



PVS/Selbstzahlermarkt

IGeL-Abrechnung Der Preis ist etwas Psychologisches

„Das ist mir zu teuer“ – vor diesem Einwand der Patienten fürchten sich die meisten Praxisteams, wenn es um das Angebot von IGeL-Leistungen geht. Aus Furcht davor, dass der potenzielle Kunde das Angebot nicht annehmen könnte, werden dann von vornherein „Low-Budget-Angebote“ kalkuliert, um so die Kauflust der Patienten zu wecken.

Wie die Erfahrung zeigt, ist die Angst vor dem Preisgespräch und dem möglichen Nein des Patienten aber ein eher schlechter Berater bei der Preisfindung. Denn es ist wesentlich schwerer, einen zunächst als „Schnupperangebot“ am Markt platzierten Preis wieder zu erhöhen als von vornherein mit einem markt- und angebotsgerechten Preis einzusteigen. Meist beginnen dann nämlich die schier unendlichen Preisdiskussionen in der Praxis, die mit dem genauen Gegenteil dessen enden, was mit einem Niedrigpreisangebot eigentlich bezweckt wird: mit dem endgültigen Nein des Patienten, da dieser von der medizinischen Sinnhaftigkeit und den individuellen Gesundheitsvorteilen der Leistung nicht überzeugt werden konnte.

Bei der IGeL-Honorargestaltung sollten Praxisteams deshalb von vornherein bedenken, dass der Preis immer etwas Psychologisches ist. Eine Leistung ist so teuer oder billig – wie der Kunde sie einschätzt. Deshalb kommt es gerade beim IGeLn darauf an, das Angebot werthaltig darzustellen und in der Argumentation den Benefit für den Patienten – und nicht den besonders vorteilhaften Preis – in den Vordergrund zu stellen. Dies setzt jedoch voraus, dass das Team selbst von der Werthaltigkeit des Angebotes überzeugt ist und den geforderten Preis auch entsprechend darstellen kann.

Angemessene Preisgestaltung

Häufig hapert es in der Praxis jedoch gerade daran. Arzt und Team würden selbst – wenn sie ehrlich mit sich sind – den geforderten Preis nicht bezahlen und projizieren die „eigenen Bauchschmerzen“ auf den potentiellen Käufer. Wenn Sie selbst aber nicht glauben, dass die von Ihnen angebotene Leistung ihr Geld wert ist, wie wollen Sie dann einen Patienten für den Kauf einer bestimmten Untersuchung oder einer sinnvollen Therapie begeistern?

Deshalb gilt es bei der Preisgestaltung im IGeL-Bereich zunächst einmal die eigene Haltung und die des Teams kritisch zu hinterfragen und zu überprüfen. Hierbei kann es hilfreich sein, nach den Gründen dafür zu suchen, warum man selbst oder die Mitarbeiterinnen eine bestimmte Leistung nicht für den avisierten Preis kaufen würden. Häufig zeigt sich bei kritischer Betrachtung, dass die organisatorischen Gegebenheiten, unter denen die Leistung angeboten wird, und der damit verbundene Service nicht den Erwartungen entsprechen. Für viel Geld wird kein überzeugendes Behandlungs- und Betreuungserlebnis geboten. In anderen Fällen besteht auch noch medizinisch-sachlicher Überzeugungsbedarf.



PVS/Selbstzahlermarkt

Nur wenn das ganze Team über Wirkungsweise und therapeutischen Nutzen einer bestimmten Diagnostik oder Behandlungsmethode informiert ist, kann es gelingen, dem Patienten die Preiswürdigkeit des Angebots zu vermitteln. Hier macht es Sinn, die Mitglieder des Praxisteam in den Genuss einer kostenfreien Probestellung kommen zu lassen. Denn noch immer ist das eigene Produkterlebnis der beste Verkaufsförderer.

Wenn allerdings der Praxisinhaber selbst erkennen lässt, dass die bestimmte Diagnostik oder Therapie nur angeboten wird, um damit Geld zu verdienen, wird dies Mitarbeiter wie Patienten wenig begeistern. Insbesondere dann, wenn für eine medizinische Leistung, deren Nutzen und Vorteilhaftigkeit nicht ohne weiteres erkennbar ist, ein vergleichsweise hoher Preis verlangt wird. Denn nur wer selbst brennt, wird bei anderen auch ein Feuer entfachen können.

Ein weiteres Problem bei der Preisfindung besteht häufig darin, dass die anbietende Praxis schon im Vorfeld über das Portemonnaie der Patienten im Sinne des „zu Teuer“ entscheidet und in vorauseilender Furcht einen sehr niedrigen Preis kalkuliert. Die Summe, die man selbst für eine bestimmte Leistung ausgeben würde, muss nämlich bei Leibe nicht mit den Vorstellungen der Patienten übereinstimmen. Wie zahlreiche Befragungen zeigen, schätzen Patienten die Vergütung für ärztliche Leistungen wesentlich höher ein als sie tatsächlich erfolgt. (So gaben Patienten beispielsweise in eine Ernid-Umfrage an, dass sie glaubten der Arzt erhalte für ein EKG ein Honorar von 200 Euro, für einen Hausbesuch immerhin 110 Euro). Sicherlich spielt hier die Unkenntnis vieler gesetzlich versicherter Patienten eine Rolle, die ja niemals eine Rechnung ihres Arztes erhalten. Im Gegenzug zeigt sich aber, dass die Patienten durchaus von der Werthaltigkeit ärztlicher Arbeit überzeugt sind.

Der Kunde entscheidet selbst

Umso unverständlicher deshalb die Angst vieler Ärzte, ein leistungsgerechtes Honorar von IGeL- und Privatpatienten zu fordern. Denn kein Unternehmer orientiert sich bei der Preiskalkulation vornehmlich an der vermeintlichen Einkommenssituation seiner möglichen Kunden. Die Stundensätze werden hier vielmehr nach betriebswirtschaftlichen Kriterien (Aufwand, Material- und Lohnkosten, gewünschter Gewinn) kalkuliert. Dem Kunden bleibt dann die Entscheidung überlassen, ob er zum angebotenen Preis kaufen möchte oder nicht. In Arztpraxen wird dagegen noch immer Rücksicht auf die Versicherungs- und Einkommenssituation der Patienten genommen. Wenn z.B. eine Privatversicherung oder eine Beihilfestelle eine Rechnung nicht vollständig erstattet, verzichten viele Praxen auf das ihnen zustehende Honorar statt es beim Patienten direkt einzufordern. Wenn Sie wissen, dass z.B. eine naturheilkundliche Behandlung von der Beihilfe nicht erstattet wird, sollten Sie den Patienten im Vorfeld darüber aufklären und die Leistung – wie im IGeL-Bereich – durch eine Honorarvereinbarung abdingen lassen. Das erspart spätere Nachbesserungen und Konflikte. Denn letztlich ist es die freie Entscheidung des Patienten, eine bestimmte Krankenversicherung zu wählen. Da Sie als Arzt aber mit dem Patienten einen Behandlungsvertrag schließen, besteht für Sie keinerlei Veranlassung, in der Honorargestaltung auf die Erstattungsbesonderheiten der jeweiligen Kassen Rücksicht zu nehmen.



Gleiche Leistungen sollten gleichviel kosten

Vielmehr sollten Sie Ihr Honorar entsprechend Aufwand Schwierigkeitsgrad und Zeit kalkulieren – nach den üblichen Steigerungssätzen der GOÄ – und zwar auch bei IGeL-Leistungen. Denn der IGeL-Patient ist Privatpatient wie jeder andere auch und sollte daher nicht als Privatpatient „zweiter Klasse“ Leistungen zum Discount-Preis erhalten. Denn wenn Sie im Privatbereich mit zwei nebeneinander existierenden Gebührenordnungen arbeiten – eine GOÄ-IGeL und eine Privat-GOÄ – vergeben Sie nicht nur die Chance, für Ihre medizinische Leistung die Ihnen zustehende angemessene Vergütung zu erhalten, sondern beschwören bisweilen auch noch einen Konflikt mit Ihren Privatpatienten herauf, die die gleiche Privatleistung dann wieder teurer bezahlen und so die IGeL-Patienten subventionieren. Grundsätzlich sollten gleiche Leistungen auch gleich viel kosten und IGeL-Patienten keine Sondertarife erhalten – auch wenn das gerade in der Anfangsphase schwer fällt, weil viele Kollegen dies in den Praxen anders handhaben und die Patienten die angeblich günstigeren Preise von diesen Ärzten als Einwand ins Feld führen.

Hier sollten Sie und Ihr Team gewappnet sein und gute Gründe wie z. B. die besondere technische Ausstattung, den erhöhten Zeitaufwand, den guten Service Ihrer Praxis für den höheren Preis nennen können. Wenn die Patienten sich dann doch für das vermeintlich bessere Angebot des Kollegen entscheiden, nehmen Sie dies am besten wertfrei und ohne Frust hin. Denn dieser Patient wäre – so die Erfahrung – letztendlich doch nicht „Ihr“ Patient gewesen, weil er allein über den Preis kauft und deshalb immer auf der Suche nach dem billigsten – nicht aber nach dem besten Angebot sein wird.

Um auf Dauer im IGeL-Bereich erfolgreich zu sein, kommt es aber nicht auf „Billigkäufer“ an, sondern auf Patienten, die von einer bestimmten Leistung überzeugt sind und diese kontinuierlich wieder in Anspruch nehmen. Solches Vertrauen und diese Art von Kundentreue lässt sich nicht durch Billigangebote, sondern nur durch sinnvolle medizinische Angebote und eine überzeugende Organisations- und Serviceleistung des gesamten Teams erreichen und auf Dauer sicherstellen.

Unser Autor: Haben Sie Bedarf an weiteren Informationen, die helfen Ihren Praxisalltag zu optimieren?

Wenn Sie von der langjährigen Erfahrung Annette Kruse-Keiraths als Unternehmensberaterin für Heilberufe und Dozentin profitieren möchten, rufen Sie doch einfach an!

Unsere IGeLselect Serviceline stellt gern den Kontakt zu Frau Kruse-Keirath her:

0180 / 456 0 456 (24 ct/Anruf)

Unser Tipp: *Unter www.igelselect.de haben Sie ein professionelles Instrument zur Kalkulation Ihrer Igel zur Hand. Mit dem IGeL-Kalkulator ermitteln Sie exakt, was Ihre Leistung kosten muss, um wirtschaftlich zu sein.*