

Vertragsgespräche – Teil 1: die veränderte Ausgangslage

Die neue Serie befasst sich mit den Voraussetzungen und dem Führen von Vertragsgesprächen. Sie basiert auf dem Buch „Vertragsgespräche erfolgreich führen“, das in neuer Auflage im Frühjahr 2024 beim Vincentz Network erscheint.

Betrachtet man die Entwicklung in der Pflege, dann sind die Aussichten für die ambulanten Pflegedienste relativ positiv: die Anzahl der Pflegebedürftigen wächst, und damit auch die Anzahl derjenigen, die zuhause versorgt werden und in welchem Umfang auch immer Hilfestellungen durch Pflegedienste benötigen (und seien es die verpflichtenden Beratungsbesuche). Die Zahl der Pflegebedürftigen, die vollstationär versorgt werden, ist seit Jahren relativ konstant, wenn man die Zahlen der Bundespflegestatistiken zugrunde legt. Und das bei einer durchschnittlichen Auslastung der Pflegeheime von ca. 90 % (an fehlenden Plätzen kann es insgesamt betrachtet nicht liegen!).

Zwar gibt es nun jedes Jahr mehr Pflegedienste, aber gleichzeitig nimmt die rechnerische Anzahl der ambulant versorgten Pflegebedürftigen pro Pflegedienst immer weiter zu: rechnerisch waren das nach der Bundespflegestatistik 2021 271 Pflegebedürftige pro Pflegedienst.

Der limitierende Faktor ist auch in der ambulanten Pflege das Personal: bedingt durch die demografische Entwicklung wird die große Menge der sogenannten „Babyboomer“ schrittweise in den Ruhestand gehen, aber die nachfolgenden Generationen sind nicht mehr so groß, so dass dauerhaft Menschen fehlen werden.

Das ist in wenigen Worten beschrieben die Ausgangslage!

Was bedeutet das für die Auswahl und die Neuaufnahme von Pflegekunden?

Pflegedienste müssen und können viel sorgfältiger aussuchen und entscheiden, welche Neukunden sie aufnehmen. Und damit ich nicht falsch verstanden werde: es geht hier nicht um die Suche nach den scheinbar lukrativen Kunden mit viel Umsatz im Sinne einer Rosinenpickerei. Wobei bei näherem Hinsehen sich oft solche Kunden als weniger wirtschaftlich erweisen als man gedacht oder geplant hatte!

Es geht bei der Neuaufnahme von Kunden vielmehr darum, zielgerichtet diejenigen zu versorgen, die gut erreichbar sind (kurze Wegezeiten) und in die vorhandenen Touren passen. Dabei spielt der Umsatz pro Einsatz oder pro Kunde keine Rolle, weil er kein objektiver Gradmesser für die Wirtschaftlichkeit ist! Denn die Frage stellt sich immer, wie viel Aufwand man betreiben muss und der ist nicht mit dem Umsatz messbar. Ein Beispiel: Ein Pflegebedürftiger mit Pflegegrad 2 wünscht nur allein eine Große Morgentoilette ohne weitere Leistungen, weil er nur jemand benötigt, der beim Duschen aufpasst (Unsicherheit beim Gleichgewicht etc.). Der Pflegebedürftige wartet schon weitgehend ausgezogen im Badezimmer und nach dem Duschen will er sich dann auch allein in Ruhe anziehen. Dann ist trotz des relativ geringen Umsatzes diese Leistung wirtschaftlicher (schneller) zu erbringen als bei einem anderen Kunden mit Pflegegrad 4, der zur Großen Morgentoilette noch Transfer, Toilettengang und Haarpflege benötigt, aber alle Leistungen komplett von der Pflegekraft übernommen werden müssen. Der Umsatz ist zwar deutlich höher, aber der Arbeitsaufwand (Zeit) ebenso.

Es geht also nicht darum, möglichst viele Leistungen zu ‚verkaufen‘! Daher werden für die Vertragsgespräche auch keine reinen ‚Verkäufer‘ benötigt, sondern qualifizierte Beratungskräfte, die differenzieren können, was sinnvoll ist und tatsächlich benötigt wird. Kennzahlen wie „Umsatz pro Pflegekunde“ oder „Ausnutzung Pflegesachleistungen pro Pflegegrad“ gehören schon lange aussortiert.

Vertragsgespräch trennen!

Faktisch und praktisch muss man beim ersten Besuch des zukünftigen Kunden trennen zwischen dem **Vertragsgespräch** und dem evtl. dann folgenden pflegerischen **Erstgespräch**.

Im Vertragsgespräch bespricht man die geplanten Leistungen, erstellt eine Kostenvoranschlag und der Kunde (aber auch der Pflegedienst) entscheidet, ob er den Vertrag abschließen und sich vom Pflegedienst versorgen lassen will. Wenn dies der Fall ist, dann kann (im gleichen Besuch oder später) das pflegerische Erstgespräch mit der Vorbereitung der Pflege, der Organisation von Pflegehilfsmitteln etc. erfolgen.

Es kann sein, dass man im Vertragsgespräch feststellt, dass kein Pflegevertrag zustande kommt. Dann ist dieser Besuch für den Kunden kostenfrei gewesen, aber der Pflegedienst hat auch keinen Vertrag abgeschlossen oder einen Kunden bekommen, der nicht ‚passt‘. Daher muss der Zeitaufwand für das Vertragsgespräch überschaubar sein, was sich mit einem strukturierten Vorgehen gut umsetzen lässt.

Veröffentlicht in:

PDL Praxis, Häusliche Pflege,
Ausgabe 02/2024

© **Andreas Heiber**

System & Praxis Andreas Heiber

Platzstraße 49a

33611 Bielefeld

Tel. 0521/801 8247

Fax: 0521/801 8248

E-Mail: info.heiber@SysPra.de;

www.SysPra.de

Tipp:

Die Neuaufnahme von Kunden ist eine Leitungsaufgabe! Primär sollten die Leitungskräfte die Gespräche übernehmen und durchführen, die dann auch die Tourenplanung erstellen. Denn so haben diese Mitarbeitenden einen konkreten Eindruck vom Pflegebedürftigen, seinen Angehörigen und der Gesamtsituation und können diese besser einschätzen als wenn das Vertragsgespräch von einem anderen Mitarbeitenden durchgeführt wird und ein „Stille-Post-Effekt“ durch mehrfaches „Weitersagen“ entsteht!

Auch für die weitere Entwicklung der Versorgungszeiten und damit der Rückmeldungen im Soll-Ist-/Abgleich der Tourenplanung hilft es ungemein, wenn die Tourenplaner/innen den Kunden selbst kennengelernt haben. Bei größeren Trägerschaften muss nicht die PDL (allein) die Vertragsgespräche übernehmen, es könnten dann auch die entsprechenden Teamleitungen oder Einsatzplaner/innen rausfahren.

Und natürlich müssen die Mitarbeitenden, die die Vertragsgespräche führen, das aktuelle Beratungswissen rund um die Pflegeversicherung (Einstufung, Leistungen etc.), die Krankenversicherung sowie die Sozialhilfe kennen und vermitteln können!