Sanitätshaus/Wohnberatung

Immer mehr Kunden warten auf Lösungen

Immer älter, immer länger in den eigenen vier Wänden – die Situation der Silver Generation lässt sich knapp auf diesen Nenner bringen. Dass deshalb die Nachfrage nach Hilfs- und Pflegehilfsmitteln quasi von selbst mitwachsen wird, ist für die Sanitätshausbranche schön, aber auch eine Binsenweisheit. Doch das Thema Älterwerden birgt mehr Potenzial. Aktuell spielt sich hier das Thema „Wohnberatung" in den Vordergrund. Weshalb und welche Schlüsse daraus zu ziehen sind – darüber unterhielt sich MTD mit Ulrich Clausen, Gründer und Berater des Sanitätshaus-Netzwerks Vital-Er-Leben.

Das Thema „Wohnberatung" spielt sich in der Hilfsmittellandschaft in jüngster Zeit mehr und mehr in den Vordergrund. Weshalb?

Weil zum einen viele Menschen, denen wir die rezeptpflichtigen Hilfsmittel wie Rollator, Rollstuhl, Pflegebett und Badewannenlifter ausliefern, uns verstärkt darauf ansprechen. Unsere Auslieferungsfahrer kommen dann zurück und wir diskutieren diese Themen im Unternehmen. Manche Fachhändler stellen sich darauf ein, machen eigene Konzepte und machen dem Kunden entsprechende Angebote.

Hinzu kommt, dass immer mehr Menschen im Alter in ihrer eigenen Wohnung wohnen bleiben wollen. Zwangsläufig beschäftigen sie sich dann natürlich auch mit barrierefreien Umbauten. Da kann unsere Branche eine wichtige Schnittstelle sein.

Kein Zufall also, dass auch zwei von Ihnen organisierte Workshops im November 2019 das Thema aufgriffen. Welche Erkenntnisse haben Sie dabei zu diesem Thema gewonnen?

Wir haben spannende Diskussionen diesbezüglich geführt und werden dieses Thema auch gezielt weiterverfolgen. In einer Arbeitsgruppe wollen wir unser Konzept weiter diskutieren und den Beratern eine Checkliste mit Fragen an die Hand geben, die es ihnen ermöglicht, die richtigen Fragen für eine umfassende Wohnberatung zu stellen. Gleichzeitig soll der Kunde einen Ordner mit wichtigen Informationen zum Thema „Barrierefreiheit" erhalten.

Parallel dazu möchte ich das Thema auch in unserem Netzwerk Vital-Er-Leben weiter thematisieren, damit wir von den bereits erfolgreichen Kollegen lernen können.

Welche Fragen stehen hier im Mittelpunkt?

Foto: Vital-Er-Leben

Ulrich Clausen sieht im Thema „Wohnberatung" einen interessanten Markt für den Sanitätsfachhandel.

- Welche Zusatzverkäufe kann ich durch Cross- und Up-Selling generieren?
- Wie gelingt es mir, aus bestehenden Kundenkontakten höhere Erträge zu erwirtschaften?
- Welche Marketingmaßnahmen sind am effizientesten?
- Wie bekomme ich Kunden in meine Ausstellung?
- Wie erfolgreich ist Empfehlungsmarketing?

Wie lässt sich das Thema „Wohnberatung" konkreter fassen – hinsichtlich der dafür infrage kommenden Produkte und Dienstleistungen?

Es geht in allen Wohnbereichen um die Barrierefreiheit. Einen schönen Beitrag dazu findet man auch unter www.medihaus.de. Wir können uns zum zertifizierten Wohnberater ausbilden lassen und über die Fördermöglichkeiten informieren.

Wichtig ist die Zusammenarbeit in einem Netzwerk mit Branchenlieferanten (z. B. Saljol, Alber, Delphicare, Kubivent), Bauhandwerk, Apotheken, Therapeuten und kommunalen Interessenvertretern. In Hamburg gibt es dafür z. B. den Verein Barrierefrei Leben e.V., der sich zurzeit komplett neu aufstellt und mit einer neuen Ausstellung präsentiert.

Das Gesundheitsunternehmen XY will sich stärker mit dem Thema befassen. Welche personellen und operativen Voraussetzungen müssen erfüllt sein?

Es ist unserer Meinung nach sinnvoll, einen Verantwortlichen im Unternehmen zu bestimmen, bei dem alle Fäden über das eigene Konzept zusammenlaufen. Die Auslieferungsfahrer lassen einen Ringbuchordner mit den bereits erwähnten Unterlagen beim Kunden. Bei Bedarf führt der ausgebildete Wohnberater ein ausführliches Gespräch – entweder in der Häuslichkeit oder noch besser in der eigenen Reha-Ausstellung. Dabei ist es zunächst wichtig, gut zuzuhören und viele Fragen zu stellen (Checkliste).

Welche qualitativen Voraussetzungen sind das A und O? Es soll ja bereits entsprechende Fortbildungskurse geben.

Richtig, es gibt Kurse, in denen man sich zum Wohnberater ausbilden lassen kann. Wichtig ist aber auch der regelmäßige Austausch unter den Beratern. Wir haben hierfür bei Vital-Er-Leben eine Arbeitsgruppe ins Leben gerufen, die sich erstmals im Januar traf.

Was kann ein Sanitätshaus in Sachen „Wohnberatung" konkret an Hilfestellung geben? Könnten Sie das bitte an Beispielen skizzieren?

Ein Reha-Mitarbeiter liefert dem Kunden ein Pflegebett, baut es auf und weist den Kunden und Angehörige in die Bedienung ein. Wir wissen alle, dass von den Krankenkassen nur eine Standard-Pflegebettmatratze mitgeliefert wird. Wir lassen jetzt dem Kunden ein Musterstück einer Weichlagerungsmatratze da, damit er sich von den Qualitätsunterschieden selbst überzeugen kann.

Anderes Beispiel: Wir bauen dem Kunden einen Haltegriff im Bad an. Mit dabei haben wir dann einen hochwertigen, optisch ansprechenden Duschhocker und sagen dem Kunden, dass viele unserer Kunden, die Hilfsmittel im Bad benötigen, von einem solchen oder ähnlichen Duschhocker überzeugt sind.

Welche Zielgruppen sollte man bei diesem Thema vor allem im Auge haben?

Wichtigste Zielgruppe sind natürlich zuallererst die Personen, die von uns mit rezeptpflichtigen Hilfsmitteln bereits versorgt werden. Da fällt es dann auch leichter, weiter ins Gespräch zu kommen.

Gibt es verlässliche Zahlen, welches potenzielle Marktvolumen sich hinter dem Thema „Wohnberatung" verbirgt?

Dazu habe ich bisher keine Daten ermittelt. Tatsache ist aber, dass dieses Thema bei fast allen meinen betreuten Sanitätsfachhändlern auf breites Interesse stößt. Ich denke, wer als Fachhändler hierfür ein Konzept hat, wird in seiner Region ein riesiges Potenzial vorfinden.

Ein junges Thema wie „Wohnberatung" könnte ja auch für branchenfremde Unternehmen interessant sein. Wie groß ist die Gefahr, dass über Umwege hier neue Anbieter in den Hilfsmittelmarkt drängen?

Diese Gefahr sehe ich nicht, zumal mir hier die regionale Komponente wichtig erscheint: kurze Wege, persönliche Ansprechpartner, Vertrauen aufbauen, regionale und zuverlässige Netzwerkpartner.

Und positiv gesehen: Welche Vorteile winken einem im Hilfsmittelbereich aktiven Dienstleister, wenn er das Thema „Wohnberatung" aktiv und richtig angeht? Neben dem rein wirtschaftlichen Interesse der Ertrags- und Umsatzausweitung sind es vor allem Kompetenz, Service- und Dienstleistungsorientierung, die mich als Marke in meiner Region weiter stärken. Da habe ich die Marketingkomponente dann gleich mit abgedeckt.

Herr Clausen, danke für das Gespräch.

wds

Der PARAVAN PR 25 Elektrorollstuhl

So flexibel wie kein anderer...

Das jüngste Mitglied der PARAVAN PR Elektrorollstuhlserie kann den Sitz bequem bis zum Boden herunterfahren. Damit können Gegenstände auf dem Boden einfacher erreicht werden und Kinder können dadurch mit anderen spielen und auf einer Höhe sein. Einzigartig ist auch die Funktion, den Sitz horizontal komplett nach vorne zu fahren, wodurch ein Umsitzen erleichtert wird. Darüber hinaus ist der PR 25 standardmäßig mit einer leicht zu bedienenden Joystick Steuerung ausgestattet und mit einem individuell anpassbaren und mitwachsenden Sitzsystem.

PARAVAN
MOBILITÄT FÜR DEIN LEBEN

Für weitere Informationen einfach den QR-Code scannen

+49 (0) 73 88 / 99 95-612 · info@paravan.de

www.paravan.de