

Es reicht, wenn die Pflege gut beraten kann

Von Andreas Heiber

Immer häufiger taucht in der Häuslichen Pflege das Wort „Verkaufen“ auf. Es geht zunehmend um „Verkaufskompetenz“, um „Verkaufstraining“ und ähnliches. Die Pflege tut sich schwer damit, etwas „verkaufen zu müssen“, gleichzeitig fragen viele nach dem besten Weg des Verkaufens. Allerdings, auch das ist widersprüchlich, haben immer noch sehr viele ambulante Dienste keine Privatpreisliste, sondern bieten zunächst nur Leistungen der Kranken- und Pflegeversicherung an.

Worum geht es eigentlich? Die Pflegeversicherung finanziert seit Beginn an nur eine Teilversorgung, einen Zuschuss zum insgesamt notwendigen Pflege- und Betreuungsbedarf. Der Rest ist Eigenanteil. Ein Eigenanteil der Pflegebedürftigen, fälschlicherweise auch als Zuzahlung bezeichnet, war schon immer systembedingt normal und ist es auch heute noch. Allerdings wurde dies oft genug nicht von Anfang an gesagt oder an-

derweitig kaschiert. Da der wirtschaftliche Druck immer weiter zunimmt, wird nun die Lösung über das „Verkaufen“ gesucht, und die Pflegekräfte werden zu Verkäufern ausgebildet.

Seit die Ärzte zunehmend auf IGEL-Leistungen setzen (privat zu berechnende Zusatzdienstleistungen), schwindet das Vertrauen in die Ärzte, denn der Patient fragt sich immer öfter, für wen der Therapievorschlag des Arztes die richtige Medizin ist: für ihn oder doch (nur) für den Arzt. Gleiches gilt für die Pflege, da die Grundlage jeder Pflegesituation Vertrauen ist. Wenn dieses Vertrauen dadurch strapaziert wird, dass der Pflegekunde Angst bekommt, ihm würde etwas verkauft, wird der Pflegekunde den Pflegedienst wechseln.

Andererseits wird die Pflege oft genug um Rat und Vorschläge gefragt. Allein durch eine gute Beratung lassen sich Pflege- und Betreuungsleistungen besser verkaufen. Ein guter Berater wird alle sinnvollen Leistungen

und Möglichkeiten aufzeigen und dem Kunden die Auswahl und Entscheidung überlassen. Er wird auch dafür sorgen, dass der Kunde keine Leistungen wählt, die er nicht braucht oder die ihm nichts bringen. Wenn allerdings die Pflegekräfte über Anreizsysteme am Verkauf von Leistungen beteiligt werden (z.B. über den Umsatz), dann geht die Beraterrolle schrittweise verloren. Dies wäre dauerhaft für alle Seiten der falsche Weg.

Es reicht, wenn die Pflege gut beraten kann und der Pflegedienst auch eine vollständige Produktpalette anzubieten hat (einschließlich Privatleistungen). Ein Blick auf die noch sehr geringe Inanspruchnahme von Leistungen der Verhinderungspflege nach § 39 SGB XI zeigt, dass es hier noch viel Beratungsbedarf auch für die Pflegedienste gibt. Eher fragwürdig wird es, wenn die Pflege der erweiterte Außendienst beispielsweise des Sanitätsfachhandels wird und sich das Verkaufen in den Vordergrund drängt.