

Wahlleistungen vermarkten durch Patientenportale

Patientenportale managen und erfolgreich weiterentwickeln – Vom Projekt zur wirksamen Versorgungsteuerung.

Nicole Weider
Marketing- und Kommunikations-Ökonomin (VWA)
Systemische Organisationsberaterin, Fachbuchautorin

12.11.2025



© 2004 Dr. Starke Managementsysteme

Meine Erfahrung zeigt,

Wenn wir über Wahlleistungen sprechen, denken viele zuerst an
Einzelzimmer, Menüwahl oder den Chefarzt.

Doch Sie sind mehr:

Sie sind ein Ausdruck von Wertschätzung, ein Signal für:

Wir sehen Sie, wir kümmern uns um Sie.



Sie zeigt auch

Viele Kliniken bieten hervorragende Wahlleistungen an – aber Patient:innen kennen diese nicht bzw. werden erst bei der Aufnahme über die Leistungen informiert.

Folge...

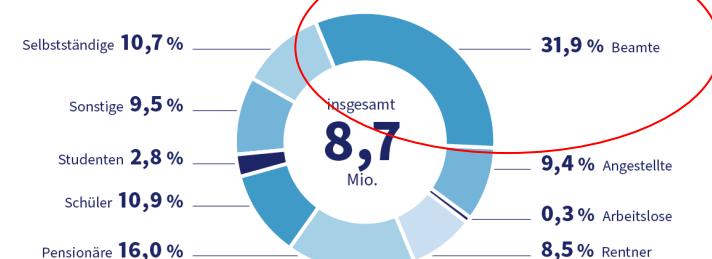


Wahlleistungen sind möglich bei



Aus der Mitte der Gesellschaft

Personengruppen in der Privaten Krankenversicherung



Beispiel

Ein Patient:in erinnert sich später selten daran, welche Farbe die Wände im Zimmer hatten.

Aber er/sie erinnert sich sehr genau daran, **wie er/sie sich gefühlt hat** – ob jemand sich Zeit genommen hat, ob er sich willkommen gefühlt hat, ob alles stimmig war.

→ „**Wahlleistungen**“ sind das, was Patienten:innen später erzählen, wenn sie über ihren Aufenthalt sprechen.



... und füllt die Kassen...

| Wahlleistung im Krankenhaus | Kosten (pro Nacht) |
|--------------------------------|--------------------|
| Einzelzimmer | 100 bis 200 EUR |
| Zweibettzimmer | 50 bis 100 EUR |
| Rooming-in einer Begleitperson | 100 bis 200 EUR |
| Familienzimmer (Entbindung) | 125 bis 200 EUR |
| Wahlmenü | 15 bis 25 EUR |

Beispiel:

- 10 Doppelzimmer: a`80 €/Person - 20 Tage
- > 1 P/20 Tage = 1600,-
- 10 Zimmer/20 Tage = 44.800 €/Monat
- Ein Jahr ca. 537.600 €/Jahr

Wie mache ich das?

- **Digitalisierung nutzen, um Wahlleistungen erlebbar zu machen.**

Patientenportale sind nicht nur Verwaltungsplattformen – sie **sind digitale Schaufenster**.

- Beschreiben Sie Ihre Wahlleistungen dort emotional, mit Bildern, einfacher Sprache und klaren Vorteilen:
 - *Was bringt es mir als Patient? Wie fühlt sich das an?*
- **So wird aus einem Klick eine bewusste Entscheidung.**

Persona: Rainer, 71 Jahre, Rentner



Eigenschaften:

Alter: 65+ Jahre

Aussehen: Älter, graue Haare oder Glatze, gepflegtes Auftreten

Beruf: Meistens im Ruhestand, ehemals in gehobenen Positionen

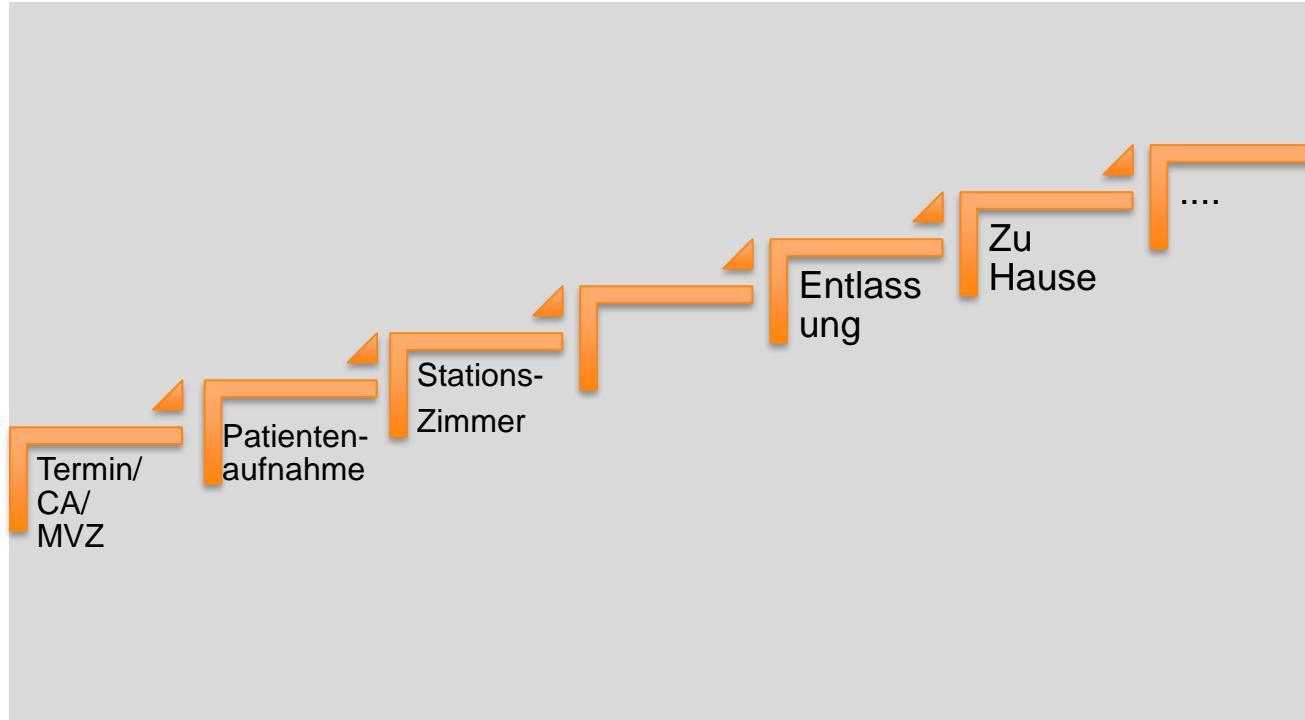
Interessen:

- Gesundheit und Wellness
- Familie und Enkelkinder
- Reisen (komfortabel)
- Kultur und Tradition

Bedürfnisse im Krankenhaus:

- Höchste medizinische Standards und spezialisierte Altersmedizin
- Barrierefreiheit und Sicherheit
- Komfortable und ruhige Umgebung
- Freundliches und verständnisvolles Personal
- Möglichkeit zur Mitaufnahme eines Partners oder einer Betreuungsperson

Kontaktkette/Touchpoint



Mein Fazit:

- Wahlleistungen verkaufen ist *keine One-Man-Show*, sondern ein Gemeinschaftsprojekt, **ein interdisziplinäres Teamprojekt**.
- Ein *Prozess*, der sich am **Behandlungsprozess des Patienten orientiert**.
- Dabei geht es um *Beziehungen und Menschen*, gemeinsam eine **vertrauensvolle Kommunikation** aufzubauen.
- Es geht auch um **Veränderungen / Change Management**, die oft mit **Ängsten und Widerständen** beim Personal verbunden sind.

... hin hzu



Viel Erfolg!



Nicole Weider, Telefon: 0172 675 74 14, E-Mail: info@nicole-weider.de
Löherstraße 29, 36037 Fulda - www.nicole-weider.de

www.teamarbeit-im-krankenhaus.de

Autorin März 2020 Co-Autorin Juni 2019

