

Angebote mit Erlebnischarakter

Kunden mit Gutscheinen den Wert von Privatleistungen verdeutlichen

Das Thema „Service-Leistungen und Privatleistungen“ ist auch hier schon ausführlich thematisiert worden und ist in der Praxis inzwischen angekommen. Immer mehr Pflegedienste bieten nun auch Privatleistungen konkret an, meist mit einem Privatleistungskatalog (zur neusten Variante auf der Basis einer Guthabekarte „Ihre Zeit“ siehe auch Häusliche Pflege 4/2005.)

Oft genug ist es jedoch noch schwer, Privatleistungen tatsächlich zu verkaufen. Die (subjektive) Klage über zu wenig Geld dominiert solche Gespräche/Anfragen. Dabei ist, glaubt man den aktuellen Statistiken, bei den meisten älteren Bürgern durchaus genug Geld vorhanden, um sich beispielsweise pro Monat für 50 Euro Privatleistungen zu kaufen. Nur wird das Geld eben nicht für Pflege- oder Betreuungsleistungen ausgegeben, sondern für anderes oder oft auch gar nicht.

Wie kann der Pflegedienst ‚Brücken‘ bauen, um den Wert von Privatleistungen seinen Kunden zu verdeutlichen: dabei geht es nicht um den Wert für den Pflegedienst (mehr Umsatz), sondern vor allem um den Mehrwert für den Kunden: Gewinnung oder/und Rückgewinnung von Lebensqualität.

Ein guter Weg, dieses neue Stück Lebensqualität kennen zu lernen, können Gutscheine sein, wie sie schon einige Pflegedienste erfolgreich einsetzen: Der Pflegedienst verschenkt an bestimmte Kunden oder Interessenten Gutscheine für konkrete Dienstleistungen wie beispielsweise:

- eine Stunde Spazieren gehen/Ausflug
- ein gemeinsamer Einkauf
- ein Wohlfühlbad
-

Löst der Kunde den Gutschein ein, erlebt er diese für ihn neue Dienstleistung konkret. Der Weg zu Anschlussleistungen ist dann meist nicht mehr weit. Die über Gutscheine angebotenen Privatleistungen sollten so attraktiv sein, also ‚Erlebnischarakter‘ haben, dass auch der Kunde diese positiv bewerten kann. Ein Gutschein über eine „Hilfe beim Toilettengang“ wird in den meisten Fällen keine Nachfolgaufträge auslösen, ein erholsamer Spaziergang in der Sonne allerdings schon sehr viel eher.

Eine weitere Zielgruppe für Gutscheine sind auch die Pflegepersonen: hier könnten auch Themen wie Pflegetechniken angeboten werden, auch wenn es hierfür meist noch andere Finanzierungsgrundlagen über das SGB XI oder SGB V gibt. Aber der Zugang über einen Gutschein ist immer positiv besetzt: Der Gedanke: „Ich bekomme etwas vom Pflegedienst geschenkt!“ bleibt dann in Erinnerung, selbst wenn die nachfolgenden Schulungseinheiten dann die Pflegekasse übernimmt.

Für die Pflegepersonen kann ein Gutschein auch der Einstieg in Entlastung sein: Beispiel Beratungsbesuche nach § 37.3 SGB XI: Beim Besuch ist erkennbar, dass die Tochter durchaus schon am Rande ihrer Fähigkeiten arbeitet, trotzdem aber die Betreuung nicht aus der Hand geben will oder soll. Ein Gutschein über eine Stunde Betreuung wäre somit erst einmal ein Geschenk für die Tochter, die dann mit gutem Gewissen und ohne weitere Kosten einmal frei hat. Dieses dann (hoffentlich auch) positive Erlebnis kann dauerhaft beispielsweise über Verhinderungspflege (§ 39 SGB XI) oder über Kombinationsleistung § 38 SGB XI fortgesetzt werden. Je nie-

derschwelliger der Einstieg ist, um so leichter wird es, sich an den „Luxus“ der neu gewonnenen Freiheit zu gewöhnen und sich diese gönnen und damit einzukaufen.

Gutscheine für Privatleistungen kann der Pflegedienst auch zu klassischen Anlässen wie Geburtstagen, Jahrestagen, aber auch nach der erfolgreichen Klärung von Beschwerden einsetzen. Natürlich könnten Gutscheine auch verkauft werden, damit die Enkel mal ein besseres Geschenk haben als nur die klassische Flasche Eierlikör (siehe auch Guthabekarte).

Praktisch sollten die Gutscheine immer neben dem Logo/Anschrift der Einrichtung die konkrete Leistung mit Beschreibung und Begrenzung (z.B. Zeiteinheit) enthalten. Sie sollten evtl. nummeriert werden, um möglichen Missbrauch auszuschließen. Auf jeden Fall sollten sie ein Gültigkeitsdatum enthalten, um sie zeitlich zu beschränken. Diese zeitliche Beschränkung sollte jedoch recht großzügig ausgelegt sein, nicht nach dem Motto: „nur diese Woche gültig“!

Ein Beispiel für Gutscheine finden Sie im Downloadbereich bei Vincentz.net oder im Archiv bei Syspra.de.

Veröffentlicht in:

PDL Praxis, Häusliche Pflege, Ausgabe 06/2005

© **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