

## *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



# 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.

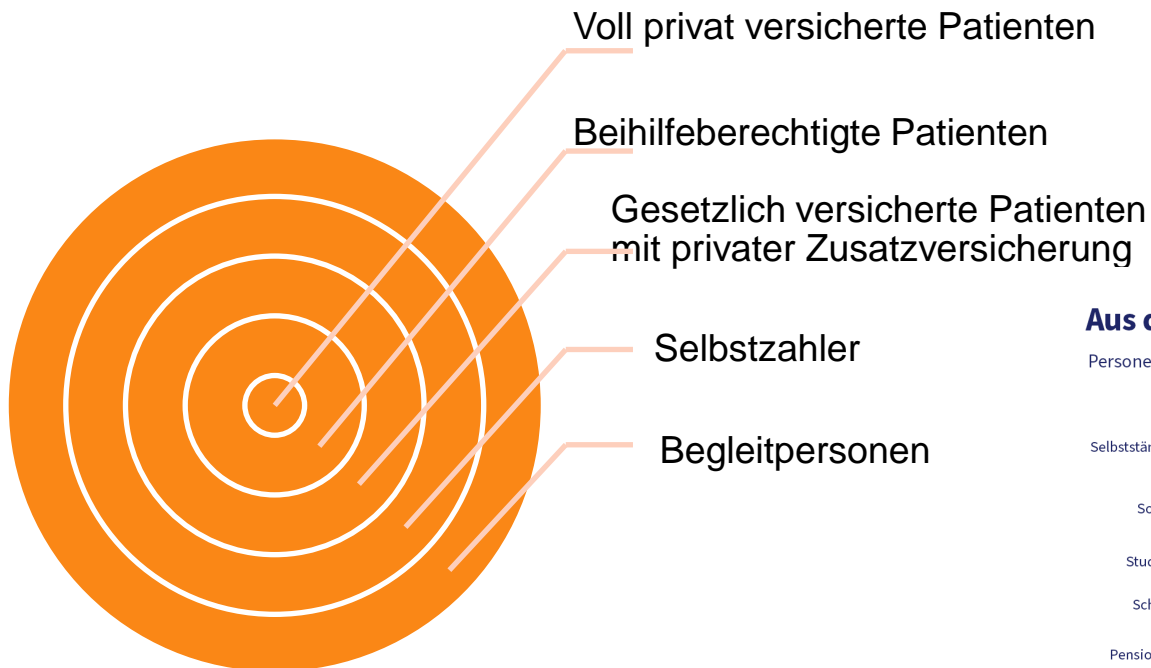
Folge...



**nicole weider**  
Kommunikation im Gesundheitswesen

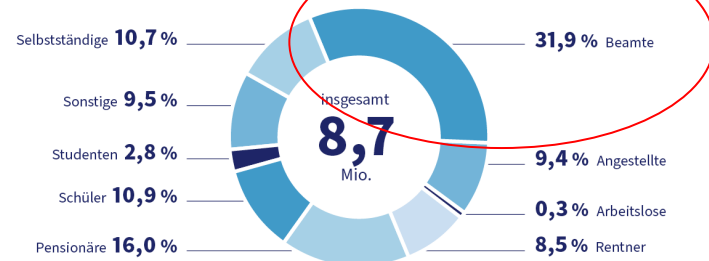


# Wahlleistungen sind möglich bei



## 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

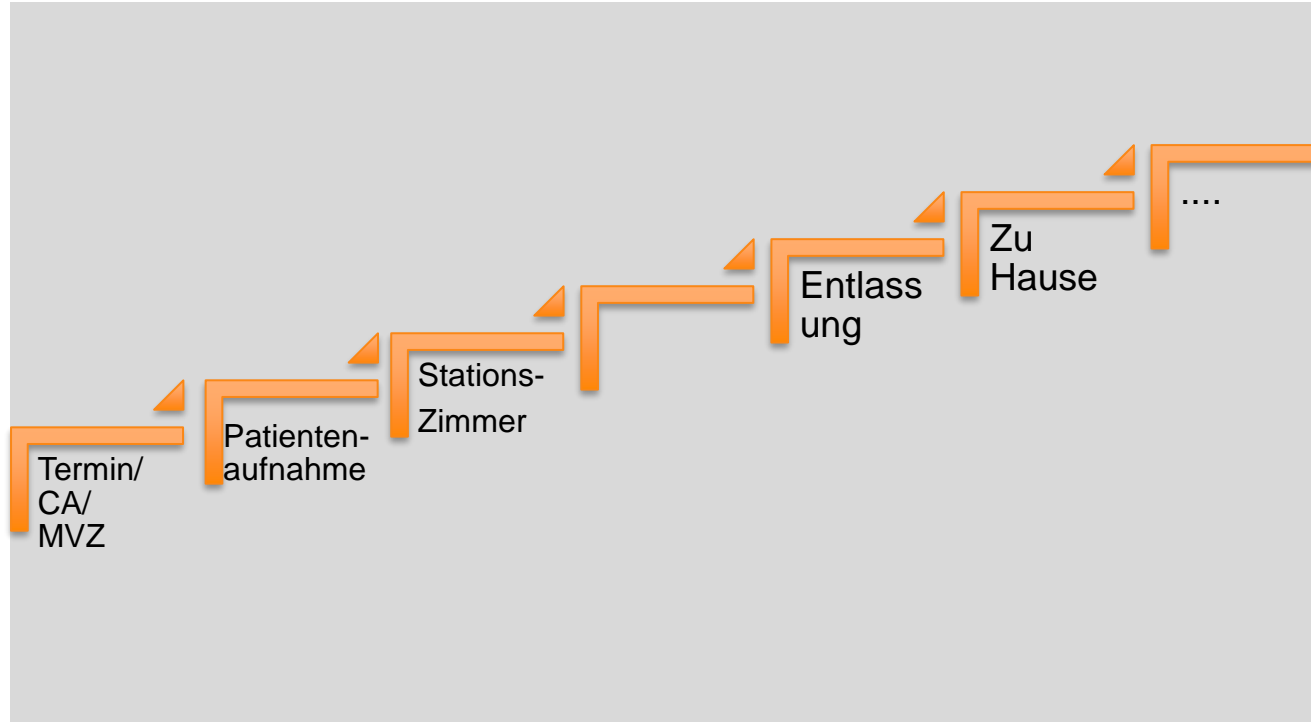
## **Interessen:**

- 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: 01 72 6 75 74 14, E-Mail: [info@nicole-weider.de](mailto:info@nicole-weider.de)  
Löherstraße 29, 36037 Fulda - [www.nicole-weider.de](http://www.nicole-weider.de)

[www.teamarbeit-im-krankenhaus.de](http://www.teamarbeit-im-krankenhaus.de)

Autorin März 2020



Co-Autorin Juni 2019

