

Erfolgsgeheimnisse für Absatz von Selbstzahl

Von Ralf Jentzen

In den meisten Physiotherapie-Praxen führen sie ein Schattendasein. Viele PraxisinhaberInnen denken schon lange darüber nach, wie sie es schaffen können, dass ihre PatientInnen mehr davon in Anspruch nehmen. Nicht wenige Praxen haben sehr viel Geld in die Anschaffung von Geräten und Räumlichkeiten für solche Leistungen investiert. Die wenigsten Physiotherapie-Praxen erreichen die wirtschaftlichen Ziele, die sie sich zu Beginn erhofft haben oder die ihnen von den VerkäuferInnen der entsprechenden Ausstattung und Materialien versprochen wurden. Die Rede ist von Selbstzahlerleistungen.

Unterschiedliche Erfolge in verschiedenen Praxen

Es gibt Praxen, bei denen wird sehr viel Geld mit Selbstzahlerleistungen umgesetzt und die PatientInnen nehmen diese begeistert an. Es gibt andere Praxen, bei denen läuft im Bereich Selbstzahlerleistungen so gut wie nichts, obwohl es eine umfangreiche Preisliste gibt und der/die PraxisinhaberIn sehr viel Geld in Equipment, Materialien und Mitarbeiterfortbildung investiert hat. Wo kann man einen Unterschied erkennen? Was sind die entscheidenden Punkte, auf die es ankommt?

Nutzenüberzeugung ist Trumpf

Der wichtigste Punkt zuerst: Die eigene Überzeugung vom Nutzen Ihrer Selbstzahlerangebote für Ihre PatientInnen und KundInnen ist die Basis für einen langanhaltenden Absatzerfolg. Ich erlebe sehr oft, dass die meisten MitarbeiterInnen in einer Physiotherapie-Praxis nur sehr wenig über den Nutzen der Selbstzahlerangebote in ihrer Praxis wissen und diesen teilweise sogar insgeheim in Frage stellen. Deswegen ist es wichtig, dass Sie als PraxisinhaberIn zunächst Ihre MitarbeiterInnen vom Nutzen Ihrer Selbstzahlerangebote überzeugen müssen. Das geht natürlich nur, wenn diese auch wirklich einen Nutzen für Ihre Pati-

entInnen und KundInnen haben. Anders ausgedrückt: Bieten Sie nichts an, von dem Sie und Ihr Team nicht überzeugt sind.

Praxis-Team in Angebotsentwicklung einbeziehen

Der erfolgreiche Absatz von Selbstzahlerangeboten fängt schon bei der Zusammenstellung Ihrer Selbstzahlerangebotsstruktur an. Hier sollten Sie unbedingt Ihre MitarbeiterInnen mit einbeziehen. Stellen Sie mit ihnen gemeinsam ein hoch nutzenorientiertes Selbstzahlerportfolio für Ihre PatientInnen und KundInnen zusammen. Wenn Ihre MitarbeiterInnen an diesem Prozess beteiligt sind, ist es fast schon natürlich, dass Sie den Nutzen der Angebote mit Überzeugung an die PatientInnen und KundInnen vermitteln können. Können heißt jedoch noch nicht tun! Dazu bedarf es meistens noch einer gezielten Kommunikationsschulung, die dabei hilft, den Nutzen der Selbstzahlerleistungen patientenorientiert erklären zu können und die Scheu vor dem Gespräch über den Preis der Selbstzahlerleistungen zu reduzieren. Womit wir beim zweitwichtigsten Punkt für einen erfolgreichen Absatz von Selbstzahlerleistungen angekommen sind: Das entspannte und souveräne Gespräch über den Preis der Selbstzahlerleistungen.

Angst vor Preisgesprächen

Absatzprobleme von Selbstzahlerleistungen in der Physiotherapiepraxis haben weniger damit zu tun, dass PatientInnen und KundInnen diese ablehnen, sondern mehr damit, dass sie den PatientInnen und KundInnen erst gar nicht angeboten werden! Es grenzt schon fast an unterlassener Hilfeleistungen, was in manchen Praxen passiert! Da gibt es Trainingsbereiche, in denen durch ein gezieltes Kraft-, Ausdauer und Beweglichkeitstraining viele Probleme der PatientInnen und KundInnen langfristig gelöst werden können, da gibt es Fango-Packungen, die den Therapieerfolg schneller und umfassender ermöglichen, da gibt es Stoßwellentherapiegeräte,

die eine tiefergehende Behandlung möglich machen und noch vieles mehr. Doch keiner im Praxisteam, außer dem Chef oder der Chefin, bieten diese Möglichkeiten aktiv an! Die PatientInnen in solchen Praxen erfahren noch nicht einmal, dass es diese nützlichen Möglichkeiten für sie gibt. Sie haben im Prinzip überhaupt keine Chance, den Mehrwert zu bekommen, den die Praxis bieten könnte. Warum ist das so?

Ein Gedankenexperiment das überzeugt

Lassen Sie uns ein kleines Gedankenexperiment machen: Stellen Sie sich einfach vor, dass alle Ihre nützlichen Selbstzahlerleistungen von den Krankenversicherungen zusätzlich übernommen werden. Zu 100%! (Auch wenn das fast nicht denkbar ist – strengen Sie sich bitte an) Stellen Sie sich ebenfalls vor, dass Sie und Ihre TherapeutInnen selber entscheiden können, welche Therapie-, Behandlungs- und Trainingsmethoden Sie kurz-, mittel- und langfristig über die Verordnung des Arztes hinaus dem Patienten verordnen dürfen. (Das müsste schon leichter gehen) Wäre es jetzt noch ein Problem, diese Zusatzleistungen Ihren PatientInnen anzubieten?

Vieles lässt sich sehr gut trainieren

Ich mache dieses Gedankenexperiment schon seit vielen Jahren in In-house-Schulungen von Praxisteams zum Thema „Aktiver Verkauf von Selbstzahlerleistungen“. Es ist immer wieder faszinierend zu sehen, wie die Teilnehmenden an dieser Stelle, wie von der Abrissbirne getroffen, erkennen, dass sie sich aus einem einzigen Grunde nicht trauen, den PatientInnen eine Selbstzahlerleistung, von deren Nutzen sie überzeugt sind, anzubieten: Das zu erwartende Gespräch über den Preis! Die gute Nachricht: Das lässt sich ganz gut trainieren. Allerdings nur, wenn die Nutzenüberzeugung von Selbstzahlerangeboten bei den Mitarbeitenden der Praxis vorhanden ist. Auch daran kann man arbeiten.

den erleistungen!

Wer entscheidet übers Geld?

Ein dritter Punkt, weswegen Selbstzahlerleistungen in vielen Physiotherapiepraxen nicht abgesetzt werden, ist der vorweggenommene Blick ins Portemonnaie der PatientInnen und KundInnen durch die TherapeutInnen. Oft höre ich von denen das Argument, die meisten PatientInnen könnten sich die Selbstzahlerleistungen nicht leisten. Eine sehr anmaßende Einstellung, die PatientInnen bezüglich ihrer Prioritätensetzung beim Geldausgeben nahezu entmündigt. Woher kommt das?

Über sein Portemonnaie entscheidet der Patient selbst!

In ihrem Berufsalltag sind es PhysiotherapeutInnen gewohnt, Verantwortung für ihre Patienten zu übernehmen. Sie steuern den Therapieprozess und passen diesen individuell an die Voraussetzungen ihrer PatientInnen an. Die PatientInnen vertrauen ihre Gesundheit ihrem Therapeuten oder ihrer Therapeutin an und lassen sich meistens durch den Therapieprozess führen. Problematisch wird es, wenn die Therapeuten dieses Verantwortungsbewusstsein fälschlicherweise auch auf das Portemonnaie ihrer PatientInnen übertragen und aufgrund ihrer bloßen Vermutung, dass ein Patient oder eine Patientin sich die mögliche Zusatzleistung nicht erlauben könnte, das Anbieten aktiv unterlassen. Dabei wird missachtet, dass jeder erwachsene Mensch in unserer demokratischen Gesellschaft selber entscheiden darf, wofür er sein Geld ausgibt. Es ist eine Frage der Prioritätensetzung jedes Einzelnen, ob er Geld in seine Gesundheit investiert oder ob er es lieber aktiv gegen die Gesundheit, wie zum Beispiel für Rauchen oder Fastfood ausgibt. In diesem Zusammenhang ist es wichtig für Therapeuten zu erkennen, dass die Aussage eines/einer Patienten/in „Das ist es mir nicht wert“ mehr über seine/ihre Prioritätensetzung aussagt und nicht über den Wert der Gesundheitsleistung an sich. Denn Selbstzahlerleistungen, die ihren PatientInnen zusätzlich zu den Kassenleistungen helfen Schmerzen zu verringern, Arbeitsfähigkeit wieder herzustellen, Invalidität zu vermeiden und

Lebensqualität zu erhöhen, sind sehr viel wert und sollten dementsprechend ihren Preis haben.

Die Vorbildfunktion der Praxischefin / des Praxischefs

Ein vierter Punkt, den einige PraxisinhaberInnen nicht ganz so gerne hören ist die Vorbildfunktion der Praxischefin oder des Praxischefs. Unterschätzen Sie nicht, wie sehr sich Ihre Mitarbeitenden an Ihrem eigenen Verhalten orientieren. Nichts ist überzeugender, als das vorgelebte aktive Verkaufen durch die Praxisleitung. Sie zeigt den Mitarbeitenden, dass aktiver Verkauf a.) möglich ist, b.) Selbstzahlerleistungen von den Patienten angenommen werden und c.) der Chef oder die Chefin selber von den Angeboten überzeugt ist. Besser können Sie Ihre Mitarbeitenden nicht dazu motivieren, ebenfalls ihren PatientInnen individuell passende und nützliche Zusatzleistungen Ihrer Praxis anzubieten.

Fazit

Damit der Absatz von Selbstzahlerleistungen in Ihrer Praxis klappt, sollten Sie in jedem Fall die Angebotspalette mit Ihren Mitarbeitenden gemeinsam entwickeln und den Nutzen für die PatientInnen und KundInnen in den Mittelpunkt der Angebotsbreite und -tiefe stellen. Damit es regelmäßig zum aktiven Anbieten kommt, ist es wichtig, Ihrem Team die Angst vor dem Preisgespräch zu nehmen und jedem in Ihrer Praxis klar zu machen, dass der/die PatientIn über seine/ihre Ausgaben entscheidet und nicht der/die TherapeutIn im Vorhinein. Wenn Sie dann noch als Praxischefin oder Praxischef mit gutem Beispiel vorangehen und jeden Tag aktiv verkaufen, wird der Verkauf von Selbstzahlerleistungen an Fahrt aufnehmen. Sie schaffen dadurch Situationen, in denen Ihre PatientInnen ernsthaft über Ihre Angebote nachdenken und gemäß ihrer eigenen Prioritätensetzung eine Entscheidung für oder gegen Ihr Angebot treffen. Diese Entscheidung sollten Sie in jedem Fall respektieren. Es ist ein längerer Weg, in Ihrer Praxis den aktiven Verkauf von



Foto: iStock.com/oatawa

Selbstzahlerleistungen zu etablieren. Es erfordert einen zeitlichen und finanziellen Aufwand, die Voraussetzungen in der Angebotsstruktur und im Verhalten der Mitarbeitenden zu schaffen. Die dazu notwendige Kommunikation und Überzeugungsarbeit untereinander ist ebenfalls nicht zu unterschätzen. Wer es schafft, diesen Aufwand zu betreiben, wird reichlich belohnt! 🙌

Zur Person:

Ralf Jentzen

ist Sportwissenschaftler, seit 1999 Inhaber der Unternehmensberatung für Physiotherapiepraxen, Coactiv Consulting – Ralf Jentzen, Internationaler Gastdozent an der Zuyd University of Applied Science Heerlen (NL) im Studiengang Physiotherapie, Betriebswirtschaftlicher Beirat des VDB-PHYSIOTHERAPIEVERBANDES, und Referent für betriebswirtschaftliche Themen auf den Branchenmessen MEDICA, TheraPro, therapie Leipzig, FIBO und Gutachter und Experte für Gründungskonzepte und Wachstumskonzepte von Gesundheitsdienstleistungsunternehmen der IHK Aachen. Er hat in den letzten 17 Jahren über 600 Beratungs-Projekte in der Physiotherapie erfolgreich durchgeführt und unzählige Seminare zu betriebswirtschaftlichen Themen gehalten. Sein Wohnort und Unternehmensstandort ist Alsdorf bei Aachen. Kontakt: www.coactiv.de

