

PREISGESTALTUNG

„All-inclusive“ in der Physiotherapie??

von Anna von Eisenhart Rothe M.A., Dipl.-Betriebswirtin, Regensburg

■ Kennen Sie das? Im Freundeskreis erzählt am Wochenende jemand von seinen körperlichen Beschwerden und als engagierter Therapeut schreiten Sie samstagsabends um 21 Uhr umgehend zur Tat. Sie behandeln mindestens 45 Minuten und kehren anschließend in die Gruppe zurück, die inzwischen fröhlich weitergefeiert hat. Als erstes kommt dann der Satz „Und? Schmerzen weg? War noch was zu retten?“ und als zweites „Oh Mann, das wird teuer mit Wochenend- und Nachtzuschlag.“ Wird es wirklich teuer? Lassen Sie sich Serviceleistungen extra vergüten? Nein? Das sollten Sie aber! ■

Hauptleistung oder Serviceleistung?

Zuschläge, die im normalen wirtschaftlichen Miteinander normal sind, gelten bei Physiotherapeuten in der Regel nicht und das, obwohl die „Kunden“ damit rechnen und einen Zuschlag auch angemessen fänden. Doch das tun wir nicht – egal zu welcher Tageszeit und an welchem Wochentag wir tätig werden. Dabei wäre es so einfach – und ist nur logisch – eine zusätzliche Serviceleistung, die außergewöhnlich ist, sich gesondert vergüten zu lassen.

Begrifflich gibt es im Dienstleistungsbereich die Unterscheidung zwischen Hauptleistung und Serviceleistung. Die Serviceleistung wird direkt aus der Hauptleistung abgeleitet – sie ist ebenfalls eine Dienstleistung, stellt aber nicht den Kern des Produkts dar.

■ Beispiel

Bei Ihren Patienten ist häufig Physiotherapie – sprich KG – die verordnete Einzelbehandlung die Hauptleistung. Als Serviceleistung kann KG-Gerät zusätzlich von Ihnen als Ergänzung der Hauptleistung in Ihrer Praxis kostenfrei oder kostenpflichtig angeboten werden. Ist hingegen vom Arzt KG-Gerät verordnet, so stellt KG-Gerät die Hauptleistung und nicht die Serviceleistung dar.

Serviceleistungen sind mehrheitlich immateriell und integrativ und stellen eine Nutzwertsteigerung der Hauptleistung dar, das heißt, der Mehrwert, die Intensität oder die Vertiefung der Hauptleistung nimmt durch das zusätzliche Angebot der Serviceleistung zu. Das trifft auf folgende Mehrleistungen in der Physiotherapie zu:

- Wärme- oder Kälteanwendung wie Fango, Eisanwendungen etc., auch wenn nicht verordnet, aber fachlich in dieser Therapieeinheit sinnvoll
- Anbringen eines Tapes, wenn akut vonnöten, zum Beispiel bei einer frischen Verletzung
- Beratung der Gestaltung des Arbeitsplatzes während der Behandlung
- Beratung bei geplantem Kauf von neuen Matratzen, Sportgeräten, Sportschuhen usw., wenn Patienten darum bitten



Kunden/Patienten sind Zuschläge gewohnt

Serviceleistungen steigern den Wert der Hauptleistung

- Fachinformationen über Hilfsmittelversorgungen wie zum Beispiel Nackenkissen, Schuheinlagen
- Weitergabe des Wissens bezüglich Ernährung und Nahrungsergänzungsmitteln
- Hinweise und Tipps zu Naturheilverfahren
- Aushändigen von Infoblättern zu Krankheitsbildern
- Ausleihen zum Ausprobieren von Hilfsmitteln wie Keilkissen, Autokissen, Pezzibällen oder Sport-/Trainingsgeräten
- Kopieren von Fachartikeln, Studienergebnissen etc. zum Mitnehmen im Wartezimmer
- Kopieren von Rechnungen und Rezepten auf die Bitte der Patienten hin
- Info-Weitergabe über andere Therapieformen, Therapeuten, Adressen etc.
- Gespräche, Beratung am Telefon, wenn Patienten außerterminlich anrufen

Die Vielzahl der Möglichkeiten ist groß und beinhaltet sowohl therapeutische Interventionen und Beratungsleistungen als auch „Rezeptionsleistungen“ als klassischen Service.

Sie entscheiden, wie Sie wahrgenommen werden wollen

Lernen Sie von
den Ärzten!

Wie so vieles, ist die Frage, ob Sie die genannten Serviceleistungen gesondert in Rechnung stellen wollen oder nicht, eine Frage Ihres Praxisimages. Wie Sie von Ihren Patienten wahrgenommen werden wollen, entscheiden Sie mit Ihrer Preispolitik (als einem Teil des Praxismarketings) wesentlich mit. Ärzte bieten zeitaufwendige Zusatzleistungen als IGe-Leistungen (IGeL) selbstverständlich als kostenpflichtig an. Jeder Patient erhält ein Informationsblatt über alle angebotenen Zusatzleistungen, kann die Preisliste einsehen und wählt, was er will. Warum nicht auch in Physiotherapiepraxen?

Finden Sie heraus,
was an Ihrem
Standort eine
Leistung wert ist

Was wir dafür brauchen sind sogenannte Nutzenpreise! Sie ergeben sich aus der Nutzenvorstellung und der Preisbereitschaft der Nachfrager und müssen im Rahmen von Preisverhandlungen oder durch Preistests mit entsprechenden Preis-Ober- und -Untergrenzen ermittelt werden. Diese Kundennutzenrechnung basiert auf der Ermittlung der möglichen oder tatsächlichen Wertschätzung – dem sogenannten Customer Value. Menschen haben mehrheitlich das gesunde Bedürfnis, wenn sie etwas bekommen auch entsprechend angemessen zurückzugeben.

Interessante Versuche dazu machen Dienstleister, die den Gästen offenlassen, wie viel sie bezahlen wollen, das heißt, die Gäste entscheiden selbst, was ihnen die Leistung wert ist und was sie bezahlen wollen. Gerade in der Gastronomie kam dabei interessanterweise eine höhere Zahlungsbereitschaft heraus, als dafür auf einer Preisliste gestanden hätte – das Produkt war den Kunden den Preis wert!

Aktiv gegen die
Kostenlos-Mentalität
angehen

Die begeisterte Argumentation „Das war es mir wert!“ hört man gerade bei höheren Preisen immer wieder – nur leider selten im Gesundheitswesen. Hier hält sich hartnäckig die alte Denkweise, dass über die monatlich bezahlte Krankenversicherung ohnehin alles inklusive und somit „kostenlos“ zu bekommen ist.

Je größer vom Kunden der Nutzen wahrgenommen wird, desto höher ist die Preisbereitschaft. Der Preis gilt in unserer Volkswirtschaft als Qualitätsindikator nach dem Motto „You get what you paid for“. Ein niedriger Preis wird meist mit geringer Qualität assoziiert. Ein Preis für eine qualitativ hochwertige Leistung sollte nicht automatisch niedrig angesetzt werden, auch wenn die entstandenen Kosten dafür gering sind. Das würde in letzter Konsequenz nämlich bedeuten, dass alles, was wir kostenlos oder eben inklusive anbieten oder abgeben wenig Wert oder von geringer Qualität ist.

PRAXISHINWEIS | Ihre Entscheidung für kostenpflichtige Serviceleistungen sollten Sie mit einer soliden Preisargumentation begründen können, denn Nachfragen, Kritik und Versuche der Preisverhandlung mit individuellen Nachlässen werden kommen. Ebenfalls anzuraten sind klare schriftliche Preisvereinbarungen.

Was ist nun die optimale Preisstrategie?

Wie Ihre optimale Preisstrategie aussieht, müssen Sie – wiederum passend zu Ihrem Praxisimage – selbst entscheiden. Möglich ist die sogenannte Hochpreisstrategie, bei der die Qualitätsklasse der Dienstleistung und Ihr gesamtes Image mit der Hochpreisigkeit korrespondieren sollte. Das Gegenteil ist die Niedrigpreisstrategie, bei der ebenfalls alles stimmig erscheinen sollte. Möglich sind auch Preisbündelungen, die wir aus der Fitnessszene kennen. Also Pakete mehrerer Produkte oder Dienstleistungen, die zu einem Gesamtpreis angeboten werden (Beispiel: Ein Pauschalpreis für Fitnesstraining und Sauna plus Getränk).

Wenn Sie sich für die Erhebung von Entgelten für Serviceleistungen entscheiden, sollten Sie folgendermaßen vorgehen:

- Ermitteln Sie die Kosten der Serviceleistungen
- Legen Sie auf Basis der Kosten Preise mit einem entsprechenden Gewinnaufschlag fest
- Erheben Sie Pauschalen für transparente Servicepakete
- Erstellen Sie eine Preisliste mit Selbstzahler-Serviceangeboten

PRAXISHINWEIS | Marketing-Minimum ist das gezielte Werben und betonen der Inklusiv-Leistungen, die Sie ohne Aufpreis zur eigentlichen physiotherapeutischen Behandlung erbringen. Auf diese Weise werden die Serviceleistungen zwar nicht bezahlt, aber von den Patienten wahrgenommen, was sich wiederum in einem positiven Empfehlungsmarketing bemerkbar macht!

WEITERFÜHRENDE HINWEISE

- pp.iww.de > Musterverträge/-schreiben > Muster eines Behandlungsvertrags
- Stressfrei Preise durchsetzen (PP 05/2013, Seite 8)
- Wann verdiene ich eigentlich mein Geld? (PP 09/2013, Seite 6)
- Themenspezial: Privatpatienten: Preise, Rechnungen, Mahnungen (PP 12/2014, Seite 9)

Niedriger Preis =
schlechte Qualität!
Oder?

Richten Sie Ihre
Preise an Ihrem
Praxisimage aus



DOWNLOAD

Behandlungsvertrag



ARCHIV

Weitere Beiträge
zum Thema