

Aus „heimlichen Leistungen“ tunlichst reguläre machen

Von Ralph Wißgott

Viele ambulante Dienste haben, was adäquate Kundenpflege angeht, enormen Nachholbedarf. Dabei winken jenen, die sich sorgfältig um jeden einzelnen Kunden kümmern, spürbar höhere Umsätze.

Winsen (Aller). Einerseits ist die Pflege produkttechnisch betrachtet ein Fluch – schließlich wünscht sich niemand, pflegebedürftig zu werden. Andererseits ist sie aber auch ein Segen – schließlich benötigt ein Pflegekunde in der Regel im Laufe der Zeit immer mehr Pflegeleistungen. Das weiß grundsätzlich jeder Pflegedienst, doch nutzen viele von ihnen dieses Wissen in der Praxis nicht systematisch.

Die Kennzahl, die darüber am besten Auskunft gibt, ist die durchschnittliche Pflegestufe. Hierzu werden einfach alle Pflegestufen addiert und anschließend durch die Zahl der Pflegekunden geteilt. Bis zu einer durchschnittlichen Pflegestufe von 1,5 besteht durchaus Verbesserungsbedarf, bei einem Wert von 1,6 bis zu 1,9 befindet sich ein Pflegedienst im Mittelfeld, die Top-Einrichtungen erreichen über 1,9.

Woran liegt das? Wie im Laufe dieser Serie bereits festgestellt, pflegen viele Pflegedienste ihre Kunden nicht ausreichend. Damit ist nicht die somatische Pflege, sondern die Kundenpflege gemeint. Wenn bekannt ist, dass der

Bedarf eines Pflegebedürftigen regelmäßig ansteigt, dann sollte jeder Pflegekunde regelmäßig auf eine mögliche Leistungserweiterung überprüft werden.

Kleine Bedarfsveränderungen fallen häufig nicht auf

Die allermeisten Pflegedienste favorisieren das Bezugspflegemodell. Das wollen die Kunden, das finden die Mitarbeiter gut, und auch der Medizinische Dienst der Krankenversicherung (MDK) verlangt es. So weit, so gut. Wenn aber immer die gleichen Mitarbeiter immer die gleichen Kunden versorgen, dann werden kleine Bedarfsveränderungen nicht auffallen. Am einfachsten bestätigt sich diese Tatsache, wenn Mitarbeiter eines Pflegedienstes Touren fahren, die sie schon seit einigen Monaten nicht mehr gefahren sind. Häufig fallen diesen Mitarbeitern die Veränderungen unmittelbar auf.

Wenn der Bedarf des Pflegekunden steigt, kann es einerseits sein, dass er unzufrieden ist, weil dieser Bedarf nicht gedeckt wird. Andererseits ist es aber auch möglich, dass er sich diesen Bedarf bereits von den Pflegekräften abdecken lässt. Diese geben das allerdings nicht immer weiter und möchten dennoch helfen – dadurch entstehen die so genannten „heimlichen Leistungen“.

Wenn nun eine Person (etwa ein Pflegeberater – siehe Teil 3 die-



Welche Leistungen will der Kunde eigentlich? Dies kontinuierlich nachzuhalten und Kundenpflege zu betreiben, fällt manchem Pflegedienst schwer.

Foto: Krüper

ser Serie in CARE konkret 12/2013 vom 22. März 2013) in regelmäßigen Abständen, wir raten zu einem Dreimonats-Rhythmus, im Rahmen einer tourenbegleitenden Pflegevisite den Bedarf der Kunden prüft, werden in vielen Fällen Leistungserweiterungen folgen. Damit einhergehen kann dann auch immer die Prüfung, ob eine höhere Pflegestufe gerechtfertigt ist. Denn je mehr Leistungen ein ambulanter Pflegekunde erhält, desto höher ist in der Regel die Pflegestufe.

Gerade die Höherstufung von der Pflegestufe I in die Pflegestufe II geht mit einem deutlich höheren Umsatzpotenzial umher (450

zu 1100 Euro bzw. 665 zu 1250 Euro). Es kann sich also richtig lohnen, regelmäßig alle Pflegekunden auf Bedarfsveränderungen zu überprüfen.

Pflegekunden sollten in jedem Quartal überprüft werden

Daraus ergeben sich drei weitere Kennziffern, die monatlich erhoben werden sollten:

- die Anzahl der „Pflegevisiten“,
- die Anzahl der Höherstufungen sowie
- die Anzahl der Pflegeerweiterungen.

Hier ist ein externer Benchmark nicht machbar, da Pflegediens-

te unterschiedliche Größen und Kundenstrukturen aufweisen.

Ziel sollte es sein, alle Pflegekunden quartalsweise zu überprüfen. Die vorgenannten Kennzahlen lassen sich in ein Verhältnis setzen, sodass ein Vergleich mit anderen Einrichtungen möglich wird. Wenn sich etwa aus 50 Pflegevisiten 30 Leistungserweiterungen ergeben, bedeutet das eine Quote von 60 Prozent. Wenn daraus nun noch fünf Höherstufungen folgen, so wäre das eine Quote von 10 Prozent bezogen auf die 50 Visiten.

Pflegedienste, die ihre Kunden nicht nur somatisch pflegen, generieren einen deutlich höheren Umsatz als jene, die keine Kundenpflege betreiben. Vergessen werden sollten auch nicht die reinen Behandlungspflegekunden, diese werden oftmals nicht mit einem Pflegevertrag aufgenommen und nicht visitiert. Hier schlummert in der Regel ein zusätzliches Umsatzpotenzial. //

INFORMATION

Diese Serie wird betreut von der Unternehmensberatung Wißgott, Fachberatung für die ambulante Pflege, Getreide-ring 3, 29308 Winsen (Aller), Tel. (0 51 43) 66 96 27, rw@uw-b.de, www.uw-b.de Auf der Homepage werden nach und nach sämtliche Folgen dieser Serie zu finden sein.