

MARKT

Versorgungsangebote den Marktbedürfnissen anpassen

Ein Umdenken ist erforderlich

Versorgungsangebote sollten sich nicht an den Möglichkeiten des Anbieters, sondern an den Bedürfnissen des Marktes orientieren. Dafür sollte der Pflegemarkt verstärkt die Menschen in den Blick nehmen – diejenigen, die versorgt werden genauso wie die, die Versorgung leisten. So lautet das Fazit eines Fachkongresses.

DR. THOMAS HILSE

Düsseldorf // Neben den großen Marketingthemen Differenzierung, Positionierung und Markenbildung war die Arbeitgeberattraktivität das Schwerpunktthema des 2. Fachkongresses „Marketing für Senioreneinrichtungen“, veranstaltet in Düsseldorf von den Management- und Kommunikationsberatungen Hilse:Konzept und I.O.E.Wissen GmbH. Die Referenten verdeutlichten, dass die Pflegebranche in nahezu allen Bereichen umdenken müsse. Versorgungsangebote sollten sich nicht an den Möglichkeiten des Anbieters, sondern an den Bedürfnissen des Marktes orientieren. Zudem erfordere der bereits bestehende und sich zukünftig ausweitende Mangel an Pflegefachkräften, sich noch stärker um Mitarbeiter zu bemühen.

Eric Langerbeins, Geschäftsführer Commwork Werbeagentur GmbH, Hamburg, zeigte auf, wie ein Träger gute und motivierte Pflegefachkräfte gewinnen und das Interesse von Jugendlichen auf die Ausbildung zur Altenpflegefachkraft lenken könne. Als so gut wie verzichtbar seien dabei heute klassische

Stellenanzeigen in Tageszeitungen. Effektiver würde das Werbebudget für crossmediale Kommunikation genutzt. Eine erfolgreiche Akquisition von Pflegefachkräften mache eine Präsenz im öffentlichen Raum ebenso notwendig wie die Nutzung von beispielsweise Google AdWords und Facebook. Zwingend sei, wie er anhand einer Kampagne zur Ansprache von Jugendlichen für den Ausbildungsgang „Altenpflegefachkraft“ verdeutlichte, die dialogorientierte Kommunikation auf sozialen Kanälen wie Instagram, Facebook, und YouTube, die mit authentischen und glaubwürdigen Testimonials agiere.

Strukturen sollten der heutigen Problemlage gerecht werden

Wie wichtig es ist, sich dem Thema Arbeitgeberattraktivität von Pflegedienstleistern zu widmen, betonte Christine Strobel, Landesbeauftragte des bpa NRW, bei ihrer Präsentation über das Projekt PFLEGEplusQ. Es sei entscheidend, so Strobel, Mitarbeiter zu binden und bei Bedarf neue Mitarbeiter für den Pflegebereich zu begeistern. Dies sei letztlich die Motivation des bpa gewesen, das

vom Arbeitsministerium geförderte Projekt PFLEGEplusQ zur Fachkräftesicherung ins Leben zu rufen. Es habe zum Ziel gehabt, in kleinen und mittelständischen Unternehmen Personal-Management-Strukturen aufzubauen, die der heutigen Problemlage der Branche gerecht würden. Die teilnehmenden Betriebe seien in den als wichtigste Problemfelder angesehenen Bereichen im Rahmen von Kompetenzverbänden und externer Beraterleistung unterstützt worden. Alle Betriebe seien in der Lage gewesen, im Laufe der zweijährigen Projektdauer Verbesserungen zu erreichen. Aufgrund des Projekterfolgs führe der bpa NRW nun Personalzirkel ein, welche die Teilnehmer für die Themen des Personalbereichs sensibilisieren und befähigen sollen, Schwachstellen in Eigenregie aufzudecken.

Einen Ansatz, wie Unternehmen sich selbst pflegen oder gar „heilen“ und damit für Mitarbeiter attraktiver werden können, lieferten Sabine Krause und Dr. Heinz Pilartz vom Forum M in Alter. Sie demonstrieren, wie es gelingt, mit Hilfe des Einsatzes von Mediatoren die Führung eines Unternehmens zu verbessern, indem interne Konflikte aufgedeckt



Die Vorträge wurden von den Fragen dominiert, für wen und von wem Dienstleistungen in der Pflege erbracht werden sollen. Die Fähigkeit, sich in den Kunden bzw. den Mitarbeiter hinein zu versetzen, erhält zukünftig einen höheren Stellenwert. Das Bild zeigt Mit-Veranstalter Dr. Thomas Hilse bei der Moderation. Foto: Hilse

und bearbeitet würden. Die Mission der Methode Mediation sei es, auf dem Wege der Vermittlung durch neutrale Dritte für verbesserte Kommunikation und eines neuen Konfliktverhalten zu sorgen. Der Mediator betreibe „Pflege für die Pflege“, fasste Krause die Intention des Ansatzes zusammen und rief auf, mit unternehmensinternen Konflikten jeder Art professionell umzugehen und sie als Chance für Verbesserungen zu nutzen.

In der Abschlussrunde wurde nochmals die Notwendigkeit eines Umdenkens verdeutlicht. Die Branche brauche eine neue Sicht auf die

Pflege und den Pflegeberuf, war der allgemeine Tenor. Die Fähigkeit, sich in den Kunden bzw. den Mitarbeiter zu versetzen und unter Berücksichtigung auch dieser Perspektive Unternehmensstrategien zu entwickeln, sei zukünftig maßgeblich für Erfolg. Die Frage „Wie möchte ich im Alter leben und gepflegt werden?“ könne als Leitlinie dienen, den Themen Hilfs- und Pflegebedürftigkeit weniger technokratisch zu begegnen, sondern den Menschen mit seinen Bedürfnissen zu sehen.

■ Kontakt: thomas.hilse@hilse-konzept.com

Deutscher Verein für öffentliche und private Fürsorge verleiht den Cäcilia-Schwarz-Förderpreis für Innovation in der Altenhilfe Neuartiges Trainingsprogramm will zu demenzpräventivem Lebensstil anregen

VON DR. VALENTINA TESKY-IBELI

Frankfurt a. M. // Die Prävention der Demenzen wird immer wichtiger. Vor diesem Hintergrund entstand ein neuartiger Ansatz zur Vorbeugung von demenziellen Erkrankungen: das Trainingsprogramm AKTIVIA (Aktive kognitive Stimulation – Vorbeugung im Alter). Es verfolgt das Ziel, ältere Menschen ohne kognitive Defizite, zu einem aktiven und demenzpräventiven Lebensstil anzuregen. Gelingen soll dies über eine Anregung zu einer vermehrten Ausübung von sogenannten kognitiv-stimulierenden Freizeitaktivitäten (u.a. Schach spielen, Musizieren oder Museen besuchen).

Das Trainingsprogramm versteht sich als Anleitung zu einem aktiven und gesundheitsdienlichen Lebensstil für ältere Menschen und kann aufgrund des strukturierten Manuals (Tesky & Pantel, 2013) in der Seniorenarbeit eingesetzt werden. Das Programm wurde bereits von Wohlfahrtsverbänden sowie in Alten- und Pflegeheimen von Mitarbeitern der Soziale Betreuung angeboten. Generell eignet sich Aktivia für alle Einrichtungen, in denen Senioren anzu-treffen sind. Auch in Krankenhäusern kann das dortige (Pflege-)Personal Aktivia-Gruppen anbieten und so zum Beispiel das Kurs-Angebot gerontologischer Stationen bereichern. Aktivia richtet sich an kognitiv gesunde ältere Menschen. Bestehen bei den Teilnehmern bereits leichte kognitive Beeinträchtigungen, empfiehlt sich das Aktivia-MCI Trainingsprogramm, welches ebenfalls manualisiert vorliegt (Tesky et al., 2014).

Das Programm setzt sich aus zehn Trainingssitzungen zusammen, die meist im wöchentlichen Turnus stattfinden und thematisch aufeinander aufbauen. Zwischen der achten und der neunten Sitzung findet eine mehrwöchige Pause statt, die sogenannte Erprobungsphase. In dieser sollen die Teilnehmer die vermittelten Informationen und Tipps selbstständig umsetzen und „erproben“, wie gut ihnen Verhaltensänderungen gelingen.

Die Basis des Programms berücksichtigt aktuelle Kenntnisse der



Valentina Tesky-Ibeli

Foto: privat

Demenzprävention sowie motivationspsychologischer Aspekte und Ansätze zur Verhaltensänderung. Die Teilnehmer sollen dazu befähigt werden, ihre eigenen Kompetenzen und Potenziale zu erkennen, um einen demenzpräventiven Lebensstil zu verwirklichen. Dies gelingt über den gemeinsamen Austausch in der Gruppe und mit Unterstützung der verschiedenen Aktivia-Materialien.

Jeder Teilnehmer soll beruhend auf seinen Interessen und Fähigkeiten den Alltag umstrukturieren, den mehr geistig-anregende Aktivitäten ausgeübt werden. Besonderer Schwerpunkt wird hierbei auf Eigeninitiative und Selbstverantwortung gelegt. Die Teilnehmern erarbeiten individuelle Strategien, was sie umsetzen möchten (z.B. einen Sprachkurs besuchen) und besprechen die einzelnen Schritte ihres

Vorhabens (z.B. konkreten VHS-Kurs auswählen). Anschließend werden möglichen Hindernisse des Vorhabens identifiziert (z.B. alleine macht es keinen Spaß) und alternative Handlungsstrategien erarbeitet (z.B. sich Unterstützung im Freundeskreis suchen). Hierdurch soll gewährleistet werden, dass das gesteckte Ziel erreicht wird. Unterstützt wird dies durch spezielle Materialien wie Fragebögen, Tagesprotokolle oder Übungen (z.B. Ziele SMART formulieren). Das Training wird in Kleingruppen abgehalten. Dies ermöglicht den Teilnehmern direkt die Erfahrung von sozialer Aktivität, gibt ihnen die Möglichkeit, an diese Erfahrungen anzuknüpfen, sie in ihren Alltag zu integrieren und sich weiter sozial einzubinden. Darüber hinaus können die Beiträge anderer Teilnehmer Anregungen enthalten und Interesse wecken. Neues auszuprobieren. Ebenso wird das Potenzial älterer Menschen im Alter noch etwas zu lernen, berücksichtigt.

Die Informationen im Interventionsprogramm werden so präsentiert, dass auf die veränderten Lernbedingungen älterer Menschen Rücksicht genommen wird. Eine verständliche Vermittlung von Informationen, die durch einen Frontalunterricht, abgeleitet von zahlreichen Beispielen und Übungen, gewährleistet wird, steht im Vordergrund.

■ Kontakt: Tesky@allgemeinmedizin.uni-frankfurt.de

Abrechnung Liquidität planen

Essen // Die Leistungsziele der Kostenträger bei der Abrechnung der Leistungen der ambulanten Pflege liegen je nach Vertrag zwischen vier bis sechs Wochen; so geraten nicht wenige ambulante Pflegedienste immer mal wieder in die Liquiditätsfalle und müssen z. B. Gehaltszahlungen über die Hausbank zwischenfinanzieren.

Planbare Liquidität ohne teure Zwischenfinanzierung, Bank-sicherheiten oder Bankbindung bietet der neue opta data Basistarif für die Abrechnung. Den Weg frei zur Sofortauszahlung macht das Online-Kundencenter der Essener Unternehmensgruppe. Mit der Importfunktion wird einfach das Rechnungsausgangsbuch hochgeladen – und der Pflegedienst erhält je nach Wunsch sogar tagesaktuell sein Geld. opta data bietet den Pflegediensten auch die Möglichkeit der manuellen Erfassung der Rechnungsdaten wie Datum, Nummer, Empfänger und Summe. Automatische Plausibilitätsprüfungen minimieren dabei Erfassungsfehler.

Mit dem Basistarif hat der Pflegedienst die Abrechnung zu den Kostenträgern in der eigenen Hand und bleibt trotzdem jederzeit liquide. Durch die übersichtliche Darstellung aller Zahlungsströme im Online-Kundencenter behält er auch die Kontrolle über die Zahlungseingänge der Kostenträger.

■ www.optadata-gruppe.de