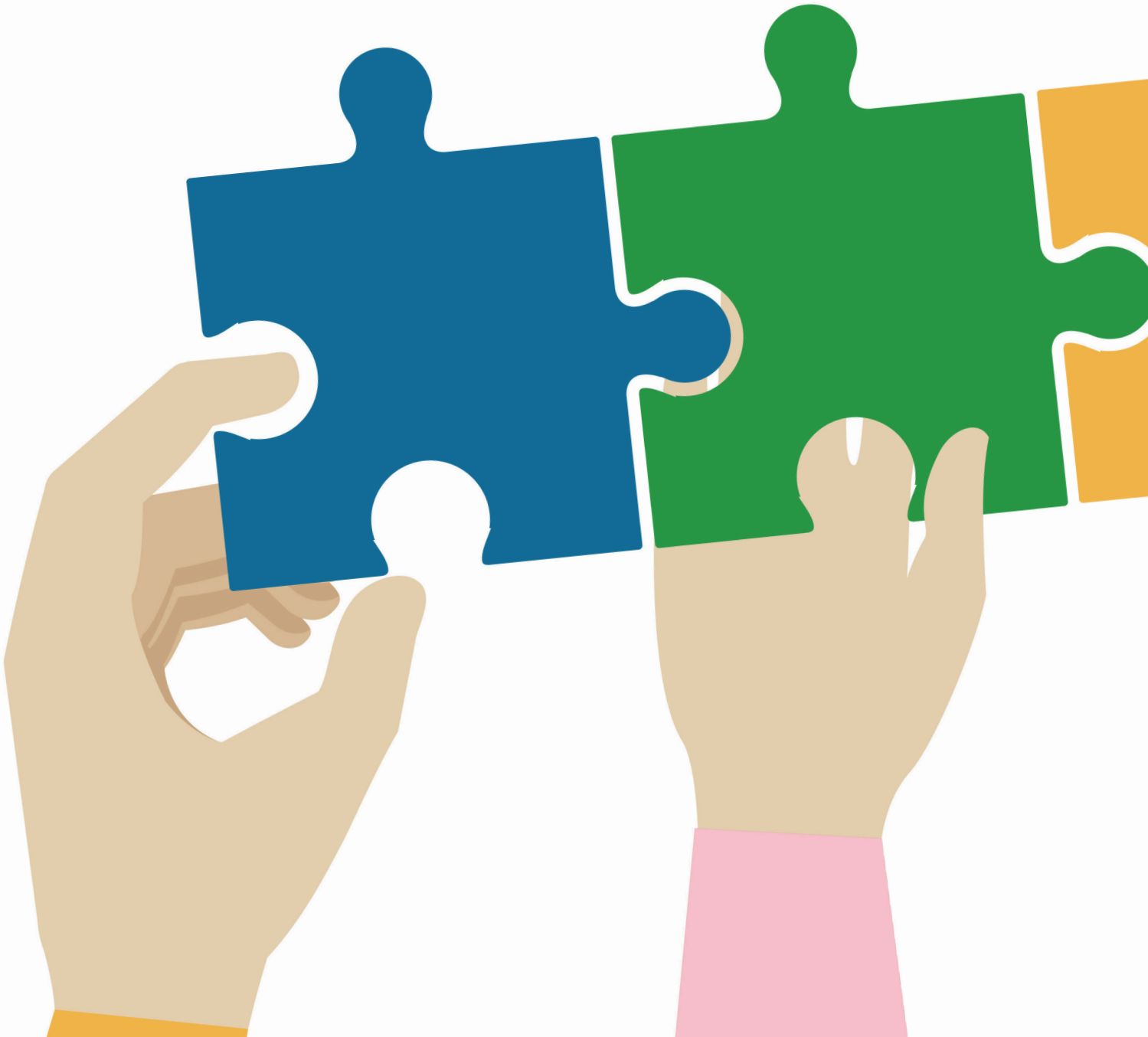


aiutanda **Hilfsmittel und Therapiemanagement**

aiutanda setzt auf „Alles-aus-einer-Hand“



Als noch relativ junges Kind der Gesundheitsdienstleister-Szene will die aiutanda-Gruppe mit innovativen Konzepten und einem starken Fokus auf Menschlichkeit neue Maßstäbe in der Pflegebranche setzen.

Vor allem ihr Geschäftsbereich HTM (Hilfsmittel und Therapiemanagement GmbH) ist überaus agil und strebsam, was Marktkennern schon länger bekannt ist. Mit einer bundesweit zugeschnittenen Standortpolitik im Zusammenspiel mit einer ganzheitlich gedachten Versorgungsstrategie nutzt HTM konsequent die sich bietenden Chancen eines Wachstumsmarktes. Für einen zusätzlichen Aha-Effekt sorgte im Juli 2024 der Einstieg von Ben Bake in die HTM-Geschäftsführung. Mit seinem Wissen und Erfahrungsschatz als langjähriger Vorstand der Sanitätshaus Aktuell AG soll er für zusätzliche Dynamik sorgen. Grund genug für die MTD-Redaktion, ihm in Sachen HTM-Standing und -Strategie auf den Zahn zu fühlen.



Nur durch gegenseitige Inspiration und entsprechenden Wissenstransfer können wir als Gruppe weiter wachsen und innovativ bleiben.

BEN BAKE



Foto: aiutanda-Gruppe

Foto: macrovector/FreePik

Herr Bake, Sie kennen den Hilfsmittelmarkt aus Leistungserbringersicht schon sehr lange und sehr gut. Von einer bundesweit agierenden Verbundgruppe – der Sanitätshaus Aktuell AG – kommend, tragen Sie nun Verantwortung für das Geschäftsfeld HTM der aiutanda-Gruppe. Fühlt man sich da sofort „zu Hause“ oder trafen

Sie auf eine andere „Welt“ und damit verbunden auch andere Strategien und Visionen?

Mein Start bei aiutanda war spannend und herausfordernd zugleich. Doch eines hat mir den Einstieg enorm erleichtert: das großartige Team. Dank seiner Offenheit und Unterstützung fühlte ich mich schnell „zu Hause“.

Der größte Unterschied zu meinem vorherigen Arbeitgeber besteht darin, dass aiutanda trotz siebenjähriger Geschichte und einem Umsatz von über 200 Mio. Euro in vielen Bereichen immer noch wie ein agiles Start-up agiert. Dieses Start-up-Feeling bei aiutanda ist ein großer Vorteil: Es bietet Raum für Innovation, Flexibilität und die Möglich-

aiutanda-Gruppe (aiutanda GmbH)

- Gründung: 2017
- Gründer & Geschäftsführer: Christoph Schubert
- Geschäftsfelder:
 - **Gesundheits- und Lebenshilfe (GLH):**
ca. 20 operative Gesellschaften mit mehr als 100 Versorgungsstandorten in Deutschland (Rundum-Versorgung von Klienten beginnend bei niederschweligen Pflege-, Betreuungs- und Unterstützungsleistungen bis hin zu spezialisierten Pflegeangeboten i. W. in der eigenen Häuslichkeit, aber auch im betreuten Wohnen sowie in entsprechenden Wohngemeinschaften); ca. 130 Mio. € Umsatz; mehr als 2.300 Mitarbeitende.
 - **Hilfsmittel und Therapiemanagement (HTM)**

keit, Dinge schnell und effizient voranzutreiben. Gleichzeitig entwickeln sich hier zunehmend auch konzernähnliche Strukturen, die in einer Organisation dieser Größenordnung notwendig sind, um langfristig erfolgreich zu bleiben.

Was mich besonders begeistert, ist die klare Vision von aiutanda: „Egal was, egal wo, egal wann – wir sind der Gesundheitsanbieter mit dem 360-Grad-Ansatz im ambulanten Bereich.“ Dieses umfassende Versprechen, das die Bedürfnisse der Menschen in den Mittelpunkt stellt, gibt unserer Arbeit eine klare Richtung und verbindet uns alle im Team.

Wie definiert aiutanda das HTM-Geschäftsfeld?

HTM (Hilfsmittel und Therapiemanagement) umfasst alle klassischen Tätigkeitsfelder der Sanitätshaus- und Homecare-Welt. Es ist ein integraler Bestandteil unserer Arbeit und bündelt die Aktivitäten von derzeit 11 spezialisierten HTM-Betrieben. Mit rund 700 Mitarbeitenden erwirtschaftet dieser Bereich etwa 90 Mio. Euro Umsatz – was das große Potenzial und die strategische Bedeutung des HTM-Sektors innerhalb der aiutanda-Gruppe verdeutlicht.

In den letzten Jahren haben wir uns bei der Integration neuer Unternehmen bewusst auf Betriebe spezialisiert, die mit ihrem Know-how und ihren Ange-

boten unser Portfolio sinnvoll ergänzen. Dieser Fokus auf Spezialisierung und Qualität ist ein wichtiger Treiber für unser kontinuierliches Wachstum.

Parallel dazu steht unser zweiter zentraler Geschäftsbereich: die Pflege, die wir bei aiutanda als „Gesundheits- und Lebenshilfe“ (GLH) bezeichnen. In diesem Bereich sind wir in vier Regionen mit rund 20 Unternehmen vertreten und beschäftigen etwa 2.300 Mitarbeitende. Beide Geschäftsbereiche ergänzen sich hervorragend und sind Teil unserer 360-Grad-Vision für den ambulanten Gesundheitsmarkt.

Welche gewonnenen Erfahrungen aus Ihrer Arbeit als Vorstandsmitglied der Sanitätshaus Aktuell AG bringen Sie bei HTM ein, um diese nennen wir es „Marke“ gezielt zu stärken?

Vor mehr als zehn Jahren kam ich als Quereinsteiger in diese Branche. Mein Ziel war es, den Markt intensiv zu erfassen und durch kritisches Hinterfragen ein tiefes Verständnis dafür zu entwickeln. Dabei habe ich mich kontinuierlich in verschiedenen Bereichen der Branche engagiert und zahlreiche Akteure kennengelernt. Durch meine Arbeit in der gesundheitspolitischen Landschaft, sowohl beim BVMed als auch bei „Wir versorgen Deutschland“ (WvD), hatte ich zudem die Möglichkeit, aktiv zur Vernetzung der Branche beizutragen. Über die Jahre

hinweg haben sich so ein fundiertes Branchenverständnis und ein weitreichendes Netzwerk aufgebaut.

Ein wesentlicher Schwerpunkt meiner Arbeit liegt darin, für spezifische Bedürfnisse von Sanitätshäusern passgenaue Unterstützung anzubieten. Dazu gehören neben der Bildung einer möglichen Unternehmensnachfolgelösung auch die Bereitstellung von praktischem Support sowie die Moderation und Koordination eines strukturierten Austauschs zwischen unseren Betrieben. Nur durch gegenseitige Inspiration und entsprechenden Wissenstransfer können wir als Gruppe weiter wachsen und innovativ bleiben.

Das Thema Marke ist für mich eine Herzensangelegenheit. Jeder Betrieb in unserem HTM-Bereich ist einzigartig und hat eine gewachsene Identität, die wir wertschätzen und respektieren. Gleichzeitig entwickeln wir für jedes Unternehmen einen individuellen Ansatz der Markenführung, der immer eine Kombination aus der übergeordneten Marke aiutanda und dem bestehenden Unternehmensnamen darstellt.

Dabei ist eine behutsame Vorgehensweise entscheidend, um das Vertrauen unserer Patienten und ihrer Angehörigen zu erhalten. Eine Marke ist mehr als ein Name – sie ist ein Versprechen. Deshalb legen wir großen Wert darauf, alle Beteiligten auf dieser Reise mitzunehmen – von Mitarbeitenden bis zu Patienten.

Wie setzt sich die aktuelle Führungsspitze bei HTM zusammen?

Die formale Geschäftsführung des HTM-Bereichs besteht derzeit aus Christoph Schubert und mir. Bis vor Kurzem war auch Stefan Weiß Teil der Geschäftsführung, **bevor er eine neue Rolle im Umfeld von aiutanda übernommen hat.**

Die Geschäftsführung wird durch ein starkes Kernteam ergänzt, das entscheidend zur strategischen und operativen Weiterentwicklung unseres Bereichs beiträgt.

Ein weiterer wichtiger Bestandteil unseres Teams sind unsere Marketingspezialisten. Sie bringen ihre Expertise ein, um die Marke aiutanda und die HTM-

Betriebe gezielt weiterzuentwickeln und unsere Vision eines umfassenden 360-Grad-Gesundheitsanbieters effektiv nach außen zu kommunizieren.

Wie sind die Verantwortlichkeiten geregelt? Wer führt die Unternehmen und berichtet an die aiutanda-Gruppe?

Im Bereich HTM verfolgen wir einen dezentralen, aber dennoch eng abgestimmten Ansatz. Jeder unserer Betriebe wird von einer eigenständigen Geschäftsführung geleitet, die über klar definierte Entscheidungs- und Verantwortungsbereiche verfügt. Diese Struktur ermöglicht es, flexibel auf die spezifischen Anforderungen der jeweiligen Region und des Marktes zu reagieren.

Die derzeit 14 Geschäftsführer unserer HTM-Betriebe berichten direkt an mich. Diese enge Verbindung stellt sicher, dass alle relevanten Informationen zeitnah aus-

getauscht werden und strategische Vorgaben stringent umgesetzt werden können.

Um die Zusammenarbeit zu stärken und die Synergien innerhalb der Gruppe

optimal zu nutzen, treffen wir uns regelmäßig im Rahmen von Jour fixen. In diesen Runden tauschen wir uns aus, stimmen uns gegenseitig ab und ge-

aiutanda HTM Hilfsmittel und Therapiemanagement GmbH

- Gründung 2017 als Tochterunternehmen der aiutanda GmbH
- Geschäftsführung: Christoph Schubert, Ben Bake
- Geschäftsfelder: Orthopädie-Technik, Sanitätshaus, Reha-Technik, Homecare (Therapiemanagement), Sonderbau
- Dazu gehörende Unternehmen: Motion Center/Rendsburg; OT-Kiel/Kiel; Selimed/Meinerzhagen; Sanitätshaus Welb/Erfstadt; ADM & MAKO/Fulda; Sanitätshaus Reininger/Frankfurt; WFP & Bayerninko/Scheinfeld; Reha & Care Logistic/Mantel; aiutanda Therapiemanagement Deutschland (ATD)/Wiesbaden
- Umsatz p.a.: ca. 90 Mio. €
- Mitarbeitende: ca. 700

währleisten so, dass wir als Gruppe effektiv und zielgerichtet agieren. Diese Mischung aus Eigenverantwortung auf Betriebsebene und zentraler Steuerung durch die aiutanda-Gruppe bildet die Grundlage für unseren Erfolg.

Interessant ist mit Sicherheit der aktuelle Zuschnitt der einzelnen HTM-Geschäftsführungen. Hier finden sich auf der einen Seite ehemalige geschäftsführende Gesellschafter, die an uns verkauft haben und nun in der Rolle der Geschäftsführer agieren; auf der anderen Seite haben wir aber auch langjährige Geschäftsführer und „Junggeschäftsführer“, Geschäftsführungen aus dem Familienumfeld der bisherigen Eigentümer und von „außen“ kommende Geschäftsführer. Diese Mischung macht es so energiegeladener.

Inwieweit haben Sie hier freie Hand für strategische Entscheidungen – abgestimmt mit der aiutanda-Führung?
Strategische Entscheidungen werden bei aiutanda stets gemeinsam auf der Führungsebene getroffen. Dieser kolla-

aiutanda
Qualitätsverbunden. **Menschlich.** Eigentümergeführt.

Foto: aiutanda-Gruppe

borative Ansatz stellt sicher, dass alle Perspektiven berücksichtigt werden und wir die besten Lösungen für die Herausforderungen und Ziele unserer Organisation entwickeln.

Die HTM-Gruppe umfasst aktuell 11 Leistungserbringer aus dem Hilfsmittel- und Homecare-Bereich (s. Info-Box), die von der aiutanda-Gruppe seit ihrer Gründung 2017 sukzessive gekauft wurden. Nach welchen Kriterien entscheidet aiutanda dabei?

Die Zukäufe von Unternehmen in der Hilfsmittel- und Homecare-Branche folgen bei aiutanda einer klaren Mehrwege-Strategie, die darauf abzielt, ein umfassendes und nahtlos integriertes Angebot im Gesundheitsbereich zu schaffen.

Zum einen fokussieren wir uns auf Unternehmen mit einem hohen Spezialisierungsgrad. Diese Betriebe zeichnen sich durch besonderes Fachwissen und eine starke Position in spezifischen Nischen aus, die unser bestehendes Portfolio sinnvoll ergänzen. Zum anderen erwerben wir sogenannte Vollsortimenter – Unternehmen, die ein breiteres Angebotsspektrum abdecken und in ihrer Region eine wichtige Rolle spielen. Diese Betriebe bringen nicht nur ihre Produkt- und Dienstleistungsvielfalt ein, sondern stärken auch unsere Präsenz in strategisch wichtigen Regionen.

Die Kombination dieser beiden Ansätze ermöglicht es, unser „Alles-aus-einer-Hand“-Konzept konsequent umzusetzen und eine enge Verzahnung zwischen den Bereichen Pflege und Hilfsmittelversorgung zu schaffen. So können wir unseren Patienten und Kunden ein ganzheitliches, bedarfsorientiertes Angebot bieten,

das regional stark verankert und gleichzeitig fachlich hochspezialisiert ist.

Aktuell sind die HTM-Leistungserbringer vor allem im Reha-, Orthopädie- und Homecare-Bereich aktiv. Ist das die finale DNA oder sollen noch mehr Versorgungsbereiche ins Portfolio kommen?

Die aktuelle Ausrichtung bildet bereits eine sehr umfassende und starke Basis. Grundsätzlich decken wir heute schon alle wesentlichen Versorgungs- und Therapiebereiche ab, die für unsere Patienten und Kunden von Bedeutung sind.

Dennoch sehen wir weiteres Potenzial in der Vertiefung und Stärkung dieser Versorgungsbereiche. Insbesondere bei zukünftigen Akquisitionen liegt der Fokus darauf, unser bestehendes Angebot gezielt zu erweitern und unsere regionale Präsenz weiter auszubauen.

Unser übergeordnetes Ziel bleibt dabei, gesund und nachhaltig zu wachsen. Ein entscheidender Faktor ist, dabei die richtige Balance zwischen Menschlichkeit und Digitalisierung zu finden. Die Herausforderungen, die mit dieser Ausgewogenheit einhergehen, nehmen wir bewusst an und setzen sie mit Augenmaß um. So stellen wir sicher, dass wir sowohl den technischen Fortschritt nutzen als auch den persönlichen, menschlichen Kontakt bewahren – ein Anspruch, der tief in unserer DNA verankert ist.

In welcher gesellschaftsrechtlichen Beziehung stehen die HTM-Häuser zur aiutanda-Gruppe?

Die Unternehmen der HTM-Gruppe stehen in der Regel in einer vollständigen gesellschaftsrechtlichen Verbindung zur

Ausgabe 04/2025

SPECIAL:
Hilfsmittel
im Sport

Anzeigenschluss:
3. März 2025

Horst Bayer
Verkaufsleitung Media
Tel. 0 75 20/9 58-30
h.bayer@mtd.de

aiutanda-Gruppe. Das bedeutet, dass wir die Betriebe im Normalfall zu 100 Prozent übernehmen.

Durch diese vollständige Integration können wir nicht nur die strategische Ausrichtung der Betriebe optimal auf die Vision und Ziele von aiutanda abstimmen, sondern auch Synergien innerhalb der gesamten Gruppe effizient nutzen. Gleichzeitig behalten die übernommenen Unternehmen eine gewisse Eigenständigkeit, um ihre gewachsenen Strukturen und regionale Verwurzelung zu bewahren.

Welche Gesamtstrategie verfolgt der HTM-Bereich in Sachen Marktauftritt?

Der HTM-Bereich bei aiutanda verfolgt eine klare, aber zugleich flexible Strategie für den Marktauftritt, die auf den jeweiligen Entwicklungsstand der Unternehmen abgestimmt ist.

aiutanda selbst hat im Bereich Pflege bereits eine starke Markenidentität etabliert. Der HTM-Bereich befindet sich in Bezug auf die Markenintegration noch in unterschiedlichen Umstellungsphasen. Einige der Unternehmen haben vom ersten Tag an die Corporate Identity (CI) von aiutanda übernommen und sind bereits vollständig in die Markenwelt integriert. Bei anderen Betrieben erfolgt dieser Prozess schrittweise.

Dieser bewusst geplante Ansatz verfolgt einen klaren Zweck: alle Beteiligten – von den Mitarbeitenden über die Patienten bis hin zu den regionalen Partnern – auf diese Reise mitzunehmen. Ein überstürzter Wechsel könnte Verwirrung oder gar Ablehnung erzeugen. Stattdessen setzen wir auf eine gut durchdachte, behutsame Umstellung, die den individuellen Bedürfnissen und Gegebenheiten der Unternehmen Rechnung trägt.

Die aiutanda-Gruppe versteht sich als ambulanter Gesundheitsdienstleister mit dem Anspruch „Alles aus einer Hand“. Folgerichtig gehören zum Geschäftsfeld GLH (Gesundheits- und Lebenshilfe) auch Pflegedienste sowie Pflegeeinrichtungen. Wie spielen GLH und HTM hier im Versorgungsalltag zusammen? Wo gibt es entscheidende Synergien?

Unsere verschiedenen Leistungsbereiche arbeiten, wo immer möglich, Hand in Hand, um eine nahtlose und effiziente Versorgung der Patienten sicherzustellen. Ein zentraler Synergiepunkt ist die Versorgung der Pflegeinstitutionen von aiutanda mit medizinischen Verbrauchsgütern. Diese erfolgt über die etablierten HTM-Strukturen. Gleichzeitig entstehen bei den von aiutanda gepflegten Patienten spezifische Anforderungen an Hilfsmittel und Therapien, die die Schwesterunternehmen innerhalb der aiutanda-Familie so weit wie möglich abdecken.

Auch für unsere „aiutanda Lebenswelten“ – etwa Wohngemeinschaften oder betreutes Wohnen – ergeben sich besondere Anforderungen, die intern abgedeckt

Eine Marke ist mehr
als ein Name –
sie ist ein Versprechen.

BEN BAKE

werden können. Dadurch entsteht eine ganzheitliche Versorgung, die sowohl die individuellen Bedürfnisse der Patienten als auch die Anforderungen der Einrichtungen berücksichtigt.

Damit diese Zusammenarbeit reibungslos funktioniert, ist eine enge Abstimmung zwischen allen Beteiligten essenziell. Hierbei spielen auch digitale Lösungen wie die aiutanda-App eine wichtige Rolle. Sie unterstützt die Kommunikation und Koordination zwischen den verschiedenen Leistungsbereichen und hilft, Abläufe zu optimieren.

Der Gesundheitsmarkt gilt als Zukunftsmarkt. Wo sehen Sie für die HTM-Gruppe die interessantesten Angriffsfelder?

Den Gesundheitsmarkt prägen demografische Faktoren, medizintechnischer Fortschritt und die Konsolidierung des HTM-Sektors. Um in diesem dynamischen Umfeld erfolgreich zu agieren, setzen wir auf den ehrlichen Austausch und ein starkes Netzwerk, das gemeinsames Lernen und innovative Lösungen fördert. Gleichzeitig ist es uns wichtig, unseren Führungskräften ausreichend Entscheidungsspielraum zu geben, damit sie flexibel und eigenverantwortlich auf Herausforderungen reagieren können. Die fortschreitende Konsolidierung sehen wir als Chance, unsere Marktposition durch gezielte Akquisitionen zu stärken und unser Portfolio zu erweitern. Mit dieser Strategie gestalten wir die Zukunft aktiv mit.

Wie würden Sie die Gesamtstrategie von HTM bewerten: als aggressiv, besonnen oder klug?

Die Gesamtstrategie von HTM innerhalb der aiutanda-Gruppe ist zweifellos als besonnen und klug zu bewerten. Dabei stehen Werte wie Qualitätsverbundenheit, Menschlichkeit und eine eigen-tümergeführte Unternehmenskultur im Vordergrund. Unser Versprechen an unsere Kunden geht über die reine Versorgung hinaus: „Menschen arbeiten mit Menschen für Menschen.“

Dieses Leitmotiv wird ergänzt durch die Kernprinzipien Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Skalierbarkeit. Sie helfen uns, nicht nur auf aktuelle Anforderungen zu reagieren, sondern auch langfristig erfolgreich und zukunftsfähig zu agieren. Diese Kombination aus strategischer Weitsicht und menschlichem Engagement bildet die Basis für unser nachhaltiges Wachstum und unseren Erfolg im Markt.

Herr Bake, danke für das Gespräch.

wds