

Aufhören, wenn's am schönsten ist?



„Der Hundertjährige, der aus dem Fenster stieg und verschwand“, ist nicht nur ein wunderbares Buch des Journalisten und Autors Jonas Jonasson, es ist auch ein Szenario, das immer wahrscheinlicher wird. Damit ist nicht zwingend die wechselvolle Handlung des Buches gemeint, aber durchaus das Erreichen eines hohen Alters verbunden mit gänzlich anderen Ansprüchen als in den Generationen zuvor. Forscher des Max-Planck-Institutes haben für die Initiative "7 Jahre länger", eine deutliche Zunahme von Hundertjährigen prognostiziert. Heute erreichen weltweit zwei von 10.000 Menschen ihren 100. Geburtstag.

Bessere Gesundheitsversorgung und reflektierte Lebensführung werden die Zahlen weiter positiv beeinflussen. Wer selbst einmal seine persönliche Hochrechnung vornehmen will, kann dies über folgenden Link: <https://7jahrelaenger.de/lebenserwartungsrechner>.

In Bezug auf Franchising erwachsen durch die höhere Lebenserwartung und gestiegene Anspruchshaltung vielfältige Chancen. Damit sind nicht nur die zunehmend im Altersbereich angesiedelten Pflege- und Wohnkonzepte gemeint. Es gibt immer mehr Entrepreneurinnen im Pensionsalter, die gerne noch einmal etwas Neues versuchen wollen. Bei den 65 bis 69jährigen sind es vor allem die Motive, sich den Traum von der Selbständigkeit erfüllen und der eigene „Herr“ sein können. (Studie Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e. V., Eschborn 2013). Hella Dreyer, die sich mit 65 Jahren mit einer Mode- und Geschenkboutique in Hamburg selbständig gemacht hat, ist ein gutes Beispiel dafür. Nach sechs erfolgreichen Jahren tritt sie zwar etwas kürzer, in dem sie „nur“ noch fünf Tage die Woche arbeitet, aber: „Aufhören, wenn's am schönsten ist? Davon hält sie gar nichts.“ (Hamburger Abendblatt)

Es ist also überlegenswert, wo Sie die Altersbegrenzungen für Ihre Franchisenehmer und -nehmerinnen sehen und in welcher Form Sie allenfalls auch deren Know-how einbinden können. Denn Wissen nicht brachliegen lassen, Erfahrungen weitergeben können, sind weitere Beweggründe Älterer, sich für eine Existenzgründung zu entscheiden. Letzteres muss allerdings nicht nur für Selbständige gelten, sondern kann sich auch sehr positiv auf das Klima in Seniorenheimen und ähnlichen Institutionen auswirken. Ein Beispiel für ein sehr wertschätzendes Konzept um Alters- und Pflegebereich möchte ich Ihnen folgend mit Almacasa vorstellen.

Viel Inspiration beim Lesen.

Veronika Bellone

Geschäftsführerin und Inhaberin Bellone FRANCHISE CONSULTING GmbH
Professorin für Marketing an der Hochschule für Wirtschaft Nordwestschweiz

Zur Person: Prof. Veronika Bellone ist seit 1986 im Franchisebusiness tätig. Sie startete als Franchisemanagerin bei der Cosy-Wasch-Autowaschanlagen GmbH in Berlin. 1991 gründete sie ihre eigene Franchiseberatung, die sie seither in der Schweiz führt. Zu ihren Referenzkunden zählen u.a. Fleurop, Mövenpick, Sara Lee, Schweizer Post, ACCOR, SPAR, Valora, MIGROS und Warner Bros. Sie ist zudem als Professorin an der Hochschule für Wirtschaft in der Nordwestschweiz im Fachbereich Marketing tätig und anderen Hochschulen mit Franchising in den Bereichen Entrepreneurship und Dienstleistungsmarketing. Als Autorin widmet sie sich in zahlreichen Publikationen den Themen Franchising, Marketing und Trends wie z. B. im „Praxisbuch Franchising – Konzeptaufbau und Markenführung“, Bellone/Matla, 3. Auflage 2013 im MVG Verlag/mi-Wirtschaftsbuch und „Green Franchising“ Bellone/Matla, 1. Auflage 2012 im MVG Verlag/mi-Wirtschaftsbuch; „Praxisbuch Trendmarketing“ (Veronika Bellone & Thomas Matla), 1. Auflage Februar 2017, Campus Verlag Frankfurt/New York.

Interview

Prof. Veronika Bellone, Bellone FRANCHISE CONSULTING GmbH, im Gespräch mit Vincenzo Paolino, Gründer, Mitglied Geschäftsleitung und Verwaltungsrat der Spectren AG

Almacasa – selbstbestimmt umsorgt

Almacasa ist ein neuartiges Schweizer Konzept für quartiernahe Pflegewohngruppen. Liliane Peverelli und Vincenzo Paolino haben es mit ihrer Spectren AG, mit Sitz in Urdorf, entwickelt und wollen es über Franchising multiplizieren. Beide sind langjährige Experten im Alters- und Pflegebereich. Ihre Spectren AG ist vielfältig engagiert. Sie bietet neben der innovativen Marke Almacasa Schulungen, Beratungen, Coachings und Interims-Führungsmandate.

Bellone Franchise Consulting, Zug durfte das Unternehmen beim Aufbau des Franchisekonzeptes für Almacasa sowie umsetzungsbezogen begleiten. Im folgenden Interview von Prof. Veronika Bellone mit Vincenzo Paolino, Gründer, Mitglied Geschäftsleitung und Verwaltungsrat der Spectren AG erfahren Sie mehr vom speziellen Ansatz des Geschäftskonzeptes, den Zielsetzungen und der Motivation für das Wachsen per Franchising.

Veronika Bellone: „Almacasa – selbstbestimmt umsorgt“ wurde von Ihnen als Alternative zum herkömmlichen Pflegeheim konzipiert. Worin liegt der innovative Ansatz Ihres Angebotes und wodurch unterscheidet er sich von der Konkurrenz?

Vincenzo Paolino: Almacasa ist ein Angebot für Menschen, die mittel bis schwer pflegebedürftig sind und daher auf einen Ort angewiesen sind, der diese Leistungen bietet. Dabei orientieren wir uns nicht am klassischen Pflegeheim-Layout mit Spitalcharakter, sondern an Wohngruppen. Mit dieser Rückkehr zum menschlichen Mass ermöglichen wir unseren Bewohnenden meist im eigenen Quartier oder Dorf zu bleiben. Die Voraussetzungen hierfür sind eine stabile Wertebasis, glaubwürdige Führung, effektive IT-Unterstützung sowie ein gut durchdachter Einsatz aller Berufsrollen.



Veronika Bellone: Meistens gibt es einen speziellen Auslöser, eine Initialzündung für ein neuartiges Konzept. Worin bestand dieser bei Ihnen?

Vincenzo Paolino: Wir sind seit vielen Jahren im Altersbereich tätig, sei es in Führungsfunktionen, als Berater oder in der Schulung. Zum Abschluss meiner Psychiatriepflege-Ausbildung schrieb ich 1991 eine Diplomarbeit. Sie trug den Titel „Neue Ansätze in der Pflege alter Menschen.“ Also mein Interesse ist schon sehr beständig. Die Initialzündung kam dann durch den Besuch diverser internationaler Konferenzen: Ich erfuhr dort von den Bestrebungen der sog. De-Institutionalisierung der Alterspflege. Dazu kam der Wunsch, ein eigenes Konzept von A-Z aufzubauen und umzusetzen mit den Wertvorstellungen, die meine Geschäftspartnerin Liliane Peverelli und mich ausmachen. Dann hat es „klick“ gemacht.

Veronika Bellone: Almacasa ist für ältere Menschen gedacht, die aufgrund von Einschränkungen nicht mehr in ihrer gewohnten Umgebung leben können. Welche Menschen sprechen Sie insbesondere an, warum sollen diese in ein Almacasa ziehen wollen und was sollen sie bei Almacasa finden?

Vincenzo Paolino: Sie finden einen Ort, an dem sie gleichzeitig hervorragende Fachpflege, menschliche Nähe und einen Rahmen finden, der weder über- noch unterfordert. Dies gilt insbesondere für Menschen mit Demenz. Die Normalität des Alltagsgeschehens im Almacasa ermöglichen Teilhabe und wichtige Mikro-Stimulationen, welche die vorhandenen Fähigkeiten, das Selbstwertgefühl und die Coping-Strategien stärken.

Veronika Bellone: Das Thema Pflegepersonal ist für ein Angebot, wie von Almacasa,

von besonderer Bedeutung, sowohl in Bezug auf die Qualität der Pflegedienstleistung, als auch als wirtschaftlicher Kostenfaktor. Was machen Sie hier in der Auswahl, Ausbildung, Organisation und in den Prozessen anders als Ihre Konkurrenz?

Vincenzo Paolino: (lacht) Ja, da kann ich natürlich nicht alles preisgeben ... Sagen wir es so: Es ist wichtig, dass jede Berufsgruppe die Aufgaben erfüllen kann, für die es ausgebildet und am besten geeignet ist. Dort, wo Defizite bestehen, schulen wir in der Almacasa Academy gezielt nach. Ebenfalls haben wir in der Academy laufend Schulungen zu den von uns definierten „Evergreens“, d. h. zu den Handlungskompetenzen, die wir unbedingt haben müssen.

Im Hinblick auf Handlungsstandards und IT-Unterstützung sind wir sehr gut aufgestellt und unsere Mitarbeitenden erleben dadurch sehr viel Zeitersparnis und haben gleichzeitig mehr Entscheidungsspielräume als in vergleichbaren Orten. Die konsequente Delegation mit bestmöglicher Unterstützung für die Teams bzw. Standorte ermöglicht Elastizität und Freiheit im Umgang mit Bewohnersituationen. Und genau dies macht uns als Arbeitgeber attraktiv. Viele sagen uns, sie wissen gar nicht mehr, wo sie nach der Almacasa-Erfahrung noch arbeiten sollen...

Veronika Bellone: Sie betreiben Almacasa als Kooperationsmodell auf Franchisebasis. Franchisesysteme im Gesundheits- und Pflegebereich sind aufgrund ihrer Komplexität noch relativ überschaubar vertreten. Was hat Sie bewogen auf diese Multiplikations- und Marktdurchdringungsstrategie zu setzen?

Vincenzo Paolino: Wir glauben, dass viel mehr ältere Menschen, die Pflege und Be-

treuung benötigen, in den Genuss der Qualität kommen sollen, wie sie Almacasa bietet. Und auch Mitarbeitende im Pflegebereich wünschen sich neue Formen und bessere Arbeitsbedingungen. Aber wir haben – wie man so schön sagt – auch nur zwei Hände und freuen uns daher auf engagierte Menschen in Gemeinden und Quartieren, die mit unserer Unterstützung etwas Neues wagen wollen. Gemeinsam können wir die Voraussetzungen schaffen, damit unsere Liebsten oder auch einmal wir selbst keine Angst mehr haben vor einem Leben mit Einschränkungen und mit Pflegebedarf.

Veronika Bellone: Ein Almacasa zu organisieren und zu führen verlangt besondere Charakter- und Führungseigenschaften, wie Qualifikationen. Wie sehen Ihre idealen Franchisepartner/innen aus?

Vincenzo Paolino: Wir sehen als potentielle Franchisepartner einerseits Gemeinden, Genossenschaften oder öffentliche Anbieter, die ihr Angebot weiterentwickeln wollen. Diese sollten entweder vorhandene Standorte oder entsprechende Potenziale einbringen.

Andererseits sind engagierte Privatpersonen angesprochen, die über profunde Erfahrung im Alters- und Pflegebereich, allenfalls in der Selbstständigkeit oder im Franchising verfügen. In jedem Fall sind ausreichende finanzielle Ressourcen, unternehmerisches Flair und Durchhaltewillen notwendig, um den Schritt in die Selbstständigkeit erfolgreich zu machen. Zudem achten wir auf eine gemeinsame ethische Wertebasis und erwarten Zustimmung zu den Almacasa-Prinzipien.

Veronika Bellone: Auch wenn die aktuelle Gegenwart und die nahe Zukunft Sie mit Almacasa sicherlich am meisten beschäftigt, können Sie uns etwas über Ihre Vision erzählen, wo Almacasa in fünf bis zehn Jahren stehen wird? Gibt es konkrete Wachstumsziele, die Sie im In- und Ausland verfolgen?

Vincenzo Paolino: Wir haben das Ziel, in diesem Zeitraum 10 Almacasa-Betriebe in der Schweiz aufzubauen und in ihrem Wachstumsprozess zu begleiten. Dies können Franchisebetriebe sein, aber auch solche, die wir selbst aufbauen.

Im Ausland sind erste Gespräche geführt. Wir sind zuversichtlich, dass auch dort ein grosses Potenzial besteht. ■



Vincenzo Paolino und Liliane Peverelli