

# Messbar Umsätze im Pflegedienst steigern

Von Anne Tosch

Was zeichnet einen kompetenten Mitarbeiter in einem Pflegedienst aus? Seine fachliche Qualifikation, Flexibilität, Freundlichkeit, Zuverlässigkeit und vieles mehr. Aber wie sieht es mit der Kompetenz aus, einen Kunden so umfassend und gut zu beraten, dass hier messbar die Umsätze gesteigert werden?

**Hambühren.** Pflegedienstmanagern ist oft nicht bekannt, wie viele Leistungen ihre Mitarbeiter täglich bei den Kunden erbringen, die nicht refinanziert werden. Dies geschieht oft aus Unwissenheit über das Leistungsangebot des eigenen Unternehmens und vor dem Hintergrund, dass die Ausbildung zur Pflegefachkraft keine Lerninhalte vorsieht, um ein betriebswirtschaftliches Denken für ihre künftigen Arbeitgeber zu entwickeln. Die Wahrnehmung von Kundenbedürfnissen basiert somit nicht auf einer gezielten Umsatzsteigerung zugunsten des Unternehmens, sondern wird häufig zu einer nicht refinanzierten Leistung und somit zu einem defizitären Einsatz (Mülleimer leeren, Zeitung mitbringen, Katze füttern und anderes mehr). Es ist notwendig den Mitarbeitern bewusst zu machen, welchen Einfluss sie durch gezieltes Verkaufen von Leistungen auf das Betriebsergebnis haben.

Standards zur Einarbeitung neuer Mitarbeiter sehen oft nicht



Mitarbeiter sollten durch gezielte Maßnahmen des Pflegedienstes geschult werden, Bedarfe der Kunden zu ermitteln und Leistungen freundlich zu verkaufen.

Foto: Archiv

vor, den Wissenstand in den Bereichen SGB XI, SGB V, § 39 SGB XI, § 45b SGB XI und alle für den Pflegedienst relevanten Leistungsinhalte zu vermitteln. Werden Mitarbeiter gefragt, was sie über die „Verhinderungspflege“ oder die „zusätzlichen Betreuungsleistungen“ wissen, kommen oft unzureichende Antworten. Wie soll ein Mitarbeiter Leistungen anbieten, die er nicht kennt? Auch ist in den meisten Pflegediensten nicht klar formuliert, was eine Service- und was eine Privatleistung ist und wie und wo diese dokumentiert werden soll. Auch hier kommt es immer wieder zu Umsatzverlusten, da Leistungen zwar erbracht, aber aus Unkenntnis nicht dokumentiert werden.

Wie aber schafft es ein Pflegedienst die Mitarbeiter zu befähigen, in Sinne des Unternehmens zu handeln und die Umsatzerlöse zu steigern? Der erste Schritt sollte schon die Überprüfung und die Überarbeitung der vorhandenen Standards zur Einarbeitung neuer Mitarbeiter sein. Der Mitarbeiter sollte schrittweise alle Leistungsangebote und die Kooperationspartner des Unternehmens kennenlernen. Pflegedienstleiter sollten den Wissensstand neuer Mitarbeiter diesbezüglich abfragen und sich nicht davor scheuen, z.B. einen Leistungsnachweis der Pflegeversicherung und dem SGB V vorzulegen und Leistungen, die sie ihm nennen, eintragen zu lassen. PDL werden an dieser Stelle

schnell erkennen, ob sich der Mitarbeiter mit dem Leistungskatalog befasst hat und ob er in der Lage ist, dem Kunden freundlich aber kompetent zu vermitteln, dass er die zusätzlich gewünschten Leistungen eintragen muss.

Diese Methode lässt sich auch bei Mitarbeiterentwicklungsgesprächen gut einsetzen. Machen Sie den Mitarbeitern klar, dass die Leistungsangebote und deren Verkauf ein wichtiges Handwerkzeug in der täglichen Arbeit sind. Um einen einheitlichen Wissensstand zu erreichen, sollte klar formuliert werden, welche Leistungen der Kunde zu bezahlen hat und welche nicht. Zudem sollten in regelmäßigen Abständen interne Fortbildungen zu diesem Thema angeboten werden.

Es macht Sinn einen Katalog zu erarbeiten, aus dem klar hervorgeht, was eine Service- und was eine Privatleistung ist. Schon im Aufnahmegespräch sollte dem Kunden dieser Leistungskatalog erläutert werden. Somit wird schon im Ansatz vermieden, dass es für die Mitarbeiter Unklarheiten bei den Eintragungen gibt.

Der nächste Schritt wäre es, den Mitarbeiter aus seiner über die Monate und Jahre gewachsenen „Betriebsblindheit“ heraus zu holen. Sich ständig wiederholende Abläufe beim Kunden werden nicht mehr in ausreichendem Maße reflektiert. Ein Lösungsvorschlag wäre die Fallbesprechungen so zu strukturieren, dass eine

Checkliste erarbeitet wird, in der alle Leistungen systematisch auf einen Erweiterungsbedarf abgefragt werden: Ist die Pflegestufe noch angemessen?, Sind die SGB V Leistungen ausreichend?, Wäre ein Antrag für zusätzliche Betreuungsleistungen angebracht? etc.. Durch die immer wiederkehrenden Strukturen bei einer Fallbesprechung, verinnerlichen die Mitarbeiter die Checkliste und somit das Leistungsangebot. Sie müssen sich gut informieren, um auf gezielte Fragen auch kompetente Antworten geben zu können.

Anhand dieser wenigen Beispiele lässt sich erkennen, wie viele Möglichkeiten es gibt, die Erlöse zu steigern und aus einer „guten Pflegefachkraft“ eine Mitarbeiterin zu entwickeln, die auch die betriebswirtschaftliche Anforderung erfüllt, Leistungen aktiv zu verkaufen. Pflegedienstinhaber und -geschäftsführer sollten sich bewusst machen, wie viel Geld sie durch unklare Strukturen und Unwissenheit der Mitarbeiter in ihren Einrichtungen „verschenken“. Es ist daher dringend anzuraten das Personal zu befähigen, alle Leistungsangebote detailliert zu vermitteln, um dann gezielt und kundenorientiert verkaufen zu können. //

## INFORMATION

Anne Tosch, Unternehmensberatung Wißgott, Fachberatung für die ambulante Pflege, Tel.: (0 51 43) 66 96 27, E-Mail: rw@uw-b.de