

Mehr als „satt und sauber“

Den tatsächlichen Wert der Pflege erkennen und deutlich machen

Der eigentliche Wert der Pflege entsteht nicht (bzw. nicht nur) durch die gute Versorgung, sondern im Wesentlichen aus der dabei entstehenden Beziehung. Bei der Grundpflege geht es eben um mehr als um Satt und Sauber, es entsteht zwangsläufig mehr als nur ein gewaschener Körper. Durch die entstehende Nähe unterscheidet sich die Pflege von anderen Hilfguppen wie beispielsweise den Ärzten, die schon allein aufgrund ihres Status Abstand produzieren. Selbst bei der klassischen Teampflege, bei der mehrere Mitarbeiter im Wechsel den Pflegekunden betreuen, entsteht in der Regel so viel Kontinuität, das Vertrauen geschaffen wird. Und dann kommt der Sohn und sagt: „das ist aber teuer“ und „Mehr wird zu teuer, wir müssen dann wechseln“.

Zu oft verstehen es Pflegekräfte dann nicht, den tatsächlichen Wert ihrer Pflege deutlich zu machen. Natürlich können andere Pflegekräfte auch waschen, etc. .Aber was ist mit der Eingewöhnung aller Beteiligten aufeinander, was ist mit der Erfahrung, die erst mit der Zeit entstehen kann, alles das geht bei einem Wechsel verloren.

Wie schafft man es praktisch, Wechselwillige vom Wechsel abzuhalten? Die sicherlich schlechtere Strategie: „Wie können Sie nur? Und ich habe noch letztes Jahre etwas von meiner Weihnachtsgans für Sie mitgebracht!!!“ Die natürlich vorhandene Verletzung (und evtl. die Angst um den Arbeitsplatz) sind wahrscheinlich wirklich vorhanden, aber mit Sicherheit entsteht damit keine erfolgreiche Strategie.

Besser ist es, den wechselwilligen Pflegekunden zu überraschen: „Das ist kein Problem, Sie haben ja das Recht dazu den Pflegedienst zu wechseln. Haben Sie schon einen anderen gefunden? Ich kann Ihnen sonst eine Preisvergleichsliste mitbringen, da stehen alle Pflegedienste drin. Ich kann es verstehen, 50,- € sind viel Geld, wenn das der Preisunterschied ist.“

Oft sind sich die Kunden gar nicht darüber bewusst, was ein Wechsel tatsächlich bedeutet. Daraus können Argumente für den eigenen Pflegedienst entstehen, die man auch darstellen sollte.

- „Natürlich können Sie jeden Pflegedienst in dieser Liste nehmen, sie erfüllen alle den gleichen Versorgungsvertrag wie wir und somit die gleichen Qualitätsanforderungen.
- Sicherlich werden Sie von Ihrem neuen Pflegedienst auch um 8.00 Uhr versorgt wie jetzt, obwohl, meist ist das natürlich sehr schwer, weil alle Pflegekunden um 8.00 versorgt werden wollen und Neukunden dann meist ungünstigere Zeiten bekommen müssen!
- Natürlich ist jeder Pflegedienst 24 Stunden erreichbar, nicht nur über Anrufbeantworter!
- Natürlich bringt Sie jeder Pflegedienst auch um 23.00 Uhr ins Bett, er ist ja dazu verpflichtet!
- Natürlich hat jeder Pflegedienst seine Qualitätssicherung und macht Pflegevisiten!
- Natürlich können Sie bei jedem Pflegedienste Einsätze auch sehr kurzfristig absagen!
- Natürlich macht jeder andere Pflegedienst auch das eine oder

andere mit, was wir immer als Serviceleistung für Sie kostenfrei erbracht haben!

- ...“

Je normaler man das eigene Profil darstellt, um so schwieriger wird die Messlatte für die möglichen Nachfolger: der Pflegekunde wird genau solche Fragen an die andere Pflegedienststelle stellen und oftmals bemerken, dass es doch Unterschiede gibt.

Ob sich die daraus resultierende Umstellung für den Kunden dann ‚rechnet‘, wird erst deutlich, wenn die Unterschiede klarer werden.

Ein weiterer eigentlich selbstverständlicher Aspekt sollte noch erwähnt werden: Es kommen natürlich neue Pflegekräfte, die sich erst wieder einarbeiten müssen; nahtlos geht keine Pflege in die nächste über. Oft ist dies aber weder den Pflegekunden noch den Angehörigen klar. Sie mögen aus dem einen oder anderen Grunde bzw. aus finanziellen Gründen unzufrieden sein,

aber was dann kommt ist unbekannt und erfordert wieder Zeit und Aufwand.

Ob sich dies dann rechnet, ist fraglich. Pflege ist ein Vertrauensgeschäft: gute Pflege spricht sich ebenso herum wie schlechte Pflege. Eine Marke (wie beispielsweise DRK, DW, bpa) kann helfen, muss aber nicht. Der lokale ‚Ruf‘ des Pflegedienstes zählt. Im Regelfall immer mehr als allein der Preis.

Es gibt in jedem Bundesland viele Beispiele, dass allein der Preisunterschied nicht entscheidend ist. Oft kann es sogar so sein, dass bewusst teurere Pflegedienste gewählt werden, weil man dann denkt: „Wenn die teurer sind, sind die auch besser! Sie bekommen ja mehr Geld und haben dann vielleicht auch mehr Zeit.“

Dauerhaft können auch Effekte entstehen wie: „Wenn die so billig sind, das kann das nichts sein!“

Veröffentlicht in:

PDL Praxis, Häusliche Pflege, Ausgabe 06/2004

© **Andreas Heiber**

System & Praxis Andreas Heiber

Platzstraße 49a, 33611 Bielefeld

Tel. 0521/801 8247, Fax: 0521/801 8248

E-mail: Heiber@SysPra.de; www.SysPra.de