

## Freundlich und einheitlich

### Weiche Faktoren beeinflussen den wirtschaftlichen Erfolg, Teil 1

Eine Veröffentlichung im Rahmen von PDLpraxis in der Fachzeitschrift „Häuslichen Pflege“ des Vincentz-Verlag, Hannover - von Thomas Sießegger

Bei dem hier vorgestellten Beitrag handelt es sich um die „Rohversion“ des Beitrags, d.h. der Text wurde von der Redaktion Häusliche Pflege noch überarbeitet. Insofern muss dieses Manuskript nicht exakt mit der Veröffentlichung übereinstimmen: Die Titel sind anders und in den meisten Fällen wurden die Beiträge etwas gekürzt. Die Original lesen Sie bitte in der Häuslichen Pflege.

Ganz klar bestimmt die Personal-Einsatz-Planung die Effizienz eines Pflegedienstes.

Hier steht überwiegend die Kostenoptimierung im Vordergrund. Lediglich im Rahmen des Erstbesuches und durch stetige konsequente Pflegevisiten können die Erlöse gesichert oder gesteigert werden.

Die tägliche Effizienz läßt sich somit auch durch Zahlen, Statistiken und Kennzahlen messen.

Der Beratungsalltag zeigt jedoch, daß es auch noch andere wichtige Einflußfaktoren gibt, die zum Erfolg eines Pflegedienstes maßgeblich beisteuern. Diese „weichen“ Einflußfaktoren beeinflussen meist die Umsatzseite des Pflegedienstes, können also dazu beitragen im Rahmen der Personal-Einsatz-Planung und der Erstgespräche mehr Leistungen zu verkaufen und überhaupt, mehr Patienten zu akquirieren.

Das Schwierige an diesen Punkten ist,

1. daß sie schwer zu messen sind, denn wie mißt man z.B. die Freundlichkeit oder das angemessene Erscheinungsbild einer PDL?
2. und daß sie (leider) auch schwer zu erlernen sind. Anders als Techniken oder Kalkulationen kommt es hier oft mehr auf das Zwischenmenschliche an, auf die notwendige Sensibilität und auf Fingerspitzengefühl.

Deshalb gehören diese nun in einer Checkliste angeführten Punkte trotzdem zu einer betriebswirtschaftlichen Betrachtung eines Pflegedienstes.

#### 1 Freundlichkeit und Äußeres der PDL (und auch der Mitarbeiter)

Ja. Leider? Es gibt ganz klare Hinweise darauf, daß sich Kunden deshalb für oder gegen einen Pflegedienst entscheiden, weil das Äußere, das Erscheinungsbild der PDL und der Pflege-Mitarbeiter einen *entscheidenden* Einfluß auf die Inanspruchnahme der Leistungen hat.

Nicht dick oder dünn, jung oder alt, sondern angemessen sollte das Erscheinungsbild sein, und freundlich. Am besten sollten die Mitarbeiter weiß gekleidet sein, und einheitlich, um den Wiedererkennungswert zu sichern.

Eine PDL im Minirock kommt meist auch nicht so gut an, wie eine seriös auftretende angemessen angezogene PDL.

Einheitlichkeit und Sauberkeit gilt natürlich auch im Kontext mit dem Erscheinungsbild der Autos.

## 2 Einheitlicher Fuhrpark

In Befragungen wird deutlich, daß auf das Äußere der Fahrzeuge der Mitarbeiter von Seiten der Kunden Wert gelegt wird.

Einheitliche Dienstwagen sind besser als dienstlich genutzte Privatwagen der Mitarbeiter.

Weiterhin sollten nicht in kurzen Abständen das Fabrikat der Fahrzeuge, das Modell, die Farbe, die Schrift, das Logo und andere Äußerlichkeiten der Fahrzeuge gewechselt werden.

Konstanz ist hier auf jeden Fall für die Wiedererkennung von großer Bedeutung.

## 3 Der Bekanntheitsgrad der PDL

Akquise wird gefördert durch Personifizierung der PDL. Die Kunden kennen gerne „den Chef“.

In besonderem Maße geeignet sind hier beispielsweise Aktivitäten in folgenden Bereichen geeignet, um den Bekanntheitsgrad zu fördern:

- Regelmäßige Besuche bei den Ärzten und im Krankenhaus
- Aktivität in einer politischen Partei  
[wobei dies erfahrungsgemäß abhängig ist von der jeweiligen Regierungspartei, und in Wohlfahrtsverbänden auch von der Sichtweise des Vorstandes]
- Engagement in der Kirchengemeinde und entsprechenden Gemeindefesten
- Teilnahme an Altennachmittagen
- regelmäßige Treffen mit dem Bürgermeister oder anderen Herren der Politik
- „Gesehen werden“ in der Stadt, d.h. es ist besser, wenn die PDL im gleichen Ort wohnt, wo auch der Pflegedienst ansässig ist.

## 4 Konsequente Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitsarbeit sollte nicht nur betrieben werden, wenn die Umsätze sinken oder die Patientenzahlen stagnieren, sondern Öffentlichkeitsarbeit bedeutet die geplante ständige Kommunikation mit den Entscheidern über die Inanspruchnahme von Pflege. Im weitesten Sinne ist die ein Teil des Marketing und bedeutet eine langfristige Planung derselben. Die Effizienz bzw. die Ergebnisse einer Öffentlichkeitsarbeit (die „ankommt“) sind schwer meßbar, allenfalls durch eine Befragung zu bewerten. Öffentlichkeitsarbeit geht natürlich auch einher mit der Person der PDL und Ihrem Bild in der Öffentlichkeit.

## 5 Gute und ständige Kontakte zu Ärzten

Ärzte sind quasi „Zulieferer“ von Kunden. Noch immer sind die Meinungs-prägend und von großer Bedeutung für den Großteil Bevölkerung, die „Götter in weiß“.

Es ist also durchaus ratsam, sich mit den Ärzten gut zu verständigen, was in vielen Fällen aber nicht einfach ist und an die Grenzen des Zumutbaren stößt. Die Grenze ist zu ziehen, wo ein Pflegedienst mißbraucht wird, um die weniger lukrativen Tätigkeiten zu übernehmen, oder wo nur verwaltungsaufwendige Aufgaben dem Pflegedienst übertragen werden.

Auf jeden Fall aber sollten Sie als PDL regelmäßige persönliche Kontakte zu den wichtigsten Ärzten pflegen.

## 6 Das „Klima“ in der Einrichtung und die Krankheits-Quote

Das „Klima“ kann durch einfache Dinge verbessert werden:

- Kostenfreie Getränke für die Getränke, damit sie sich gerne in den Räumen des Pflegedienstes aufhalten.
- freundliche ansprechende Farben in den Räumen des Pflegedienstes
- Raucherräume und v.a. rauchfreie Zonen
- Parkplätze in der Nähe des Pflegedienstes
- Reduktion der Verwaltungsarbeit auf das Notwendige, denn das mögen Pflege-Mitarbeiter nicht gerne.
- großzügiger Umgang (für die Mitarbeiter) in der Nutzung des Telefons bei der Arbeit (Telefonieren ist heutzutage so günstig, daß es keine Rolle mehr spielen sollte, hier übermäßig auf die Kosten zu achten)

Schwieriger ist es, immer den richtigen Ton gegenüber den Mitarbeitern (und Kunden) zu treffen, die Mitarbeiter angemessen zu führen.

Die Mitarbeiter-Führung ist natürlich ein großes, eigenes Thema für sich und trägt maßgeblich zum Klima bei, wie z.B. regelmäßige Mitarbeiter-Feedback-Gespräche.

## **7 Der Stil der Führung: Klare Strukturen und Vorgaben sind besser als Laissez-faire**

Geben Sie den Mitarbeitern klare Regeln. Sie müssen wissen, in welchem Rahmen sie (frei) agieren können und an welche Regeln sie sich andererseits halten müssen.

Das bedeutet:

- Vorgabezeiten für Leistungen, Patienten,
- Einsatzpläne,
- exakte Uhrzeiten, die einzuhalten sind,
- Leistungsnachweise die zu bestimmten Zeitpunkten abgegeben werden müssen,
- Arbeitszeitznachweise, die bis zum ... abgegeben werden müssen
- Regelung, wer zu den Dienstbesprechungen erscheinen soll und welche Mitarbeiter nicht
- Regelungen für den Beginn und das Ende der Arbeitszeiten

usw.

Klare Regeln bedeutet auch, diese zu kontrollieren. Wo keine Kontrolle, werden Regeln auch nicht ernst genommen.

Es zeigt sich in der Praxis, daß klare Regeln einen wichtigen Beitrag liefern zur Zufriedenheit und Sicherheit im Handeln der Mitarbeiter. Sie wissen woran sie sind.

## **8 Öffnungszeiten - und die persönliche Erreichbarkeit sicherstellen**

Wann kann ich eine Person im Pflegedienst persönlich antreffen?

Wann ist die Verwaltungskraft vor Ort, wann die PDL?

Anrufweitzerschaltungen sind auf jeden Fall besser als Anrufbeantworter. Viele Menschen legen den Hörer auf, wenn ein Anrufbeantworter anspringt.

Ich möchte als Kunde mein Anliegen vorbringen wollen. Vor allem ältere Menschen legen auf, wenn sie vom Automaten gefragt werden, ob sie dieses oder jenes wünschen und dann erst eine entsprechende Taste drücken müssen.