



Bauer Röser

Prüfungsvorbereitung Kaufmann/Kauffrau im Gesundheitswesen

8. Auflage



EUROPA-FACHBUCHREIHE
für wirtschaftliche Bildung

Prüfungsvorbereitung

Kaufmann/Kauffrau im Gesundheitswesen

8. Auflage
Hans-Jürgen Bauer
Sindy Röser

VERLAG EUROPA-LEHRMITTEL
Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG
Düsselberger Straße 23
42781 Haan-Gruiten

Europa-Nr.: 67746



Autoren:
Hans-Jürgen Bauer
Sindy Röser

Verlagslektorat:
Anke Hahn

8. Auflage 2019
Druck 5 4 3 2 1

Alle Drucke derselben Auflage sind parallel einsetzbar, da sie bis auf die Behebung von Druckfehlern untereinander unverändert sind.

ISBN 978-3-8085-6784-5

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden.

© 2019 by Verlag Europa-Lehrmittel, Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG, 42781 Haan-Gruiten
<http://www.europa-lehrmittel.de>

Umschlag, Satz: Typework Layoutsatz & Grafik GmbH, 86167 Augsburg
Umschlagkonzept: tiff.any GmbH, 10999 Berlin
Umschlagfoto: © Hadrian – Shutterstock.com
Druck: UAB BALTO print, 08217 Vilnius (LT)

Vorwort

Die vorliegende Prüfungsvorbereitung Kaufmann/Kauffrau im Gesundheitswesen richtet sich an Auszubildende des Berufes Kaufleute im Gesundheitswesen. Der Titel bietet aktuelle und praxisgerechte Aufgaben und Problemstellungen in Form eines umfassenden Arbeits- und Lernbuchs.

Als Prüfungsvorbereitung eignet sich das vorliegende Buch sowohl zum Selbststudium als auch zur unterrichtsbegleitenden Einübung und Vertiefung von Prüfungsinhalten. Die Prüfungsaufgaben ermöglichen es den Lernenden, sich systematisch auf die Aufgabenstellungen der Abschlussprüfung vorzubereiten, um später die reale Prüfungssituation zu meistern.

- Im ersten Teil finden sich Aufgaben zu den Prüfungsbereichen 1 (Geschäfts- und Leistungsprozesse in Einrichtungen des Gesundheitswesens) und 3 (Gesundheitswesen).
- Im zweiten Teil ist ein umfangreicher Lösungsteil zur Überprüfung der Ergebnisse aus dem ersten Teil abgedruckt. Die Lösungen lassen eine einfache Selbstkontrolle zu. Zusätzlich gibt es ausführliche Erklärungen, mit denen vorhandenes Wissen „lernbequem“ angewendet und vertieft werden kann.

Die Verfasser sind als langjährige Ausbilder/-innen in der kaufmännischen Aus- und Weiterbildung in unterschiedlichen Bildungseinrichtungen tätig. Ein herzlicher Dank gilt dem Autor Hans-Günther Stegmanns, der mit dieser Auflage ausgeschieden ist.

Neu in dieser 8. Auflage

- alle Gesetzesänderungen bis Januar 2019 wurden berücksichtigt
- die Veränderung des durchschnittlichen Zusatzbeitrages der Krankenkassen sowie die Erhöhung der Pflegeversicherungsbeiträge wurden eingearbeitet
- die Anpassung des Beitrages zur gesetzlichen Renten- und Arbeitslosenversicherung wurde vorgenommen

Praxistest bestanden

Die Inhalte des Buches sind in der Lern- und Prüfungspraxis getestet. Ausgewählte Klassen haben das vorliegende Arbeits- und Lernbuch im Rahmen ihrer eigenen Prüfung bereits sehr erfolgreich verwendet.

Ihr Feedback ist uns wichtig

Wenn Sie mithelfen möchten, dieses Buch für die kommenden Auflagen zu verbessern, schreiben Sie uns unter lektorat@europa-lehrmittel.de.

Ihre Hinweise und Verbesserungsvorschläge nehmen wir gern auf.

Winter 2018/2019

Hans-Jürgen Bauer, Handelsfachwirt

Sindy Röser, Diplom-Kauffrau (FH)

Inhaltsverzeichnis

Aufgabenteil

Prüfungsbereich 1.1

Dienstleistungserstellung, Marketing, Kundenorientierung und Kommunikation	9
---	---

Prüfungsbereich 1.2

Betriebliche Organisation	23
• Aufbauorganisation.....	23
• Ablauforganisation.....	24
Leistungsabrechnung, medizinische Dokumentation und Berichtswesen	25
• Diagnosis Related Groups (G-DRG) und Krankenhausentgeltgesetz (KHEntgG)	26
• Belegärzte und deren Leistungen (§18 KHEntgG)	32
• Ärztliche und nichtärztliche Wahlleistungen	32
• Entgelte und Entgeltberechnungen im ambulanten Bereich	33
• Krankenhausstatistik	35
• Medizinische Dokumentation, Berichtswesen und Datenschutz im Gesundheitswesen	36
Beschaffung und Materialwirtschaft	38
Betriebliches Rechnungswesen	42
Betriebliches Controlling	52
• Personalwirtschaft.....	58
• Jahresabschluss	62

Prüfungsbereich 3

Aufgaben und rechtliche Grundlagen des Gesundheits- und Sozialwesens	70
• Profit- und Non-Profit-Unternehmen.....	70
• Unterschiedliche Trägerschaften.....	70
• Gemeinnützigkeit.....	72
• Tendenzbetriebe	72
Finanzierung im Gesundheitswesen – Das Krankenhausfinanzierungsgesetz (KHG)	73
Leistungserbringer und Leistungsträger	75
• Die Kassenärztliche Vereinigung.....	81
• Abrechnungskatalog bei ambulanten Leistungen	82
• Abrechnungsprocedere bei kassenärztlichen Abrechnungen.....	82
• Fachbegriffe.....	82
Qualitätsmanagement im Gesundheitswesen	84
• Rehabilitation.....	89
• Berufe im Gesundheitswesen	91
• Sozialgesetzbuch fünftes Buch (SGB V)	92

Lösungen und Erläuterungen

Lösungen und Erläuterungen zu den Aufgaben des Prüfungsbereiches 1.1

Dienstleistungserstellung, Marketing, Kundenorientierung und Kommunikation 97

Lösungen und Erläuterungen zu den Aufgaben des Prüfungsbereiches 1.2

Betriebliche Organisation	118
• Aufbauorganisation.....	118
• Ablauforganisation.....	120
Leistungsabrechnung, medizinische Dokumentation und Berichtswesen	120
• Diagnosis Related Groups (DRG) und Krankenhausentgeltgesetz (KHEntgG)	121
• Belegärzte und deren Leistungen (§18 KHEntgG).....	126
• Ärztliche und nichtärztliche Wahlleistungen	126
• Entgelte und Entgeltberechnungen im ambulanten Bereich	127
• Krankenhausstatistik	129
• Medizinische Dokumentation, Berichtswesen und Datenschutz im Gesundheitswesen	130
Beschaffung und Materialwirtschaft	132
Betriebliches Rechnungswesen	136
Betriebliches Controlling	141
• Personalwirtschaft.....	150
• Jahresabschluss	153

Lösungen und Erläuterungen zu den Aufgaben des Prüfungsbereiches 3

Aufgaben und rechtliche Grundlagen des Gesundheits- und Sozialwesens	159
• Profit- und Non-Profit-Unternehmen	159
• Unterschiedliche Trägerschaften.....	160
• Gemeinnützigkeit.....	161
• Tendenzbetriebe	163
Finanzierung im Gesundheitswesen – Das Krankenhausfinanzierungsgesetz (KHG) 165	
Leistungserbringer und Leistungsträger	168
• Die Kassenärztliche Vereinigung.....	179
• Abrechnungskatalog bei ambulanten Leistungen	180
• Abrechnungsprocedere bei kassenärztlichen Abrechnungen.....	180
• Fachbegriffe.....	181
Qualitätsmanagement und Managementtechniken	183
• Rehabilitation.....	191
• Berufe im Gesundheitswesen	193
• Sozialgesetzbuch fünftes Buch (SGB V)	195

Unternehmensbeschreibung

Die folgenden Fragen beziehen sich auf die *Wellmed GmbH* in Oberhausen.



- 1. Name und Geschäftssitz:**
 - Wellmed GmbH
 - Stadtwald 22
 - 46946 Oberhausen

- 2. Dienstleistungen:**
 - ambulante Versorgung
 - stationäre Versorgung
 - Rehabilitation
 - Altenpflege

- 3. Ausstattung:**
 - 300 Akutbetten
 - 150 Rehabetten
 - 80 Betten in der Altenpflege
 - diagnostische und therapeutische Einrichtungen
 - medizinische Geräte

- 4. Mitarbeiter:**
 - 120 Mitarbeiter im Akutbereich
 - 90 Mitarbeiter im Reha Bereich
 - 50 Mitarbeiter im ambulanten Bereich
 - 45 Mitarbeiter im Altenpflegebereich
 - 30 Mitarbeiter in der Verwaltung
 - 85 Auszubildende in allen genannten Bereichen

- 5. Leistungsangebot für:**
 - gesetzlich Versicherte
 - privat Versicherte
 - Versicherte von sonstigen Kostenträgern

Aufgabenteil

Prüfungsbereich 1.1

Geschäfts- und Leistungsprozesse in Einrichtungen des Gesundheitswesens

Dienstleistungserstellung, Marketing,
Kundenorientierung und Kommunikation

Dienstleistungserstellung, Marketing, Kundenorientierung und Kommunikation

1. Aufgabe

Sie sind als Mitarbeiterin/Mitarbeiter im Bereich der Verwaltung und des Marketings der Wellmed GmbH eingesetzt und sollen bei der Entwicklung eines Marketingkonzeptes mitwirken. Im Bereich der Altenpflege beträgt die Auslastung momentan nur 45 % und muss auf Dauer gesteigert werden. Um ein geeignetes Marketingkonzept zu entwickeln, soll die Qualität des Altenheimes durch die Bewohner bewertet werden.

Nennen Sie zu jedem der vier P's des Marketing-Mix je zwei Inhalte eines Marketingkonzeptes bezogen auf den Bereich des Altenheimes der Wellmed GmbH.

2. Aufgabe

Die momentane Kundenzufriedenheit im Bereich des Altenheimes der Wellmed GmbH soll festgestellt werden. Zu diesem Zweck möchte die Unternehmensleitung unter den Bewohnern eine Umfrage durchführen.

2.1 Formulieren Sie sechs Fragen für einen entsprechenden Fragebogen.

Eine bereits durchgeführte Umfrage ergab folgendes Ergebnis. Auf die Frage: „Wie beurteilen Sie die Ausstattung unserer Zimmer?“ haben die Befragten folgende Antworten gegeben:

sehr gut	gut	befriedigend	ausreichend	mangelhaft	ungenügend
85	112	145	65	18	2

2.2 Berechnen Sie den gewogenen Durchschnitt unter Angabe des Lösungsweges.

2.3 Beurteilen Sie die Formulierung der obigen Frage nach ihrer Aussagefähigkeit.

3. Aufgabe

Um den Bekanntheitsgrad des Altenheimes zu steigern, plant die Wellmed GmbH einen „Tag der offenen Tür“. Es sollen vor allem die geräumigen Zimmer, deren exzellente Ausstattung und die vielseitigen Freizeitangebote des Altenheimes beworben werden. Der Tag soll durch ein Sommerfest abgerundet werden. Sie sind damit beauftragt, geeignete Maßnahmen zu planen, um das Event bekannt zu machen.

3.1 Nennen Sie fünf sinnvolle Zielgruppen, bei denen Sie das Event bewerben.

3.2 Sie sollen den Termin für den „Tag der offenen Tür“ festlegen. Welche Überlegungen müssen Sie bei der Terminplanung berücksichtigen? (zwei Aussagen)

4. Aufgabe

Im medizinischen Bereich möchte die Wellmed ihr Leistungsangebot erweitern. Neue Erkenntnisse und Trends im Bereich der Alternativmedizin haben die Geschäftsleitung der Wellmed zu einer geplanten Erweiterung des Angebotes bewogen.

Folgende Anzeige soll in einer Tageszeitung erscheinen:

Neu bei Wellmed

Wir bieten Ihnen ein breites Spektrum in der TCM
(traditionelle chinesische Medizin).

Garantierte Erfolge bei Migräne und Neurodermitis!


Unsere speziell ausgebildeten Ärzte beraten Sie gerne.

Hier ein Auszug eines Dankesschreibens einer Patientin:

(...) nach nur elf Sitzungen war ich frei von meinen Migräneanfällen.

Garantiert keine Nebenwirkungen!

Kontakt und Terminvereinbarung unter www.wellmed.de
oder Telefon 02 09 / 12 3 4 56



Zuvor sollen Sie sich über das Heilmittelwerbegesetz informieren.

4.1 Erläutern Sie die Aufgaben des Heilmittelwerbegesetzes.

4.2 Beurteilen Sie diese Anzeige unter Berücksichtigung des Heilmittelwerbegesetzes.

5. Aufgabe

Das neue Leistungsangebot soll auch in die Homepage der Wellmed aufgenommen werden.

5.1 Erklären Sie drei Vorteile, die für einen Werbeauftritt im Internet sprechen.

5.2 Nennen Sie drei weitere Werbemittel und drei Werbeträger.

6. Aufgabe

Die Wellmed GmbH möchte im Bereich Wellness aktiv werden. Sie werden mit der Aufgabe beauftragt, für dieses Vorhaben die nötige Marktforschung zu übernehmen.

6.1 Marktforschung kann als Primär- und Sekundärforschung betrieben werden. Erklären Sie die Begriffe Primär- und Sekundärforschung.

6.2 Nennen Sie je zwei Instrumente der Primär- und Sekundärforschung.

6.3 Erklären Sie den Begriff Marktprognose.

7. Aufgabe

Die Unternehmensleitung der Wellmed GmbH hat beschlossen, ein Wellness- und Fitness-Hotel zu eröffnen. Sie haben die Aufgabe, den Marketing-Mix für das geplante Hotel zu erstellen und die Ergebnisse zu präsentieren.

7.1 Erklären Sie den Begriff Marketing-Mix.

7.2 Beurteilen Sie im Zusammenhang mit dem geplanten Hotel die Bedeutung des Heilmittelwerbegesetzes.

8. Aufgabe

Sie erhalten den Auftrag, bei der nächsten Vorstandssitzung der Wellmed GmbH den Marketing-Mix für das Hotel zu präsentieren.

8.1 Nennen Sie drei Verhaltensregeln eines Moderators/einer Moderatorin bei einer Präsentation und beschreiben Sie, welche Wirkung durch die Einhaltung dieser Regeln erzielt wird.

- 8.2** Um eine gelungene Präsentation durchzuführen, benötigen Sie Präsentationsmedien. Nennen Sie vier geeignete Medien.

9. Aufgabe

Nach der Präsentation soll ein Workshop stattfinden. In einzelnen Gruppen sollen Brainstormings zum Thema „Wellness und Fitness heute“ durchgeführt werden.

Welcher Grundsatz gilt für ein Brainstorming?

1. Qualität vor Quantität
2. Quantität vor Qualität
3. Qualität und nichts als Qualität
4. Qualität und Nutzen

Lösung:

10. Aufgabe

Durch die permanente Expansion der Wellmed GmbH wird die elektronische Kommunikation des Unternehmens sachlich und fachlich überprüft. Die Unternehmensleitung überlegt, digitale Patientenakten einzuführen. In diesem Zusammenhang werden die Datensicherung und die Datensicherheit im Unternehmen neu diskutiert.

- 10.1** Nennen Sie je zwei Merkmale für das Intranet und das Internet.

10.2 Erklären Sie je zwei Möglichkeiten der Datensicherung und des Datenschutzes.

10.3 Erklären Sie drei kommunikationsbezogene Vorteile der digitalen Patientenakte.

11. Aufgabe

Durch das Anbieten von zusätzlichen Leistungen versuchen Krankenhäuser ihre Existenz langfristig zu sichern. Diese Tatsache wird durch die veränderte Einnahmesituation im Gesundheitswesen zu einem zentralen Thema des Marketings im Krankenhaus.

Sie sind in der Patientenaufnahme des Akutbereiches der Wellmed GmbH tätig und sollen die Patienten über mögliche Wahlleistungen informieren.

11.1 Welche Arten von Wahlleistungen gibt es? Erklären Sie den Unterschied.

11.2 Erklären Sie den Begriff IGeL-Leistung.

11.3 Nennen Sie fünf zusätzliche Wahlleistungen, die von der Wellmed GmbH im Bereich des Akutkrankenhauses angeboten werden können.

12. Aufgabe

Die Wellmed GmbH hat ein Beschwerdemanagement eingeführt. Hier haben interne und externe Kunden die Möglichkeit, ihre Beschwerden vorzubringen. Als Mitarbeiterin/Mitarbeiter dieser Abteilung bearbeiten Sie folgenden Fall:

Einer Kundin, die bereits vor einer Woche entlassen wurde, beschwert sich bei Ihnen: „Während meines Aufenthaltes ist es mehrmals vorgekommen, dass meine Menüwahl nicht berücksichtigt wurde. Das Pflegepersonal hat auf meine Reklamationen nie reagiert. Ich habe das Gefühl, das Pflegepersonal hat mich sogar ausgelacht.“

12.1 Beschreiben Sie eine geeignete Vorgehensweise für ein Beschwerdegespräch.

12.2 Erläutern Sie eine sinnvolle Lösung, um die Kundin zufriedenzustellen.

13. Aufgabe

Als Mitarbeiterin/Mitarbeiter im Bereich Verwaltung der Wellmed GmbH nehmen Sie an Teamsitzungen teil, die regelmäßig stattfinden. Die Planung, Organisation und Durchführung erfolgt im Wechsel durch die jeweiligen Abteilungen im Unternehmen. Sie werden damit beauftragt, die nächste Teambesprechung zum Thema „Verbesserung der Kommunikation unter den einzelnen Abteilungen“ vorzubereiten und durchzuführen.

- 13.1** Welche maßgeblichen Arbeitsschritte/Tätigkeiten müssen Sie bei der Planung beachten? (fünf Nennungen)

- 13.2** In der Sitzung sollen realistische Vorschläge erarbeitet werden. Damit dies gelingt, müssen während der Durchführung bestimmte Verhaltensregeln von den Teilnehmenden eingehalten werden. Nennen Sie fünf Verhaltensregeln, die dafür notwendig sind.

14. Aufgabe

Die Wellmed GmbH möchte nicht nur das eigene Personal schulen, sondern denkt auch darüber nach, eine neue Abteilung zu schaffen. Dieses „Weiterbildungscollege“ soll auch externen Teilnehmern Weiterbildungsmöglichkeiten bieten.

- 14.1** Welche Vorteile würde ein solches Weiterbildungscollege für die Wellmed GmbH bringen? Nennen sie drei Vorteile.

Da die Wellmed GmbH mit ihren Kooperationspartnern wie den Lieferanten, den niedergelassenen Ärzten, anderen Reha-Einrichtungen und Sanitätshäusern vernetzt ist und ein integriertes Versorgungsnetz aufgebaut hat, sollen diese Partner ebenfalls Zugriff auf das „Weiterbildungscollege“ haben.

14.2 Welche Vorteile hätte dies für die Kooperationspartner? Erläutern Sie zwei Vorteile.

Im Gremium, welches sich um dieses Vorhaben kümmert, wird beschlossen, ein erstes Seminar als „Versuchsballon“ zu planen und durchzuführen. Das Thema soll lauten: „Case-Management für Zöliakie-Patienten“.

14.3 Nennen Sie vier Zielgruppen, die hierzu eingeladen werden sollten.

Eine letzte Entscheidung ist im Zusammenhang mit dem geplanten Seminar zu klären. Sollen die Interessenten für dieses Seminar eine Teilnehmergebühr entrichten oder sollte man, um das neue „College“ bekannt zu machen, keine Gebühr erheben?

14.4 Erläutern Sie zwei Möglichkeiten bezüglich der Preisgestaltung einer Teilnehmergebühr und die möglichen Auswirkungen für die zukünftige Preisgestaltung der Seminare.
