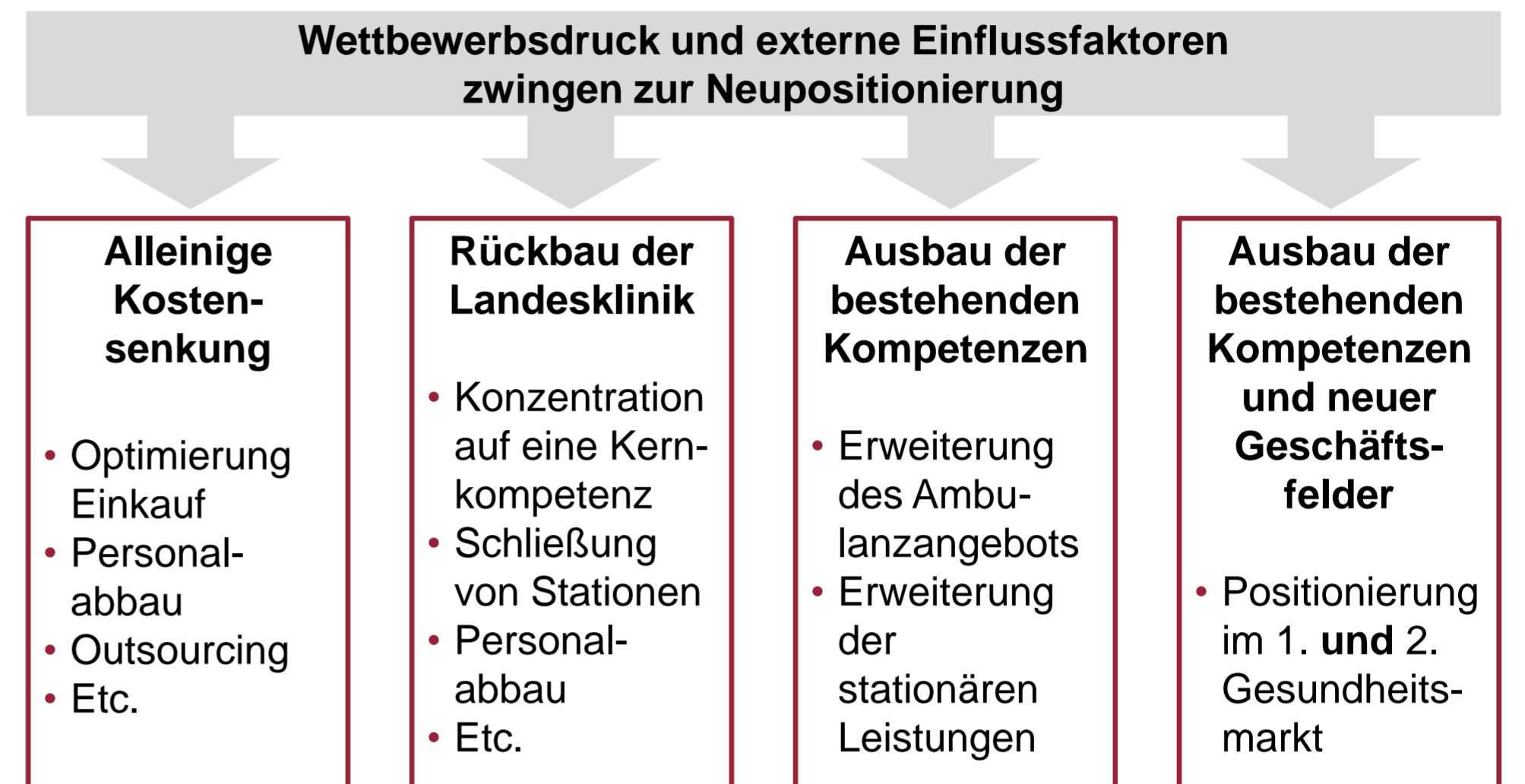
Die Landesklinik St. Veit im Pongau mit den Schwerpunkten Innere Medizin und Psychiatrie steht als regionales Krankenhaus unter starkem Wettbewerbsdruck und ist gegen exogene Einflussfaktoren nicht ausreichend robust aufgestellt. Die Tochterklinik der Salzburger Landeskliniken hat sich daher im Rahmen eines Zukunftskonzepts zu einer Neupositionierung entschieden, um ihre Zukunftsfähigkeit durch Differenzierung im bestehenden Markt und Aufstellung in neuen Märkten zu sichern.

## I. Ausgangslage

- Spezialisierung auf Innere Medizin und Psychiatrie
- Hohe Annahme der medizinischen Leistungsqualität durch die Patienten
- Individualisierte Medizin
- Hoher regionaler Wettbewerb
- Zunehmend eingeschränkter finanzieller Spielraum



## II. Positionierungsmöglichkeiten



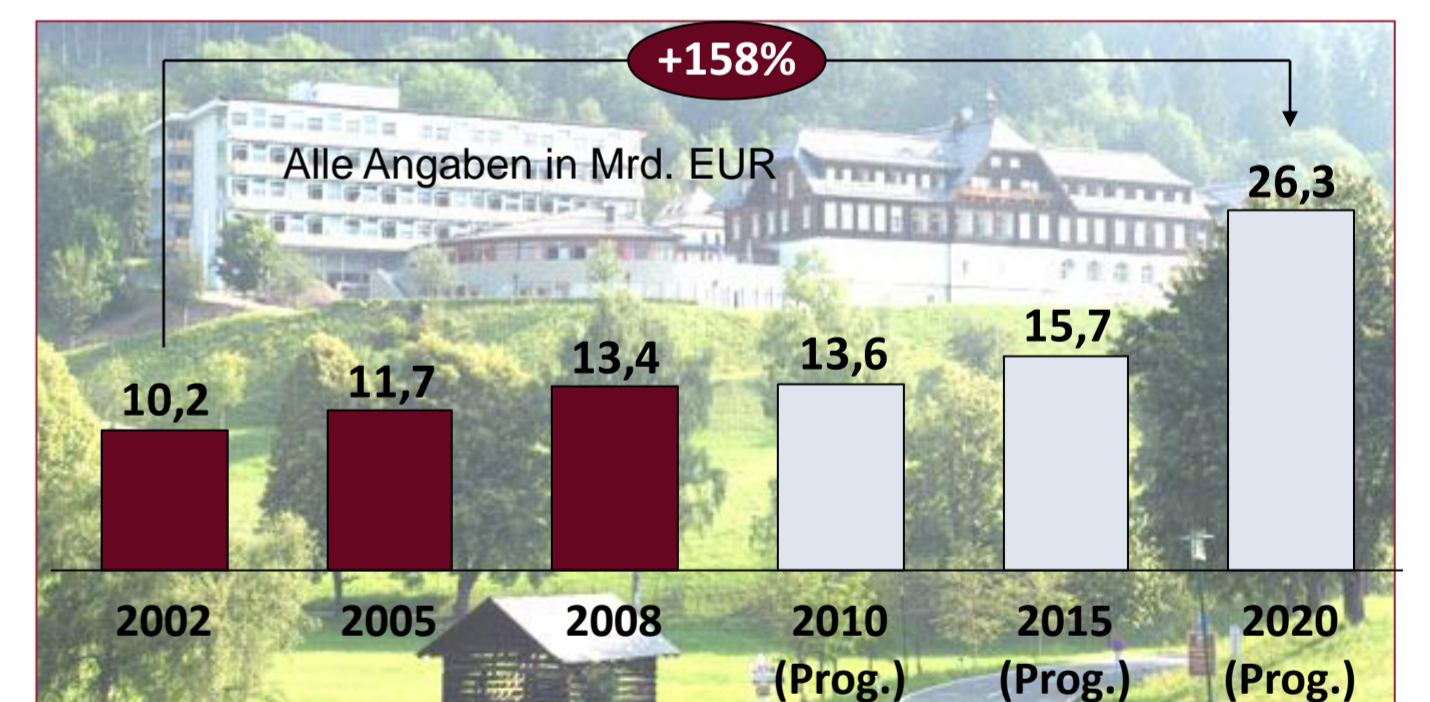
## VI. Fazit und Ergebnis

- Neupositionierung schafft Differenzierung auf mehrere Standbeine und erhöht somit die Robustheit der Landesklinik St. Veit gegenüber externen Einflüssen
- Finanzierung des Aufbaus des neuen Geschäftsfelds „Medical Wellness“ ist aus dem erwirtschafteten Cash-Flow möglich.
- Aufbau einer Gesundheitsregion mit den etablierten Anbietern und einem Gütesiegel.
- Sicherung von Arbeitsplätzen für Menschen in der Region und Chance zur Schaffung neuer Arbeitsplätze in den nächsten Jahren



## III. Analyse des 2. Gesundheitsmarktes

- Der 2. Gesundheitsmarkt umfasst gesundheitsfördernde und erhaltende Leistungen, die im Allgemeinen nicht über die Sozialversicherungssysteme vergütet werden
- Nach aktuellen Prognosen werden sich die individuellen Ausgaben in Österreich in den nächsten 10 Jahren auf rund 26,3 Mrd. € p.a. verdoppeln
- Ein Teilbereich ist der Gesundheitstourismus. Für die Landesklinik St. Veit mit ihrer exponierten Lage eröffnen sich hierdurch neue Zielgruppen



## V. Aufbau neuer Geschäftsfelder

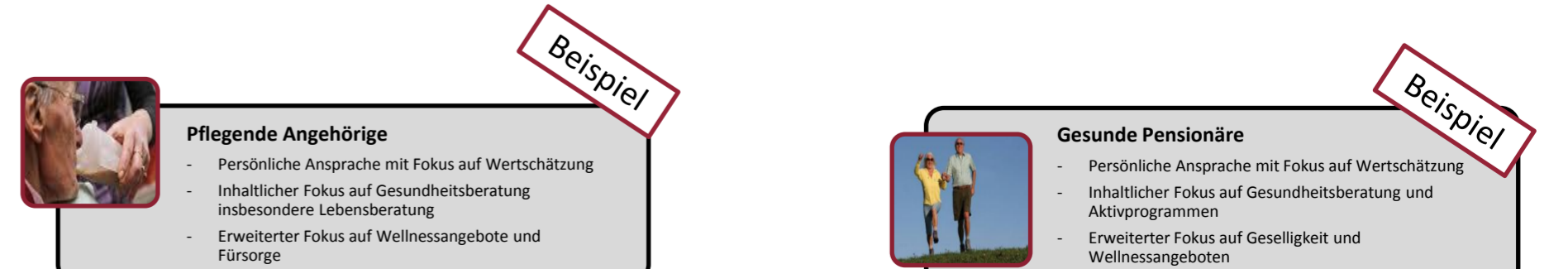
- Identifikation von fünf Primärzielgruppen
- Erweiterung des akutmedizinischen Leistungsangebotes um die Fachdisziplinen Suchtmedizin und Psychosomatik. Eine onkologische Reha in einem Neubau ist in der Umsetzung begriffen.
- Auswahl der Medical-Wellness-Produkte nach der medizinisch-fachlichen Expertise der Landesklinik sowie der bekannten Kundennachfrage aus dem 2. Gesundheitsmarkt
- Bildung von Angebotspaketen in den Bereichen Prävention und Medical Wellness
- Etablierung einer Gesundheitsregion mit einem Gütesiegel für die teilnehmenden Hotels, Arztpraxen und Krankenanstalten

### Begleitende Maßnahmen bei der Umsetzung der neuen Differenzierungsstrategie sind:

- Errichtung eines Hotelneubaus am Standort der Landesklinik
- Abschluss von Kooperationsverträgen mit Gesundheitsanbietern und Hotelleriebetreibern der Region für ergänzende Leistungsangebote
- Aufbau eines Marketing und Vertriebsunterstützung

## IV. Positionierung

- Im ersten und auch im zweiten Gesundheitsmarkt wird die Nachfrage nach Gesundheitsleistungen zukünftig steigen
- Im Fokus der Differenzierung steht daher die Verbindung des 1. und 2. Gesundheitsmarktes durch ein erweitertes Leistungsspektrum, das auf den heutigen Kompetenzen aufbaut
- St. Veit verfolgt in seinem Segment einen holistischen Ansatz, der das Fördern und Erhalten der individuellen körperlichen und seelischen Gesundheit in den Vordergrund stellt
- Das Neuangebot bildet die Wertschöpfungskette Gesundheit von der Prävention über die Akutmedizin bis zur Rehabilitation ab



### Kontaktadressen:

<sup>1</sup> Landesklinik St. Veit im Pongau, St. Veiterstrasse 46, A-5621 St. Veit im Pongau, Österreich;

<sup>2</sup> Fa. GÖK Consulting AG, Pascalstrasse 10d, 10587 Berlin, Deutschland;