

Auf Achse – wie gelingt mobile Fußpflege?

Mobile Dienstleistungen sind ein wichtiger Baustein im Angebot von Fußpflegern und Podologen. Was es zu bedenken gibt, welches Material man dabei haben sollte und wie der Service am Kunden gelingt, erklärt Ursula Maria Schneider.

Was der eine als „reinste Knochenarbeit“ bezeichnet, ist für den anderen der Start in eine mögliche neue Existenz. Schließlich kann sich nicht jeder teure Praxisräumlichkeiten leisten und investiert lieber in eine sinnvolle, solide und mobile Grundausstattung, mit der er die Kunden „draußen“ optimal bedienen kann.

Mobile Fußpflege schließt mit dem „Bewegungspotenzial“ auch eine soziale Komponente mit ein. Meistens ist es das ältere Klientel, das sich nicht mehr zur Fußpflege bewegen kann. Dies kann unterschiedliche Gründe haben, zum Beispiel Krankheit, eingeschränkte Geh-

fähigkeit oder gar Gehbehinderung, schlechte Verkehrsanbindung, mitunter auch lange Wartezeiten, die aufgrund von eingeschränktem Sitzverhalten nicht möglich sind. Diese Kunden wollen beziehungsweise müssen besucht werden – nicht nur um die Leistung „Fußpflege“ in Anspruch zu nehmen, sondern die Zeit auch für einen kleinen persönlichen Plausch zu nutzen. Diese Art der Kundennähe schafft Vertrauen und bietet einen erheblichen Vertrauensvorsprung. Aber nur für den, der auch hält, was er verspricht in punkto Menschlichkeit, Leistung, Zeitmanagement und Preisfindung.

Gerade ältere Menschen sind nicht – wie oft angenommen – eher mittellos, sondern im Gegenteil: Ein teilweise recht zahlungskräftiges Kundenpotenzial mit genauen Vorstellungen dessen, was sie von einer mobilen Fußpflege erwarten und dessen, was sie auf gar keinen Fall damit verbinden möchten. Nutzen Sie dieses Potenzial und verwandeln sie es in bare Münze.

Ins Rollen kommen

Ein Auto ist für den mobilen Einsatz unerlässlich. Es muss praktisch sein, in die kleinste Parklücke passen, über einen großen Stauraum verfügen und ein potenzieller Werbeträger sein (Aufschrift zum Beispiel an der Heckscheibe oder an den Türen). Neben der prägnanten Werbung am Auto sollten auch weitere werbliche Maßnahmen wie zum Beispiel Flyer, Mailings, Auslage von Visitenkarten, Anzeigen im Ortsanzeiger und so weiter in Betracht gezogen werden. Neben den Anschaffungskosten,

sofern Sie noch kein Auto haben, sollten Sie auch die Instandhaltungskosten sowie Steuern und Versicherungen und Benzin nicht vergessen. Auch mobil sollten Sie erreichbar sein, zum Beispiel über ein Handy. Neben Ihrem Gewerbeschein, der Sie zu der Tätigkeit berechtigt, sollten Sie auch an einen entsprechenden Versicherungsschutz (Arbeitsunfälle, Berufsunfähigkeit, Unfälle unterwegs) denken. Eine Berufshaftpflichtversicherung, die Schäden, die durch Behandlungsfehler entstanden sind oder auch Sachbeschädigung abdeckt, sollte nicht fehlen. Dies gilt übrigens genauso für den stationären Einsatz.

Ansprechend gekleidet

Ein gekonnter Auftritt beginnt auch in der mobilen Fußpflege bereits beim Outfit. Wer denkt, hier ganz leger auftreten zu können, hat weit gefehlt. Auch in der mobilen medizinischen Fußpflege ist – sofern man sich professionell präsentieren möchte – die Farbe Weiß angesagt. Diese muss sich nicht im kompletten Outfit zeigen, aber zumindest Hose oder Jacke sollten weiß sein und das Erscheinungsbild kann mit einer bunten Variante aufgelockert werden. Ebenso wichtig ist das Schuhwerk. Was für viele hier der Turnschuh ist, kann für andere der – mittlerweile moderne – Gesundheitsschuh sein. Wichtig ist, er



Ambulante Versorgung wird immer wichtiger

Alle zwei Jahre legt das Statistische Bundesamt die Pflegestatistik vor. Vergleicht man die Jahre 2007 und 2009, so zeigt sich hier folgendes Bild: Die Zahl der ambulanten Pflegedienste ist um 5 Prozent auf 12 000 gestiegen. Ebenso ist die Zahl der Beschäftigten in ambulanten Pflegeberufen auf 269 000 angestiegen.

Insgesamt schätzt man zirka 2,34 Millionen Pflegebedürftige, von denen rund 717 000 in Heimen und zirka 1,62 Millionen im häuslichen Umfeld versorgt werden. Zirka 555 000 werden über ambulanten Pflegedienst versorgt.



Bei der mobilen Fußpflege gibt es viel zu beachten, damit der Kunde zufrieden ist und sich der Besuch für Sie lohnt.

sollte nicht zu schwer sein, ein Fußbett haben und somit bequemes und gleichzeitig sicheres Laufen gewährleisten.

Rückenschonendes Gepäck

Nicht immer sind es die ebenen Wege beziehungsweise die Wohnungen im Erdgeschoss, in denen Kundentermine stattfinden. Oftmals stellt sich auch das Problem mit dem Parkplatz in der Nähe. Somit muss man erst einiges an Wegstrecke zurücklegen, bevor man den Kunden erreicht. Und das Gepäck muss immer mit. Angefangen vom Koffer inklusive Schleifgerät und Instrumentarium über Desinfektions- und Wundversorgungsmaterialien sowie Pflegeprodukten bis hin zur Beinstütze und dem kleinen Hocker, der immer noch von vielen Fußpflegern mitgenommen wird, um einigermaßen rückenschonend arbeiten zu können. Neben dem klassischen Koffer wird oftmals auch noch das mobile Büro wie Terminkalender, Karteikarte, Handy und persönliche Utensilien in einer Extratasche transportiert. Jede Menge Gewicht auf Schultern und Rücken.

Um Rücken- und Schulterschmerzen vorzubeugen beziehungsweise diese in ihrer Ausprägung zu mildern, empfiehlt sich – nicht nur für mobile Fußpfleger – eine regelmäßige Rückengymnastik. Diese wird von vielen Krankenkassen in Form von Rückenschulungen angeboten, die teilweise von den Leistungsträgern auch finanziell unterstützt werden. Eine Investition in die Gesundheit, die sich alle Betroffenen leisten sollten. Denn wer sich etwas leistet, kann dann auch wieder leistungsfähiger sein – zum Wohle seiner Kunden.

Der Koffer

Beim Koffer gibt es zum Beispiel sogenannte „Schnelleinsatzkoffer“, die in Rucksackform sowohl in der Hand als auch auf dem Rücken getragen oder über die Schulter geschwungen werden können. Sie verbinden ein ergonomisches Tragekonzept mit Leichtigkeit. Die Materialien wie zum Beispiel verschiedene Nylongewebe mit stabilen Kunststoff-Tiefzieheinsätzen oder ABS-Kunststoff mit Alu-Profil-Rahmen bieten zusätzlich ein leichtes Handling beim Reinigen. Ebenso gibt es die Trolley-Form (ausziehbares Gestell mit Reifen), was vor allem für Frauen eine handliche Variante darstellt. Das Innenleben des Koffers ist in vielen Varianten durch exakt bemessene Aussparungen auf die Steuereinheit (Schleifer) und das Handstück, teilweise auch auf Leuchten ausgerichtet. Viele Koffer beinhalten zudem Schubladen zur Aufbewahrung von Instrumenten. Nicht selten haben diese gefüllt ein Gewicht zwischen 12 und 20 Kilogramm.

Ich packe in meinen Koffer...

Obwohl das Gepäck für den mobilen Einsatz so leicht wie möglich sein sollte, muss man doch „für jede Situation gerüstet“ sein. Folgende Utensilien sollten im mobilen Koffer nicht fehlen:

Leuchte

Ins Gepäck gehört auf jeden Fall eine fest installierte Leuchte für gute Sicht beim ambulanten Einsatz – unabhängig von der Raumbeleuchtung. Alternativ gibt es auch die Möglichkeit mit ausziehbarem Stativ zu arbeiten, was durch eine platzsparende Verpackung gut geeignet ist.

Schleifgerät und Fräser

Der Schleifer sollte in Größe und Gewicht zusammen mit dem Koffer und allen darin befindlichen Teilen noch „tragbar“ sein. Im Bereich der Trockentechnik werden bei relativ niedrigen Drehzahlen größere Fräser eingesetzt, in der Nasstechnik werden höhere Drehzahlen mit kleineren Fräsern (vorrangig mit Lüftungsschlitzen) gefahren. Das Fräsermaterial sollte auf die Basisarbeiten wie zum Beispiel das Ausschleifen von Nagelpilzen, Entfernen von Hühneraugen und das Abtragen von Hornhaut ausgerichtet sein. Zum Abtragen von Hyperkeratosen sollten Hartmetallfräser im Gepäck sein. Problempatienten

MYKORED®

wirkungsvoller Schutz vor Fuß- und Nagelpilz



Schöne Füße, gute Pflege!



Fordern Sie Infos und ein kostenloses Originalprodukt an, wenn Sie Mykored noch nicht kennen. (Lieferung erfolgt nur an den Fachhandel.)

Lütticke

Franz Lütticke GmbH

Lortzingstr. 14, 58540 Meinerzhagen
Tel: 0 23 54-9 09 90, Fax: 0 23 54-1 34 34
info@luetticke.de, www.luetticke.de

Anbieter

Mobile Fußpflegekoffer mit entsprechendem Instrumentarium finden Sie zum Beispiel bei:

www.baehrshop.de
www.becker-medi.de
www.gehwol.de
www.ionto.de
www.podotec.de
www.hellmut-ruck.de

ten wie zum Beispiel Diabetiker sollten mit feinen Diamantfräsern bedient werden. Zirka drei bis vier Fräser können pro Kunde veranschlagt werden.

Instrumentarium

Dieses sollte ebenso wie die Fräser die Hauptarbeitsgebiete abdecken. Kopfschneider, Nagelzangen in verschiedenen großen Längen und Schnittflächen für dünne und dicke Nägel, Eckenzangen, Excavator, Skalpell oder Credo-Hobel mit Klingen bilden eine gute Basis. Hierbei muss nicht unbedingt für jeden Kunden ein Komplettsatz mitgeführt werden. Wichtig ist nur, dass die Instrumentensätze folienverschweißt sind. Glänzen Sie auch mobil mit Hygiene!

Desinfektionsset

Alle Instrumente können in einem Spezialbehälter mit wasserdichtem Verschluss, der säurebeständig ist, gesammelt werden. Dieser sollte in Ihrem Koffer Platz finden. Die Desinfektionslösung sollte von Zeit zu Zeit gewechselt werden, damit die Keime sich nicht an die Lösung gewöhnen. Zu Hause kann das Instrumentarium dann wie gewohnt in den Hygienekreislauf eingebracht werden. Ebenso zum Desinfektionsset gehören eine Hautdesinfektion, der Mundschutz und Handschuhe.

Auch der Bereich der modernen Wundversorgung sollte auf alle Fälle bedacht werden. Mit einem Mix aus Sprühpflaster, Wundschnellverband mit Verbandsschere und so weiter sind Sie auf alle Fälle gut gerüstet.

Produkte zur Nagel- und Hautpflege

Nur gepflegte Füße sind auch schöne Füße und zur perfekten Hautpflege gehört nun mal auch das individuell an-

gepasste Pflegeprodukt. Ältere Leute weisen oft ein trockenes Hautbild auf. Hier ist es wichtig, ihre Haut mit viel Feuchtigkeit zu versorgen, dafür eignen sich Produkte auf Harnstoffbasis (Urea). Es ist wichtig, dass die Poren nicht durch fetthaltige Produkte verstopft werden. Nagelöle können trockene und splittrige Nägel optimal versorgen, sowie mögliche Verfärbungen abdecken und Nagelsprays mit desinfizierenden Komponenten unterstützen die medizinische Nagelpflege. Natürlich können Sie nicht Unmengen an Produkten mit sich führen, doch die Basis- und Nagelpflege sollten Sie immer dabei haben.

Konkurrenz im Umfeld

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

Betrachten Sie mögliche Konkurrenz aber auch mal aus einem anderen Blickwinkel, dann kann ein möglicher Konkurrent sich vielleicht ganz schnell zu einem Partner entwickeln. So können Sie sich zum Beispiel in Urlaubszeiten unterstützen (Kunden werden gegenseitig übernommen) oder Sie erreichen über eine Spezialqualifikation, die der Partner nicht hat, den mobilen Kunden mit einer neuen Dienstleistung. Diese partnerschaftliche Verbindung kann sich auch auf weitere mobile Dienstleistungen übertragen, so dass ein regelrechtes mobiles Netzwerk entsteht, in dem die Kunden auch online buchen können.

Compliance ist wichtig!

Damit die Füße speziell des älteren Kundenstamms auch gesund und somit in Bewegung bleiben können, benötigen sie neben der intensiven vor allem eine regelmäßige Pflege. Halten Sie auch verschiedene mobile Massagetechniken im Angebot bereit und binden Sie den Kunden/Patienten so immer wieder an Ihr

Unternehmen. So erhält die mobile Fußpflege nicht nur den Dringlichkeitsfaktor, sondern kann auch positiv – mit Freude auf den nächsten Besuch – belegt werden.

Umsatzplus: Wellness und Kosmetik

Die meisten denken, dass Wellness im Rahmen der mobilen Fußpflege nicht praktizierbar ist. Dem ist jedoch keinesfalls so. Stellen Sie in einem kleinen ansprechenden Kästchen Stimmungsbau- steine zusammen, zum Beispiel ein bis zwei ätherische Öle, Teelichter, eine Mini-Aromalampe (gibt es auch zum schnellen Zusammenbau), eine Stoffblüte, vielleicht noch eine Stimmungscd und das mobile Ambiente ist perfekt. So bereiten Sie den Kunden perfekt auf dieses Wohlfühlelement vor.

Schöne Füße

Einige Lacke mit Nail-Art-Linern oder selbstklebenden Nail-Aufklebern können schnell eingesetzt schöne Nägel mit dem gewissen Extra zaubern. Und das ist nicht nur etwas für die Jugend! Hierbei kommt es allein darauf an, wie überzeugend Sie eine solche Leistung verkaufen können. Denken Sie an die Kombination von Pflege und Verschönerung. Und wer von den Damen, die Sie besuchen, will nicht schön sein? Das kann durchaus bei den Füßen beginnen, wenn Sie Ihren Kunden überzeugen können, dass erst gesunde Füße Wege zu schönen Dingen eröffnen können. Und schon haben Sie mit „Schönheit“ gepunktet.

Warm verpackt

Auch können die Kunden nach einer Fußpflege noch einige Minuten mit einer Packung wärmender Kräuterschuhe, die Sie mitgebracht und vorher kurz in der Mikrowelle oder im Backofen erwärmt haben, entspannen. In dieser Zeit räumen Sie Ihre Utensilien zusammen. Sofern Sie ein Händchen im Verkauf haben, wird es Ihnen nicht schwerfallen, diese Schuhe dem Kunden zu verkaufen. Schließlich leiden ältere Menschen öfter an kalten Füßen. So finden Sie darüber hinaus auch einen Wellnessbaustein beim nächsten Besuch bereits vor und Ihr Gepäck ist um einiges leichter. Ebenso bietet die Industrie mittlerweile einige Einkaufshilfen für die Kunden in Mini-Katalogform an, so dass diese sich zu Hause (während der Fußpflege) informieren und in Ruhe das Produkt der



So nicht! Mit unprofessionellem Outfit, ungeeignetem Schuhwerk und zu schwerem Gepäck sollte man nicht beim Hausbesuch erscheinen. (Fotos: fotolia.de)

Wahl ordern können. Zum nächsten Termin bringen Sie das Produkt mit und der Kunde profitiert vom Zweifachnutzen, mobile Fußpflege und professioneller Einkauf – portofrei.

Neues wagen

Nähern Sie sich doch Ihren mobilen Kunden mal auf eine ganz besondere Weise: Indem Sie versuchen, sie für die Pflege der Füße zu sensibilisieren. Nutzen Sie dafür eine schöne Karte, auf der ein Fuß abgebildet ist und formulieren Sie auf der Rückseite einen „liebvollen Umgang zu Fuß“ wie zum Beispiel:

*Liebe deine Füße
... wie dich selbst*

*Gehe achtsam auf ihnen
Und mit ihnen um
Zeige ihnen dein Mitgefühl
Und deine Zärtlichkeit
Gib ihnen Raum und Zeit*

*Halte und streichle sie
Wärme, pflege und schütze sie
Damit du lange gut gehst
... auf deinen Füßen*

(aus: Die acht Schritte der Achtsamkeit, Friedrich D. Hinze)

So kommen Sie ins Gespräch. Langfristig finden sich vielleicht auch andere bei Ihnen als Interessenten oder sogar Neukunden ein. Spätestens dann ist für Sie klar, dass Sie ein Thema gewählt haben, das viele angesprochen hat und immer wieder zu der Basis zurückführt – den Füßen. So geht Ihr Konzept mit Sicherheit auf und Sie und Ihr Kunde sind immer „gut zu Fuß“ und bereit für den nächsten Termin. «

Anschrift der Verfasserin:

Ursula Maria Schneider
Drehpunkt Fuß
– Konzept für gesunde Schritte –
Zum Grauen Stein 38
65201 Wiesbaden
www.drehpunkt-fuss.de

Die September/
Oktober-Ausgabe von

DER FUSS
Fachzeitschrift für Podologie und Fußpflege

ist die Messeausgabe zur



Für Ihre Werbeplanung unsere aktuelle Themenvorschau:

Schmerz

- Ansätze der Schmerzforschung
- Schmerz ist nicht gleich Schmerz: Migräne, Rückenschmerzen etc.
- Schmerzmanagement in der Podologie- und Fußpflegepraxis

Gerne beraten wir Sie!

Sibylle Lutz, im Büro Hannover:

☎ **0511 35319830**

Gabriele Meyer-Dahms, im Verlag in Geislingen:

☎ **07331 930-152**

Frage an unsere Anzeigenkunden?

Woran erkennen Sie die Akzeptanz einer Fachzeitschrift?

Antwort:

An der Anzahl ihrer Kleinanzeigen!

DER FUSS bietet mit seinen Kleinanzeigen den größten gedruckten Stellen- und Kleinanzeigenmarkt im Bereich Podologie/Fußpflege. Dies ist umso bedeutender, da **DER FUSS** nur alle 2 Monate erscheint. Dieser umfangreiche Kleinanzeigenteil beweist, dass die FUSS-Leser sich mit ihrer Fachzeitschrift identifizieren und als ihr Kommunikationsmedium in der Branche ansehen.

Deshalb steht Ihr Inserat in **DER FUSS** richtig! Denn mit der höchsten abonnierten Auflage und dem größten Kleinanzeigenmarkt bietet Ihnen **DER FUSS** den besten 1000er Kontaktpreis (Basis: verkaufte Auflage) und die höchste Akzeptanz in der Branche.

Alle Informationen zu **DER FUSS** finden Sie unter www.der-fuss.de, Link Mediadaten. Gerne beraten wir Sie persönlich:



Gabriele Meyer-Dahms

☎ (0 73 31) 930-1 52

E-Mail: Gabriele.Meyer@der-fuss.de



Sibylle Lutz

☎ (05 11) 35 31 98 30

E-Mail: Kontakt@Verlagsbuero-Lutz.de