



Foto: Fotolia/Daddy Cool

On the road

Unterwegs als mobiler Fußpfleger

Was der eine als reinste Knochenarbeit empfindet, ist für den anderen ein vielversprechender Start in eine neue Existenz. Damit das Projekt „ambulante Fußpflege“ schnell Fahrt aufnimmt, sollten Sie gut planen – wichtige Aspekte.

Nicht jeder will und kann sich Praxisräumlichkeiten leisten und investiert daher lieber in eine solide mobile Grundausstattung, mit der er seine Kunden „draußen“ optimal bedienen kann. Das hat durchaus Potenzial. Denn meist ist es die ältere Klientel, die sich selbst nicht mehr in eine Fußpflege-Praxis bewegen kann – sei es durch Krankheit, eine eingeschränkte Gehfähigkeit oder gar Gehbehinderung, eine schlechte Verkehrsanbindung oder lange Wartezeiten bei eingeschränktem Sitzvermögen verursacht. Diese Kunden wollen bzw. müssen besucht werden. Und sie sind teilweise recht zahlungskräftig. Dabei haben sie auch eine sehr genaue Vorstellung davon, was sie von einer mobilen Fußpflege erwarten. Dazu gehört für sie z. B. meist auch die Zeit für einen kleinen persönlichen Plausch. Nutzen Sie diese Nachfrage und erfüllen Sie, was in puncto Leistung, Zuwendung und Preisgestaltung erwartet wird – einige Tipps hierfür.

Ins Rollen kommen

Ein Auto ist für den mobilen Einsatz unerlässlich. Es sollte praktisch sein, in die kleinste Parklücke passen, über viel Stauraum verfügen und zugleich Werbeträger sein, etwa durch eine Aufschrift an der Heckscheibe oder an den Türen. Bei Ihren Planungen sollten Sie neben den Anschaffungs- auch die Instandhaltungskosten sowie Steuern, Versicherungen und Benzin mit einbeziehen. Unterwegs sollten Sie auch mobil erreichbar sein, z. B. über ein Handy. Neben dem Gewerbeschein, der Sie zur Tätigkeit berechtigt, sollten Sie auch an einen ausreichenden Versicherungsschutz denken (u. a. für Arbeitsunfälle, Berufsunfähigkeit oder Unfälle unterwegs). Eine Berufshaftpflichtversi-

cherung, die durch Behandlungsfehler entstandene Schäden oder auch Sachbeschädigung abdeckt, sollte nicht fehlen.

Ansprechend gekleidet – diese Motto gilt auch bei der mobilen Fußpflege. Wer meint, hier ganz „leger“ auftreten zu können, der täuscht sich. Wer sich professionell präsentieren möchte, trägt die Farbe Weiß. Das muss sich nicht im kompletten Outfit zeigen, aber zumindest die Hose oder Jacke sollte weiß sein und kann mit einem bunten Farbton aufgelockert werden. Genauso wichtig ist das Schuhwerk. Ob Turnschuh oder modernes Gesundheitsmodell – es sollte nicht zu schwer sein, ein Fußbett haben und somit eine bequeme und gleichzeitig sichere Fortbewegung ermöglichen.

Den Rücken schonen

Nicht immer finden die Kundentermine in Erdgeschoss-Wohnungen statt. Oft lässt sich auch kein Parkplatz in der Nähe finden und man muss einiges an Wegstrecke zurücklegen, um ans Ziel zu gelangen – das Equipment ständig dabei: vom Koffer inklusive Schleifgerät über das Instrumentarium, Desinfektions- und Wundversorgungsmaterialien, Pflegeprodukte, die Beinstütze bis hin zum eigenen kleinen Hocker, mit dem es sich einigermaßen rückschonend arbeiten lässt. Zudem muss in einer Extratasche oft auch das mobile Büro transportiert werden: Terminkalender, Karteikarten, Handy und die persönlichen Utensilien. So lastet jede Menge Gewicht auf Schultern und Rücken. Um hier Problemen vorzubeugen, empfiehlt sich eine regelmäßige Rückengymnastik, die viele Krankenkassen z. B. in Form von Rückenschulungen anbieten und teilweise auch finanziell unterstützen. Folgende Utensilien sollten im mobilen Koffer (siehe auch Kasten

rechts) dabei sein: eine fest installierte Leuchte für eine von der Raumbelichtung unabhängige, gute Sicht beim ambulanten Einsatz, z. B. auch platzsparend mit ausziehbarem Stativ.

Das Schleifgerät sollte von der Größe und dem Gewicht her so beschaffen sein, dass es sich zusammen mit dem Koffer und allen darin befindlichen Teilen noch tragen lässt. Bei der Trockentechnik werden größere Fräser bei relativ niedrigen Drehzahlen eingesetzt, bei der Nasstechnik höhere Drehzahlen und kleinere Fräser. Die Ausstattung an Fräsern sollte auf die Basisarbeiten hin abgestimmt sein, z. B. das Abschleifen von Nagelpilzen, die Entfernung von Hühneraugen oder das Abtragen von Hornhaut. Rund drei bis vier verschiedene Fräser können pro Kunde veranschlagt werden, bei Spezialarbeiten sind aber durchaus auch mehr erforderlich. Planen Sie für mögliche Notfälle auch Ersatzfräser mit ein.

Das Instrumentarium sollte ebenfalls die Hauptarbeitsgebiete abdecken. Kopfschneider, Nagelzangen mit verschiedenen Längen und Schnittflächen für dünne und dicke Nägel, Eckenzangen, Exkavator, Skalpell oder Hobel mit Klingen bilden eine gute Basis. Hierbei muss nicht unbedingt für jeden Kunden

ein Komplettsatz mitgeführt werden. Gut ist, wenn die Instrumentensätze folienverschweißt sind. Auch im mobilen Bereich sollten Sie das Thema Hygiene ernstnehmen. Alle Instrumente können in einem Spezialbehälter mit wasserdichtem Verschluss (säurebeständig) gesammelt werden, der in Ihrem Koffer Platz findet. Vonnöten ist auch Desinfektionslösung. Zu Hause kann das Instrumentarium dann entsprechend (Ultraschall, Sterilisator) aufbereitet werden. Zum Hygiene-set gehören zudem Hautdesinfektionsmittel, Mundschutz und Handschuhe. Auch an Materialien zur modernen Wundversorgung sollten Sie denken. Dazu zählen z. B. Sprühpflaster, ein Wundschnellverband und eine Verbandsschere.

Auswahl an Präparaten

Zur umfassenden Hautpflege gehört auch das passende Pflegeprodukt. Ältere Leute haben oft trockene Haut. Daher ist es wichtig, die Füße mit viel Feuchtigkeit zu versorgen. Duftende, farbige Nagelöle oder -lacke versorgen trockene und splittige Nägel und können mögliche Verfärbungen abdecken. Auch Nagelsprays mit desinfizierenden Komponenten können den Behandlungserfolg unterstützen. Natürlich

Unverzichtbar: der Fußpflege-Koffer

Es gibt z. B. sogenannte Schnelleinsatzkoffer für die mobile Nutzung in Rucksackform. Sie können in der Hand oder auf dem Rücken getragen und auch über die Schulter geschwungen werden – ein ergonomisches Tragkonzept, das sich durch Leichtigkeit auszeichnet. Die Materialien wie verschiedene Nylongewebe mit stabilen Kunststoff-Tiefzieheinsätzen oder Kunststoffe mit Alu-Profil-Rahmen lassen sich auch leicht reinigen. Die

Trolley-Form, ein ausziehbares Gestell mit Rädern, ist vor allem für Frauen eine handliche Variante. Das Innenleben des Koffers mit seinen vielen Varianten zeichnet sich durch exakt bemessene Aussparungen aus, die auf die Steuereinheit (Schleifgerät) samt Handstück oder auf die Leuchten ausgerichtet sind. Viele Koffer haben auch Schubladen zur Aufbewahrung von Instrumenten. Gefüllt liegt das Gewicht oft zwischen 12 und 20 kg.

können Sie nicht Unmengen von Produkten mitführen, doch die Basisausstattung für Haut und Nägel sollten Sie immer dabei haben. Die Produkte müssen Sie nicht unbedingt im Koffer mitschleppen, Sie können sie in einer Spezialbox im Auto lagern und dann bei Bedarf darauf zurückgreifen. Im Sommer ist auf entsprechende Kühlelemente zu achten.

Damit die Füße gesund bleiben – gerade auch bei älteren Kunden – benötigen sie neben der intensiven Behandlung vom Profi eine regelmäßige Pflege. Ermuntern Sie Ihre Kunden dazu, täglich ein Fußbad mit geeigneten Zusätzen zu machen

und die Füße anschließend mit einer hochwertigen Pflege zu versorgen. Kann der Kunde das alleine nicht mehr leisten, sprechen Sie z. B. Familienangehörige an und bitten Sie sie darum, die Pflege zu übernehmen. Empfehlen Sie darüber hinaus, sofern das vom Bewegungsradius her möglich ist, Trockenbürstungen, die die Muskulatur kräftigen sowie den Stoffwechsel und die Durchblutung steigern können.

Bieten Sie auch verschiedene Massagen an und binden Sie die Kunden so an Ihr Unternehmen. Denn dann wird die Fußpflege nicht nur als notwendiger, dringlicher Termin empfunden, sondern auch positiv belegt.

Durch das gute Gefühl und die angenehme Berührung, die sie erwarten, freuen sich die Kunden bereits wieder auf den nächsten Besuch.

Praxistipp: Bitten Sie Ihre Kunden, doch schon kurz vor dem vereinbarten Termin selbst ein Fußbad zu machen. Dann können Sie zeitsparend arbeiten und direkt mit der Fußpflege beginnen. Das funktioniert natürlich nur bei entsprechend beweglichen Kandidaten.

Der Konkurrenz-Check

Ein bekannter Spruch besagt: „Wer seine Konkurrenz kennt wie seine Westentasche, weiß auch, wie er sie in die Tasche stecken kann!“ Schauen Sie also in Ihrem Umfeld und informieren Sie sich über Ihre Mitbewerber: Welche mobilen Dienstleistungen werden in welcher Form und zu welchem Preis angeboten? Wie unterscheiden sich die Angebote von Ihren Leistungen? Ist damit ein besonderer Service verbunden? Wo würden Sie als Kunde hingehen? Wenn Sie Ihre eigenen Stärken kennen, können Sie rechtzeitig vorbereitende Maßnahmen treffen, mit denen Sie in eventuellen Krisensituationen gezielt reagieren und sich abheben können.

Wellness wirkt

Die meisten denken, dass sich im Rahmen der mobilen Fußpflege keine Wellness-Behandlungen durchführen lassen. Aber warum denn nicht? Nehmen Sie etwa ein ansprechendes Kästchen und machen es zum Stimmungsset. Es kann z. B. zwei ätherische Öle, zwei Teelichter, eine Mini-Aromalampe, eine Stoffblüte zur Dekoration und noch eine CD mit Entspannungsmusik enthalten. Ihr Kunde wird überrascht sein, wenn Sie dann den Deckel öffnen, um ihn auf das folgende Programm vorzubereiten. Auch schöne



Foto: Fotolia/D. Ott

Verschönerungsmaßnahmen und Wellness-Einheiten haben im Rahmen der mobilen Fußpflege keinen Platz? Von wegen! Selbst Nail Art lässt sich an die Kunden bringen

Die soziale Komponente

Fußpflege im Altenheim – hier arbeiten Sie an einer besonderen und manchmal auch schwierigen Zielgruppe. Oft können die Bewohner zur Fußpflege nicht mehr in die sitzende Position gebracht werden; Sie müssen am Krankenbett arbeiten. Das bedeutet nicht nur für Sie erschwerte Bedingungen. Sofern der Kunde noch geistig klar ist, könnte es auch ihm unange-

nehm sein. Hier gilt es, dem Kunden auch unter diesen Umständen ein Gefühl der Sicherheit und des Wohlbefindens zu vermitteln. Er muss und darf kein schlechtes Gewissen haben, dass er für die Fußpflege nicht mehr die normale Position einnehmen kann. Aufgrund von mangelndem Pflegepersonal in Altenheimen oder dessen Überforderung bekommen die alten Menschen oft nicht mehr die Ansprache, die sie gerne hätten und brauchten. Berücksichtigen Sie daher auch ein kleines Zeitfenster für einige nette Worte und Gesten. Bei der mobilen Fußpflege ist die menschliche, soziale Komponente sehr wichtig. Und ein Lächeln im Gesicht gehört in jedem Fall dazu.



Foto: Fotolia/Miriam Dörr

Füße kann das Motto Ihres mobilen Besuchs sein. Mit einigen Mini-Lacken, Nail Art-Linern oder selbstklebenden Nail-Aufklebern können Sie schnell für attraktive Nägel sorgen. Ein Angebot, das nicht nur etwas für junge Kunden ist. Hier kommt es allein darauf an, wie überzeugend Sie die Dienstleistung verkaufen können.

Füße warm verpackt

Nach der Fußpflege können die Kunden noch einige Minuten entspannen, z. B. bei einer Packung in wärmenden Kräuterschuhen, die Sie mitgebracht und vorher kurz in der Mikrowelle oder im Backofen erwärmt haben. In dieser Zeit können Sie Ihre Arbeitsutensilien zusammenpacken. Wenn Sie ein Händchen für den Verkauf haben,

wird es Ihnen nicht schwerfallen, auch entsprechende Wärmeschuhe an den Kunden zu bringen. Schließlich leiden ältere Menschen oft an kalten Füßen. So finden Sie dieses Wellness-Utensil beim nächsten Besuch dann bereits im Haushalt vor und müssen es gar nicht erst selbst im Gepäck mitnehmen.

Profitieren Sie davon, dass etliche Anbieter Produktbroschüren oder Mini-Kataloge als Einkaufshilfe für die Endkunden bereithalten. So können sich diese z. B. auch daheim während der Fußpflege über die angebotenen Präparate informieren und sich in Ruhe für das Produkt Ihrer Wahl entscheiden. Dieses bringen Sie dann zum nächsten Fußpflege-Termin mit, sodass der Kunde einen Zweifachnutzen hat: die mobile Behandlung und den Porto-freien Einkauf bei einem Pro-

fi. Wichtig für die kalte Jahreszeit sind natürlich auch Pflegeprodukte und -anwendungen für kalte und trockene Füße. Hier würde sich z. B. auch eine Sprühparaffinpackung vor Ort anbieten. Sie können die Kartuschen daheim erwärmen. In einem vorgewärmten Tuch bleiben diese einige Zeit flüssig und können dann direkt beim Kunden für eine Sprühpackung benutzt werden.

Neue Ideen wagen

Machen Sie mobil und bringen Sie auch sich selbst damit immer wieder in Bewegung. Zeigen Sie Ihren Kunden überzeugend, welche Möglichkeiten die ambulante Fußpflege bietet und begeistern Sie so Menschen dafür, die nicht mehr ganz so gut zu Fuß sind und ansonsten auf diese Dienstleistung verzichten müssten – zu ihren Ungunsten.

Neben der Werbeplattform Auto können Sie u. a. auch Flyer, Mailings, die Auslage von Visitenkarten (z. B. bei Ärzten) oder Anzeigen im kostenlosen, regionalen Wochenblatt dafür nutzen, attraktiv auf Ihr Angebot aufmerksam zu machen. Wenn Sie beim ersten Besuch vor Ort dann mit einer besonderen Leistung und Ihrer zuvorkommenden Persönlichkeit punkten, werden die Kunden den nächsten Terminen richtiggehend entgegenfiebern. Und Sie dürfen sicher sein, dass man positiv über Sie spricht. ■

Autorin

Ursula Maria Schneider

Die Wellness-Beraterin (IHK) und Entspannungstrainerin beschäftigt sich seit 1996 intensiv mit der professionellen Fußpflege. Die Inhaberin des Drehpunkt Fuß entwickelt Konzepte für gesunde Schritte. Zudem arbeitet sie als Fachautorin.



Kontakt

ursula.maria.schneider@t-online.de