

Inhalt

Vorwort	9
1 Die Ertrags- und Kostenstruktur eines ambulanten Pflegedienstes	11
1.1 Die Umsatzstruktur eines ambulanten Pflegedienstes	11
1.1.1 Das Leistungsrecht im SGB V	12
1.1.2 Das Leistungsrecht im SGB XI	17
1.1.3 Leistungen des Sozialamtes nach SGB XII	28
1.1.4 Erträge aus Privatleistungen	29
1.1.5 Investitionskosten	31
1.2 Die klassische Kostenstruktur eines Pflegedienstes	33
1.2.1 Schaffung einer Grobstruktur	34
1.2.2 Die Verteilung der Kostenarten	34
1.2.3 Steuerung der Kosten	36
1.2.4 Kalkulatorischer Vollkostensatz einer Produktivstunde	40
2 Das Erstgespräch – Grundlage für den wirtschaftlichen Erfolg	44
2.1 Kostenfalle Erstgespräch	44
2.1.1 Unter Kostengesichtspunkten: Die Neuaufnahme	45
2.1.2 Die strukturierte Entscheidungsfindung	47
2.2 Die richtige Einsatzkalkulation	49
2.2.1 1. Schritt: Vollkostensatz ermitteln	51
2.2.2 2. Schritt: Erlösberechnung	52
2.2.3 3. Schritt: Zuordnung des Einsatzes an Mitarbeiter	52
2.2.4 4. Schritt: Hochrechnung auf einen Monat	52
2.3 Niemals ohne Pflegeverträge arbeiten	53
2.3.1 Zahlungsfrist/Zahlungsweise	54
2.3.2 Absage von Einsätzen	54
2.3.3 Kündigung	55
3 Die Pflegeprozessdokumentation – richtig geführt ist sie bares Geld wert	57
3.1 Verfahrensanweisung	60
3.2 Umsetzung der MD-Prüfgrundlagen ambulant vom Oktober 2020	63
3.2.1 Das Prinzip »mit wenig Aufwand viel erreichen«	64
3.3 Modellrechnungen für den Mehrwert der Pflegedokumentation	72
3.3.1 Genereller Mehrwert	73
3.3.2 Realer Gewinn durch erfolgreiche Höherstufungs- verfahren	75
3.3.3 Keine Mehrkosten durch schwaches MD-Prüfergebnis	78
3.3.4 Schaden abwenden bei der Abrechnungsprüfung	80

4	Das SGB V-Verordnungswesen – 100 % Erträge generieren	83
4.1	Gestaltung des internen Verordnungswesens	84
4.2	Die wichtigsten vertraglichen Grundlagen	87
4.3	Ablehnungspraxis der Kassen bekämpfen	94
4.3.1	Weitere Ablehnungsgründe einiger Krankenkassen	95
5	Die Dienst- und Tourenplanung	98
5.1	Die mitarbeiterorientierte und wirtschaftliche Dienstplanung	98
5.1.1	Die Ermittlung des tatsächlich mengenmäßig benötigten Personals	99
5.1.2	Ermittlung des qualitativen Personalbedarfes	102
5.1.3	Praktische Umsetzung der Dienstplanung	105
5.1.4	Mit Dienstplankennzahlen arbeiten	108
5.2	Die wirtschaftliche Tourenplanung	110
5.2.1	Die strukturierte Tourenplanung	111
5.2.2	Die gewinnorientierte Tourenplanung	112
6	Die Abrechnung der Leistungen	118
6.1	Die Vorbereitung der Abrechnung	118
6.2	Der Ablauf der Abrechnung	120
6.3	Die Erfolgsmessung der monatlichen Abrechnung	122
6.4	Nachbereitung der Abrechnung	123
6.4.1	Sofortige Bearbeitung der offenen Posten	123
6.4.2	Umgang mit Rückläufern	123
6.4.3	Einleitung des Mahnwesens	124
6.4.4	Abarbeitung alter offener Posten	124
6.5	Kennzahlen für die Abrechnung	125
7	Weitere ambulante Versorgungsformen	126
7.1	Die ambulante psychiatrische Hauskrankenpflege	127
7.1.1	Voraussetzungen für die Erbringung der ambulanten Psychiatriepflege	127
7.1.2	So kalkulieren Sie Erlöse in der psychiatrischen Hauskrankenpflege	129
7.2	Die ambulante Intensivpflege	133
7.2.1	Gesetzliche Grundlagen	133
7.2.2	Personelle Voraussetzungen	135
7.2.3	Zusammensetzung des Kostensatzes	136
7.2.4	Proaktive Risikosteuerung	138
7.3	Spezialisierung auf chronische Wunden	140

8	Umsetzung der Tariftreue	143
8.1	Aufbau und Höhe der Löhne	144
8.1.1	Grundlohn/Tabellenentgelt	144
8.1.2	Regelmäßige Jahressonderzahlungen	146
8.1.3	Vermögenswirksame Leistungen des Arbeitgebers	146
8.1.4	Pflegetypische Zulagen	146
8.1.5	Lohn für Bereitschaftsdienst und Rufbereitschaft	147
8.1.6	Pflegetypische Zuschläge	148
8.1.7	Durchschnittliches regionales Entgeltniveau	148
8.2	Einhalten der Vorgaben aus der Tariftreue	150
8.2.1	Pflegedienste sollten proaktiv handeln	151
8.2.2	Notwendige Unterlagen bei Tarifanlehnern	152
8.2.3	Nachweis bei Anwendung des durchschnittlichen regionalen Entgeltneaus	152
8.2.4	Achtung Fallstricke	154
8.3	Spielraum bei Vergütungsverhandlungen – was man draufpacken kann	156
8.4	Fazit	158
9	Risikosteuerung	159
9.1	1. Schritt: Die Risikoidentifikation – Wo die Gefahren lauern	159
9.2	2. Schritt: Die Definition konkreter Risiken	160
9.3	3. Schritt: Die systematische Risikoanalyse hinsichtlich Eintrittswahrscheinlichkeit und Schweregrad der Folgen	161
9.4	4. Schritt: Die Risikosteuerung – Minimierung oder gar Beseitigung	163
10	PDL-Reporting – Zahlen, Daten, Fakten für die Geschäftsführung	165
10.1	Patientendaten	168
10.2	Pflegesituation	168
10.3	Pflegecontrolling	168
10.4	Ergebnisqualität	168
10.5	Qualitätsmanagement	169
10.6	Umsatz- und Gewinnkennzahlen	169
11	So funktioniert der erfolgreiche Recruitment-Marketing-Aktionsplan	170
11.1	Worum geht es beim Personal-Marketing?	172
11.1.1	Ziel 1: Steigern Sie die Bekanntheit Ihres Unternehmens und schaffen Sie eine Arbeitgebermarke	172
11.1.2	Ziel 2: Schaffen Sie Vertrauen, um in die nähere Auswahl zu gelangen	173
11.1.3	Ziel 3: Stellen Sie die Botschaft in den Mittelpunkt	173

11.2	Personal-Marketing	174
11.2.1	Schritt 1: Definieren Sie Ihre Personal-Marketing-Ziele ..	174
11.2.2	Schritt 2: Identifizieren Sie Ihre Kandidaten-Persönlichkeit	175
11.2.3	Schritt 3: Definieren Sie das Wertversprechen an Ihre Mitarbeiter	176
11.2.4	Schritt 4: Erstellen Sie Rekrutierungsinhalte	177
11.2.5	Schritt 5: Nutzen Sie auch soziale Medien	179
11.2.6	Schritt 6: Entwickeln Sie Botschafter für die Arbeitgebermarke	180
11.2.7	Schritt 7: Multikulti, Multi-Channel und Multivitamin ...	181
11.2.8	Schritt 8: Bauen Sie Ihren Talentpool auf und nutzen Sie die Kraft der Community	182
11.2.9	Schritt 9: Messen Sie die Ergebnisse Ihres Personalmarketings	184
11.3	5 Strategien, um Top-Talente anzuziehen	185
11.3.1	1. Optimieren Sie Ihre Website mit einer Karriereseite	185
11.3.2	2. So erstellen Sie Ihre erfolgreiche LinkedIn-Unternehmensseite – dranbleiben lohnt sich!	187
11.3.3	3. Welches Arbeitgeber-Bewertungsportal passt zu Ihrem Recruitment-Aktionsplan?	191
11.3.4	4. Video-Marketing wirkt – emotionales Marketing auch	192
11.3.5	5. Sind Sie bereit, Ihr Personal-Marketing in Gang zu bringen?	195
	Literatur	196
	Register	197