

Leistungen für Zusatzversicherte – Ertragsoptimierung in der Spital-Hotellerie

Die Minibar allein reicht nicht mehr

Krankenversicherungen werden zunehmend kritischer bei der Leistungsverrechnung von Spitälern für zusatzversicherte Patientinnen und Patienten. Die Differenzierung der Leistungen im Hotellerie-Bereich erfolgt neben dem Verpflegungsangebot sowie der Zimmerauswahl und -ausstattung anhand der Differenzierung weiterer Dienstleistungen.

Eine einmalige Befragung unter den teilnehmenden Spitälern im Rahmen des Hotellerie Benchmarks, der jährlich von der Firma BEG Analytics AG in Zusammenarbeit mit dem Institut für Facility Management der ZHAW erhoben wird, hat versucht den Unterschieden auf den Grund zu gehen. 21 Institutionen haben an der Befragung teilgenommen.

Ähnlichkeiten und Unterschiede in den derzeit gebotenen Leistungen

Bei der Zimmerauswahl bestehen nach wie vor die bedeutendsten Unterschiede. Neben Einbett-Zimmern gilt eine eigene Privatabteilung zum Leistungsangebot ausschliesslich für Privatversicherte. Die Grundausstattung der Zimmer ist häufig vergleichbar für die verschiedenen Versicherungskategorien (Privat, Halbprivat, Grundversichert), differenziert wird bei zusätz-

lichen Annehmlichkeiten wie zum Beispiel einer besonderen Aussicht, einem Balkon oder Terrasse sowie einem Arbeitsplatz. Teilweise können diese Extras von obligatorisch oder halbprivat Versicherten gegen einen Aufpreis ergänzt werden.

Zusatzangebote in der Zimmerausstattung

Neben der Zimmerausstattung wird der Erfordernis zur Abgrenzung von Halbprivat- und Privatversicherten mit Zusatzangeboten (Kissenmenü, Unterhaltungselektronik, zweiter Flatscreen-Bildschirm, etc.) begegnet. Die teilnehmenden Institutionen gaben eine grosse Bandbreite an Services an, in denen sie Potential sehen, um einerseits als Alleinstellungsmerkmal (USP) beworben zu werden und andererseits eine hinreichende Differenzie-

rung darzustellen. Im Umkehrschluss zeigte sich auch, dass die technische und gesellschaftliche Entwicklung nicht ausser Acht gelassen werden darf. War (kostenloses) W-LAN vor Jahren noch Zusatzversicherten vorbehalten, so gehört es heute zum Standard für alle und stellt keinen USP mehr dar. Mit anderen Worten: Diesen Punkt können Sie getrost aus Ihren Broschüren für Zusatzversicherte streichen.

Als besonders innovative Ansätze zur Leistungs-differenzierung wurden beispielhaft hochwertige Beauty-Artikel, eine Executive Lounge, flexible Weckzeiten oder ein Parkservice genannt. Worüber die Auswertungen keine Aussage machen ist, welche Leistungen die Patienten und Patientinnen als Standard in einer Institution betrachten und wie wichtig ihnen die verschiedenen Angebote sind.





Ilona Klama ist wissenschaftliche Mitarbeiterin für Hospitality und Service Management am Institut für Facility Management der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW). Ihre Arbeitsschwerpunkte sind Food Service und Hotellerie Benchmark im Gesundheitswesen. Ilona.klama@zhaw.ch

À-la-carte Verpflegungsangebote und Snacks für Besuchende

Dienstleistungsunterschiede in der Verpflegung sowie die Möglichkeit für Übernachtungen sind hier Mittel zur Abgrenzung gegenüber dem Wettbewerb. Privatversicherte dürfen sich an einem à-la-carte Angebot und deren Besuchende an einer Getränkeauswahl über das Standardangebot hinaus inklusive Snacks erfreuen. Auch zeigt sich, dass der Speisen- und Getränkeservice

flexibel und über einen langen Zeitraum im Tagesablauf hinweg auf Abruf genutzt werden kann.

Gebärende als Multiplikatorinnen für positive Aufenthaltserlebnisse

Besondere Leistungsangebote gibt es auch bei Mutterschaft, wie bspw. die Möglichkeit Familienzimmer zu belegen oder Wellness- und Massageangebote zu nutzen. Dieser besondere Moment der Geburt kann durch zusätzliche Dienstleistungen die Positivität des Anlasses unterstützen. Interessanterweise findet hier wenig Leistungs-differenzierung statt, viele Leistungen werden über alle Versicherungsklassen hinweg angeboten. Das legt nahe, dass sich ein angenehmes Spitalerlebnis und ein qualitativ angemessenes Hotellerie Angebot beim freudigen Ereignis in allen Generationen der Familien herumsprechen sollen. Es bietet sich also der Schluss an, dass in diesem Bereich durch minimierte Leistungs-differenzierung möglichst viele frischgebackene Eltern als Fürsprecher der Institutionen für andere anstehende medizinische Behandlungen im Familien- und Freundeskreis dienen können.

Revenue Management als Instrument zur Ertragsoptimierung

Generell sind der Kreativität beim Dienstleistungsangebot wenig Grenzen gesetzt – meist sind sie finanzieller Natur. Die Vielfalt der angebotenen Dienstleistungen, die von «Nicht stören»-Schildern über Shuttle Services bis hin zu Bildungsangeboten reichen können, ist enorm. Auch zukünftig wird eine klare Differenzierbarkeit der Leistungen für Zusatzversicherte für die Ver-

cherungen von Bedeutung sein. Gleichzeitig bieten diese Abstufungen ein Potenzial für aktive Zusatzverkäufe (upgrades) in der Spitalwelt, wie sie in Hotels bereits vielfach angewendet werden. Eine Frage, die sich aus der Befragung ergibt, ist, inwieweit Revenue Management Praktiken (bekannt von Fluggesellschaften und Hotelketten) zur Ertragsoptimierung auf die Spital-Hotellerie übertragen werden können. Ein Studierendenprojekt im Bachelor Facility Management der ZHAW geht aktuell genau dieser Fragestellung nach. Es bleibt also spannend...

Mehr zum Thema

Benchmark zum Technischen Facility Management: www.tfm-benchmark.ch
Aktuelle Vergleiche und wissenschaftlich fundierte Analysen zu **Kosten, Leistungsportfolio und Wertbeitrag** Ihres TFM.

Hotellerie Benchmark:
www.hotellerie-benchmark.ch
Aktuelle Vergleiche und wissenschaftlich fundierte Analysen zu den **Kosten und Leistungen** Ihrer Gastronomie und Reinigung.

Veranstaltungshinweis: «Food Service Perspektiven» im Rahmen der Lake Week Future of Food in Wädenswil am 2. Februar 2024. Details zum Programm finden Sie hier:
www.zhaw.ch/de/lfsfm/ueber-uns/offene-hochschule/lake-week/food-service-perspektiven/

Fremdinsert 1/3