

Differenzierung durch Service- und Wahlleistungen

Hoher Komfort rechtfertigt einen hohen Preis

Dr. P. Borges, Dr. U. Lühr, Dr. H. Schmitz



Das BGH-Urteil zu den Wahlleistungen verschärft zwar die Ertragslage mancher Krankenhäuser, es hat jedoch auch den Grundsatz betont, dass für Entgelte auch eine entsprechende Leistung erbracht werden muss. Manche Krankenhäuser haben bereits früh erkannt und umgesetzt, dass der Servicebereich, der neben den klassischen Wahlleistungen auch weitere Sonder- und Zusatzleistungen umfasst, nicht nur ein wesentlicher Wettbewerbsfaktor, sondern auch wirtschaftlich interessant sein kann. Die häufig genannten Argumente der baulichen Restriktionen und mangelnden Investitionsmittel werden teilweise überstrapaziert. Ideenreichtum und geschickte Kooperationen können Auswege darstellen, wie dieser Beitrag zeigt.

Studien über Patientenzufriedenheit und Einflussfaktoren bei der Wahl eines Krankenhauses zeigen, dass Serviceleistungen einen (zunehmend) hohen Einfluss auf die Krankenhauswahl und die Bewertung eines stationären Aufenthaltes haben.¹

Es ist daher sinnvoll, ideenreiche und bezahlbare Serviceleistungen für die Patienten zu entwickeln und zügig zu realisieren. Bei genauerer Betrachtung kann das BGH-Urteil derart interpretiert werden, dass die „Angemessenheit“ der Preise für Wahlleistungen im Einzelfall dann gegeben ist, wenn den Preisen entsprechende zusätzliche Serviceangebote zugrunde liegen.

Das Angebot von Serviceleistungen

Im Auftrag von PKV-Unternehmen² wurde ein Konzept für einen Krankenhausführer zur vollständigen und vergleichenden Darstellung des medizinischen Leistungsspektrums, aber auch der Serviceangebote der Krankenhäuser einer Region entwickelt.³ Das Projekt wurde zunächst in der Pilotregion Köln gestartet, eine zügige Ausweitung auf weitere Ballungsgebiete ist konkret geplant.

An dem „Krankenhaus Guide Köln und Umgebung“ haben sich nahezu alle Akutkrankenhäuser des Versorgungsgebietes 5 des Landes Nordrhein-Westfalen in Form der Bereitstellung umfangreicher Informa-

tionen zu den Bereichen Medizin und Service mit Unterstützung des Krankenhauszweckverbandes beteiligt. **Daraus ergaben sich die folgenden Erkenntnisse:**

In über 70 Prozent der Häuser gehört die Ausstattung der Patientenzimmer mit einem Fernseher zum Standard⁴ (Abb. 1). Möglichkeiten für Fax und Internet in den Patientenzimmern sind derzeit wenig vorhanden. In 55 Prozent der Häuser gibt es keine Zimmer mit Faxanschluss, und in fast 70 Prozent gibt es keine Zimmer mit Internetanschluss. Verbesserungspotenzial besteht auch im Bereich der Getränkeversorgung. Hier bieten nur etwa 40 Prozent der Häuser Getränke nach Wahl außerhalb der Mahlzeiten an. Dies gilt in noch stärkerem Maße für die Ausstattung der Patientenzimmer mit einem Kühlschrank. Fast 60 Prozent haben keinerlei derartig ausgestattete Patientenzimmer.

Die Sonderleistungen für Privatpatienten beschränken sich auf wenige Angebote, die nahezu alle Fachabteilungen anbieten. 70 Prozent der Fachabteilungen bieten Sprechstunden zu Sonderzeiten an, in etwa 62 Prozent der Abteilungen sind dies Abendsprechstunden des Chefarztes (Abb. 2).

Neben diesen medizinischen Leistungen wird häufig noch die kostenlose Nutzung des Fernsehgerätes (55 Prozent) und eine kostenlose Tageszeitung (45 Prozent) angeboten. Weitere Angebote (Kühlschrank mit kostenlosen Getränken, persönliche Stereoanlage im Zimmer,

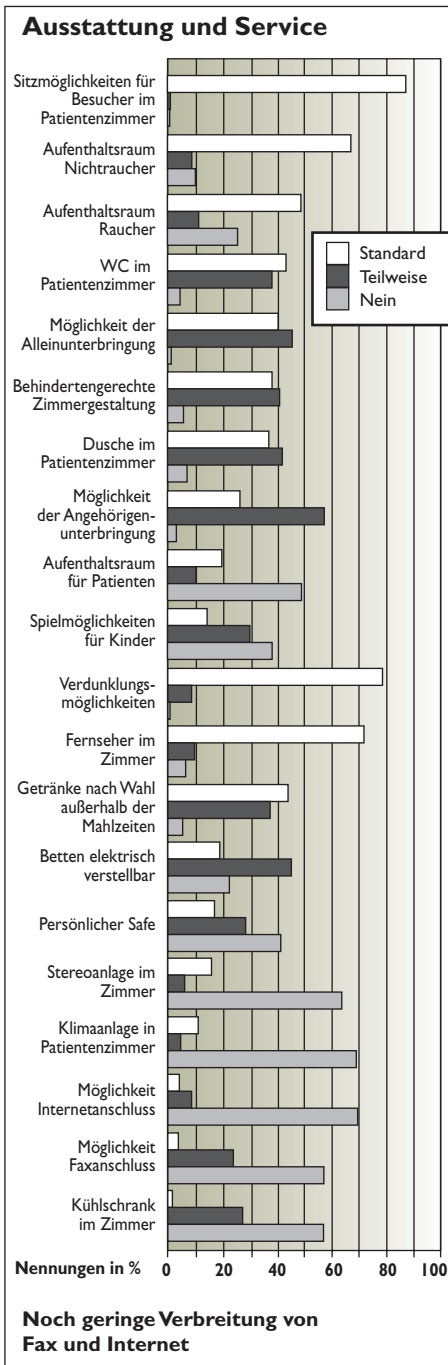


Abb. 1

kostenlose Ortsgespräche) werden nur selten (in weniger als zwölf Prozent der Fachabteilungen) angeboten.

Im weitaus größten Teil der Häuser (85 Prozent) ist die Unterbringung einer Begleitperson von Patienten möglich (Abb. 3). Dies erfolgt teilweise im Zimmer des Patienten durch Einschieben eines zusätzlichen Bettes (häufig dann, wenn der Patient ein Kind ist oder schwerkrank) oder durch Bereitstellung eines eigenen Zimmers. Es bestehen jedoch große Preisunterschiede bei der Unterbringung einer Begleitperson: Einige Häuser (vier Prozent) bieten diese Leistung (fast) kostenlos an, andere hingegen verlangen dafür zwischen 150 DM und 200 DM pro Tag (acht Prozent). Der größte Teil der Häuser (22 Prozent) stellt pro Tag zwischen 100 DM und 150 DM in Rechnung.

Interessant ist auch die Ausstattung der Patientenzimmer mit sanitären Einrichtungen. In nur etwa 45 Prozent der befragten Häuser sind alle Patientenzimmer mit einer eigenen Toilette ausgestattet, und nur 35 Prozent der Häuser verfügen über Duschen in allen Patientenzimmern. Mit Dusche und WC ausgestattete Zimmer gibt es grundsätzlich zwar in 95 Prozent aller Häuser, gleichzeitig sind jedoch auch Zimmer ohne Dusche und WC vorhanden. Nahezu alle Befragten bieten Ein-/Zweibettzimmer mit Dusche und WC an, in über 40 Prozent der Häu-

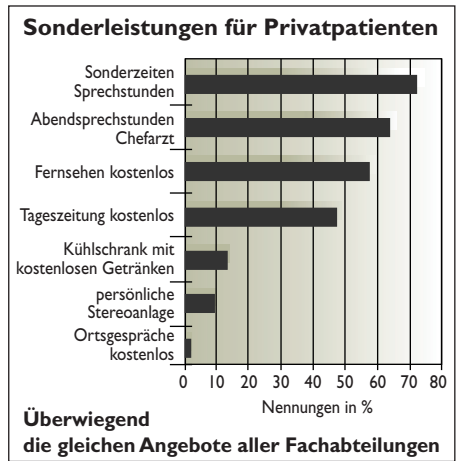
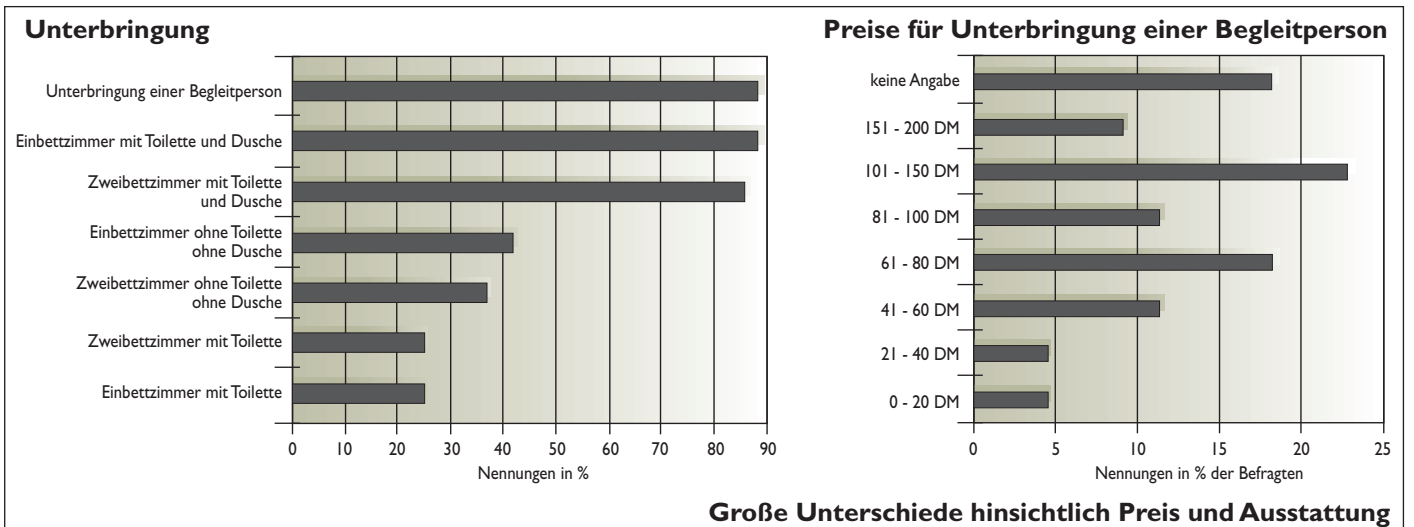


Abb. 2

ser sind allerdings noch Einbettzimmer ohne Toilette und ohne Dusche sowie in 35 Prozent Zweibettzimmer ohne Toilette und ohne Dusche vorhanden. In 25 Prozent der Häuser werden Ein- oder Zweibettzimmer, die nur mit einer Toilette ohne Dusche ausgestattet sind, angeboten.

Besonders häufig vorhanden sind ein eigener Park (85 Prozent), eine Patientenbibliothek (82 Prozent) und ein Kiosk (80 Prozent). 80 Prozent haben eine Cafeteria für Patienten und Besucher; ein Friseur ist in 70 Prozent und eine Fußpflege in 70 Prozent der Häuser vorhanden. 20 Prozent verfügen über einen Geldautomaten. Fast überall vorhanden (95 Prozent) sind öffentliche Telefonzellen. Eine Krankenhauskapelle oder einen Gebetsraum gibt es in 90 Prozent der Häuser. Katholische Gottesdienste werden zu 95 Prozent und

Abb. 3



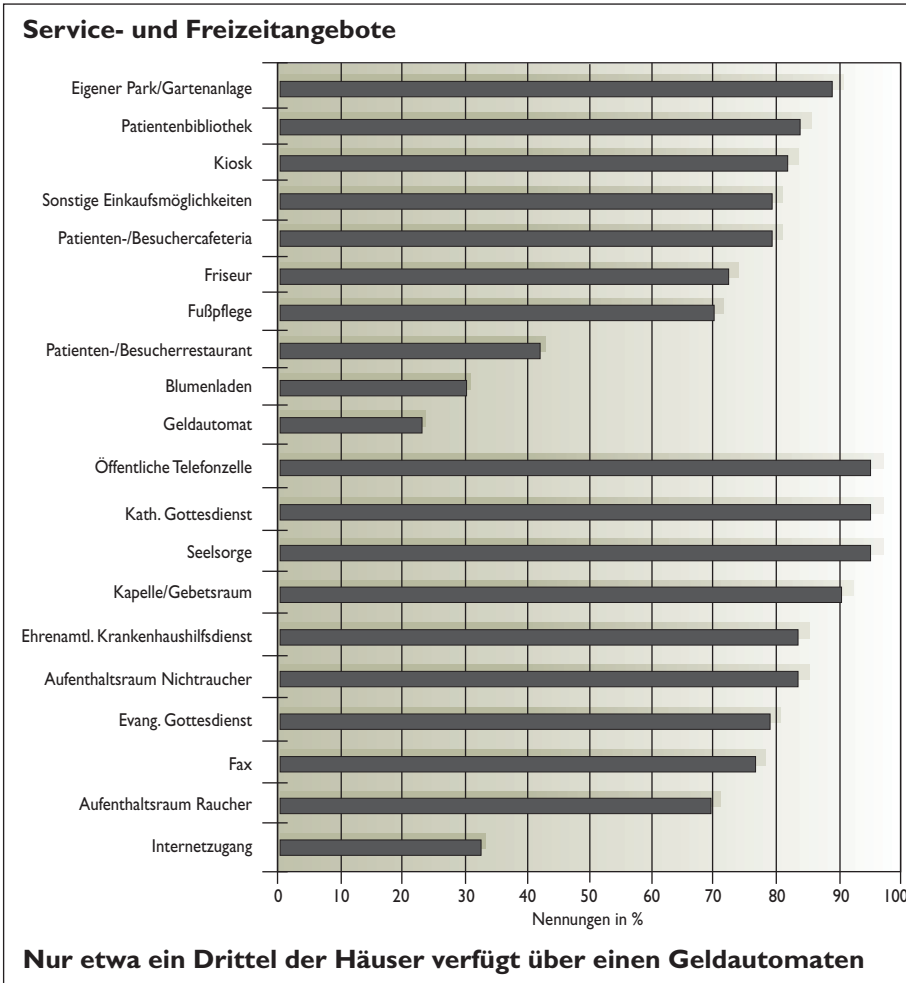


Abb. 4

evangelische zu 78 Prozent abgehalten. Eine eigene Krankenhaus-seelsorge haben 95 Prozent (Abb. 4).

Wunschmenüs für Patienten sind eine von vielen zusätzlichen Einnahmemöglichkeiten

Die Möglichkeit zusätzlicher Einnahmen durch aufpreispflichtige

Wunschmenüs für Patienten wird derzeit nur von zwölf Prozent der Häuser genutzt (Abb. 5).

Wunschmenüs ohne Aufpreis gibt es dagegen bereits in knapp 40 Prozent der Häuser. Das Gros der Häuser (92 Prozent) bietet den Patienten eine Menüwahl an, 90 Prozent Kaffee und Tee außerhalb der Speisezeiten, und die Wahl von Voll-

Abb. 5

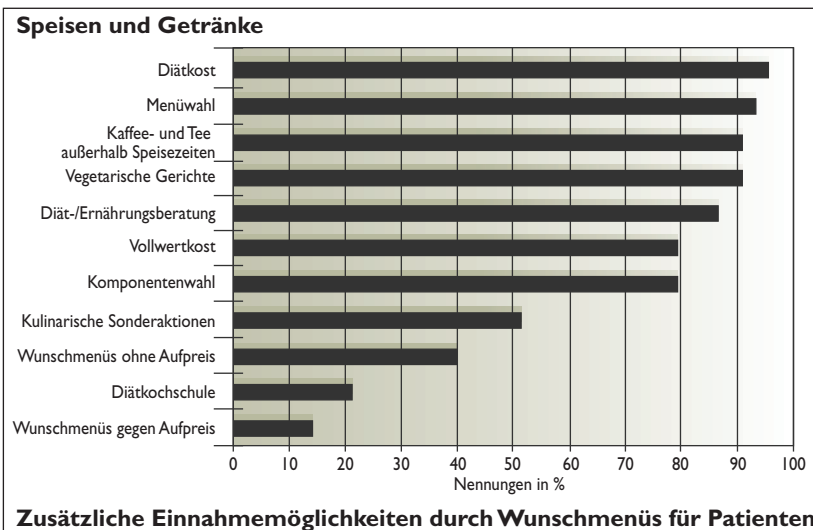
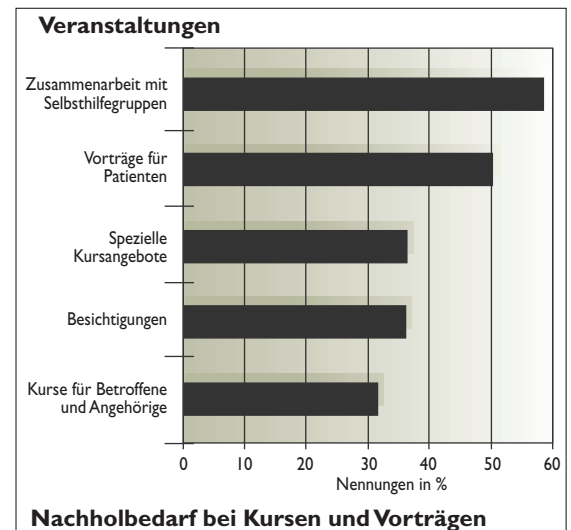


Abb. 6



wertkost wird von 78 Prozent der Häuser angeboten. Eine Diät- und Ernährungsberatung halten 85 Prozent der Befragten vor.


Es fällt auf, dass krankheitsbezogene Kurse oder Vorträge für Patienten und Angehörige nur von gut 50 Prozent der Fachabteilungen angeboten werden (Abb. 6). Besichtigungen etwa des Kreissaals werden von etwa 35 Prozent der Fachabteilungen angeboten. Fast 60 Prozent der Abteilungen arbeitet mit Selbsthilfegruppen zusammen.

Im Hinblick auf eine Differenzierung im Wettbewerb und mögliche Wettbewerbsvorteile ist weniger die Betrachtung der häufigsten als vielmehr die der selten angebotenen Sonderleistungen sinnvoll. Genannt wurden hier teilweise Angebote, die sowohl den Servicegrad steigern und gleichzeitig zu direkten Einnahmen führen. Hierzu zählt die Vermietung von Konferenzräumen, das Vermieten von Videogeräten bis hin zur Betreibung einer hauseigenen Metzgerei mit Fremdverkauf.

Interessant ist die Einführung einer Zusatzkategorie: ein Krankenhaus bietet das so genannte „Komfortzimmer“, das – ähnlich wie Suiten im Hotel – über mehrpreispflichtige Zusatzleistungen wie Faxgerät oder schnurloses Telefon verfügt. Auffällig ist, dass trotz guter Auslastung dieser Zusatzkategorie lediglich ein Krankenhaus in der Region Köln dieses Marktsegment abdeckt.

Insgesamt überrascht es, dass wenig ideenreiche Zusatzleistungen

Mögliche Sonderleistungen, die angeboten werden könnten:



- Internetcafé
- Laptopverleih mit Internetanschluss
- Nintendo
- Video- u. DVD-Verleih
- Wellness (Kosmetik, Ayurveda)
- Shopping-Service
- Haustierversorgung
- Wohnungsservice (Briefkasten, Reinigung)
- Wäscherei für Patienten
- Abhol- u. Bringe-Service für Patienten
- Imbissangebote außerhalb der Essenszeiten (für Besucher und Patienten)

genannt wurden – hier besteht sicherlich ein Nachholbedarf der Krankenhäuser.

Seltene Sonderleistungen, die angeboten werden:

- Vermietung von Konferenzräumen mit zehn bis 220 Plätzen,
- Video Tagesmiete,
- Zusatzleistung bei Komfortzimmern: wie Wahlleistungszimmer, zusätzlich: Fax, Stereoanlage, Videorekorder, schnurloses Telefon, Fön, verbesserte Ausstattung
- Essen à la carte
- tägliche Menüabfrage durch Hostess
- hauseigene Metzgerei
- Kuchen (Eigenkonditorei)
- Beratungsservice der Krankenkassen
- Abgabe von Banküberweisungen

Mögliche Sonderleistungen, die angeboten werden könnten

Durch das Angebot ideenreicher, nicht immer investitionsintensiver, aber bezüglich der Zahlungsbereitschaft der Patienten attraktiver Sonderleistungen kann ein Krankenhaus sich im regionalen Wettbewerb positionieren und gleichzeitig zusätzliche Einnahmequellen erschließen. Im Folgenden werden einige mögliche Sonderleistungen ge-

nannt, die geeignet sein können, diese Ziele zu verwirklichen. Dabei ist ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass für alle der beispielhaft genannten Leistungen Entgelte zu realisieren sind, welche die Investitions- und Kooperationskosten übersteigen und somit neben der Steigerung des Servicegrades auch einen positiven Deckungsbeitrag ermöglichen.

● Internetcafé und Laptopverleih mit Internetanschluss

Viele Patienten sind es heute gewohnt, über E-Mail zu kommunizieren und das Internet zu nutzen. Mancher würde sehr gerne die oft mehr als ausreichende Zeit im Krankenhaus nutzen, um im Internet zu surfen. Zum einen können feste Internet-PCs in einem „Café“ gegen Gebühr bereitgestellt werden, zum anderen kann durch den Verleih von Laptops mit Internetanschluss ein teilweise noch zu weckender, sicherlich zunehmender Bedarf gedeckt werden.

● Video und DVD-Verleih

Transportable DVD-Player, wie sie bereits in Spitzenzügen der Bahn bereitgestellt werden, können mit einem entsprechenden Angebot von DVD-Spielfilmen ein sehr interessantes Angebot für die Patienten darstellen; für Privatpatienten könnte dieser Service kostenlos oder ermäßigt angeboten werden.

● Abhol- und Bringservice für Patienten

Nicht alle Patienten können oder wollen auf Verwandte oder Bekann-

te zurückgreifen, wenn es um den Weg zum und vom Krankenhaus geht. Durch Kooperation mit einem Taxiunternehmen könnten den Patienten Pauschalangebote gemacht werden, die den Service bieten, mit Gepäck von der eigenen Wohnung bis auf das Patientenzimmer gebracht zu werden. Alleine das Angebot eines solchen Services – auch ohne große Inanspruchnahme – wird sich positiv auf das Service-Image des Krankenhauses auswirken.

● Imbissangebote außerhalb der Essenszeiten für Besucher

Besucher kommen meist nach Feierabend, in den frühen Abendstunden. Nahezu jeder kennt aus seiner Erfahrung als Krankenhausbesucher, dass man um diese Zeit hungrig ist. Dennoch bietet nahezu kein Krankenhaus nach 17 Uhr noch ein nennenswertes Speisenangebot an, und der besuchte Patient hat in der Regel sein Abendessen erhalten. Die Lösung ist meist der mittlerweile zimmerwarme Joghurt des Patienten.

Durch Speisenangebote für die Zielgruppe Besucher oder die Unterhaltung eines Patientenrestaurants könnten die Krankenhäuser diese Servicelücke schließen und gleichzeitig Einnahmen erzielen. Ein weiteres Indiz dafür, dass warmes Essen nach 16 Uhr auch von Patienten nachgefragt wird, zeigt die Frequenz von Pizzadiensten in manchen Krankenhäusern in den frühen Abendstunden.

1 Ergebnisse der Befragung von über 15 000 Patienten (1996–2000) GEBERA/GfR.

2 Im Einzelnen handelt es sich um folgende PKV-Unternehmen: Globale, DKV, Inter, Centrale sowie Roland Assistance. Weitere Unternehmen haben ihre Beteiligung an dem Projekt zugesagt.

3 Krankenhaus Guide Köln und Umgebung, Köln 2000, ISBN 3-00-006590-3

4 In einigen Häusern wurde bewusst auf die Einrichtung der Patientenzimmer mit Fernsehgeräten verzichtet, dies war meist in psychiatrischen Einrichtungen der Fall.

Anschrift der Verfasser:

Dr. Peter Borges
Dr. Udo Löhr
Dr. Harald Schmitz
Sachsenring 69
50677 Köln