

MARKT

Caritasverein Illertissen wird mit neuer Marke „illersenio“ für regionale Stärke ausgezeichnet

Konzept „Heimat statt Heim“ gewinnt Marketingpreis

Menschen die Angst vor dem Altern nehmen und eingefahrene Organisationsstrukturen hinterfragen – das sind zwei wesentliche Kernpunkte des preisgekrönten Marketingkonzeptes des Caritasvereins Illertissen.

Düsseldorf/Illertissen // Der relativ kleine Caritasverein Illertissen in Süddeutschland mit zwei Seniorenheimen bietet alles an, was in irgendeiner Weise mit Senioren zu tun hat. Neben den klassischen Leistungen der stationären und ambulanten Pflege und Betreuung zählen u. a. Beratungsangebote, Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten, Hospizdienste, Hausnotruf, umfangreiche Haushaltshilfen sowie Gastronomie- und Freizeitangebote zum Leistungsspektrum. Mit 320 Mitarbeitern ist der Caritasverein Illertissen einer der größten Anbieter von Seniorendienstleistungen im Landkreis Neu-Ulm.

Das Gesicht der Gesamteinrichtung wollten die Verantwortlichen nach gut 45 Jahren zeitgemäß verändern. Um den Caritasverein Illertissen für die Herausforderungen der Zukunft zu rüsten, fand zum Jahresbeginn 2014 eine Umfirmierung vom Verein in eine gemeinnützige GmbH statt. Es war zugleich der Startschuss für die ersten Überlegungen zum neuen Marketingkonzept. Das ist mit der Marke „illersenio – Ihre Caritas im Illertal“ so gut gelungen, dass die Einrichtung mit einem Marketingpreis ausgezeichnet wurde.

Verwurzelt mit der Region

Die Erklärung, warum aus dem altbekannten Caritasverein Illertissen „illersenio“ wurde, liefert das Konzept hinter dieser Qualitätsinitiative. Entwickelt wurde es in enger Zusammenarbeit mit der Ulmer

Agentur marone. Es geht darum, den Menschen die Angst vor dem Altern nehmen, eingefahrene Organisationsstrukturen hinterfragen und sich eigener Stärken zu besinnen. „Heimat statt Heim“ ist der Leitgedanke, der inzwischen nicht nur im Illertal überzeugen konnte.

Der Caritasverein Illertissen spielt die „Trumpfkarte“ als regionaler Komplettanbieter und bezieht damit eine Position, die mittel- und langfristig weder durch innovative Pflegedienste noch durch finanzkräftige Filialisten eingenommen werden kann. „illersenio“ kommuniziert selbstbewusst seine Rolle als vertrauter Partner, fest verwurzelt mit den Menschen in der Region Illertal.

Weitere wichtige Aspekte des Konzeptes sind zum einen die konsequente Abkehr von der Aufteilung in ambulante und stationäre Angebote, zum anderen die Segmentierung der Leistungen in acht Bereiche, die modular eingesetzt werden können.

Ein Beispiel: Im Leistungsbereich „Seniorenservice“ bietet die Einrichtung in punkto praktischer Hilfen im Haushalt – auf Basis der Verhinderungspflege – ein in der Region einzigartiges Leistungspaket. Die Qualität der preisgekrönten Küche – die jeden Tag frisch mit regionalen Zutaten mehrere Menüreihen für den offenen Mittagstisch kocht – hilft an anderer Stelle dabei, Senioren nicht nur die mobilen Mittagsmenüs auszuliefern. Zur Zeit entstehen neue Angebote wie das Paket „Voller-Kühlschrank“, das Senio-



Der Caritasverein Illertal will mit seinem Marketingkonzept ausgetretene Pfade konventioneller Senioren-Kommunikation verlassen, den Menschen die Angst vorm Alter nehmen und sich damit im regionalen Markt exklusiv positionieren. Foto: illersenio/Rampant Pictures

renhaushalten den Lebensmittel-Einkauf erspart, zudem sind erste Schritte für das Angebot einer mobilen Betriebskantine getan, geplant ist auch der Ausbau des Caterings für Kindergärten und Schulen.

Gegebenheiten hinterfragen

Beim Fachkongress „Marketing für Senioreneinrichtungen“ wurde das Konzept in Düsseldorf mit dem 1. Preis der Hauptkategorie Marketingmanagement ausgezeichnet. Eine Auszeichnung, die angesichts der Vielzahl an Einreichungen und vermeintlich übermächtiger Konkurrenz großer Pflegekonzerne außergewöhnlich ist. Die Begründung der Fachjury: „Das Infragestellen von Gegebenheiten gehört nicht gerade zu den Stärken der Pflegebranche. Der Caritasverein Illertissen ist hier einen anderen Weg gegangen. Abgeleitet aus den zentralen Frage-

stellungen und Herausforderungen des Marktes... Ein mutiger und innovativer Ansatz!“

Den Preis nahm der Geschäftsführer der Caritasverein Illertissen gGmbH, Dominik Rommel, entgegen: „Die Umfirmierung des Caritasvereins zur gGmbH war ein notwendiger Schritt, um im Wettbewerb mit finanzstarken Filialisten und dynamischen, privaten Pflegediensten bestehen zu können. Unser einzigartiges Profil als mit der Region verwurzelter Komplettanbieter konnten wir nun gemeinsam mit der Agentur und unter der neuen Flagge von illersenio exakt auf den Punkt bringen.“

Schubladen-Denken in ambulant und stationär aufheben

Welchen erlebbaren Unterschied das für illersenio-Kunden macht, erläutert Roland Negele, Inhaber der Ul-

mer Agentur marone: „Wir möchten die Menschen im Alter entsprechend ihrer individuellen Lebenssituation wahrnehmen. Das obligatorische Schubladen-Denken in stationär oder ambulant hat uns darin bisher gehemmt. Viel wichtiger ist es uns, wie rüstig und aktiv bzw. wie pflegebedürftig ein Mensch letztendlich ist. Denn die persönliche Wertschätzung des Einzelnen und ein behutsamer Vertrauensaufbau beginnen im Prinzip schon mit dieser Frage!“

■ Der Marketing-Preis, exklusiv von Villeroy & Boch unterstützt, würdigt innovative und erfolgreiche Ansätze für den Betrieb und das Management von Pflege- und Betreuungseinrichtungen und des Seniorenwohnens.

■ www.illersenio.de; www.marone-ulm.de

Neue Übersicht zu Sicherheitsprodukten zur Vermeidung von Nadelstichverletzungen

In der Langzeitpflege besteht noch Nachholbedarf

Berlin // Der Bundesverband Medizintechnologie, BVMed, hat seine Übersicht zu Sicherheitsprodukten zur Vermeidung von Nadelstichverletzungen aktualisiert und neu strukturiert. Im BVMed sind die Hersteller von Sicherheitsprodukten organisiert. Der Verband trägt damit neuen Anwendungsbereichen und innovativen Produktentwicklungen Rechnung. So wurden etwa „Nadel-freie Zugangssysteme“ und „Portkanülen“ als eigenständige Segmente aufgenommen. Die BVMed-Übersicht zu Sicherheitsprodukten mit Stand Oktober 2015 kann auf der Website des Verbandes unter www.bvmed.de/sicherheitsprodukte heruntergeladen werden.

„Wir beobachten ein zunehmendes Bewusstsein für Infektions- und Haftungsrisiken bei Angestellten und Arbeitgebern“, sagt Joachim M. Schmitt, Geschäftsführer und Vorstandsmitglied des BVMed. „Diese Risiken lassen sich durch den Einsatz von speziellen Sicherheits-Medizinprodukten minimieren. Die aktualisierte Übersicht zu medizinischen

Instrumenten mit Sicherheitsmechanismus erlaubt es den Betroffenen nun ein wettbewerbsneutrales Bild aller verfügbaren Lösungen zu gewinnen.“

Als „Nadelstichverletzung“ wird jede Stich-, Schnitt- und Kratzverletzung der Haut bezeichnet, die durch stechende oder schneidende medizinische Instrumente verursacht wurde. Sind diese Instrumente mit Patientennmaterial, beispielsweise Blut, kontaminiert, können gefährliche Infektionserreger übertragen werden. Dazu gehören Hepatitis B (HBV), Hepatitis C (HCV) oder der AIDS-Erreger (HIV). Das Risiko, eine Nadelstichverletzung zu erleiden, besteht deshalb grundsätzlich bei allen Medizinprodukten, die durch die Haut, also perkutan, angewendet werden.

Jährlich ereignen sich in Deutschland rund 500 000 Nadelstichverletzungen. Sie gehören damit zu den häufigsten Arbeitsunfällen im Gesundheitswesen. Seit 2010 verpflichtet deshalb eine EU-Richtlinie jeden Arbeitgeber im

Gesundheitswesen dazu, entsprechende Maßnahmen zum Schutz seiner Angestellten zu ergreifen (Richtlinie 2010/32/EU). So sind auch in Deutschland beim Einsatz spitzer und scharfer medizinischer Instrumente Produkte mit Sicherheitsmechanismen zu verwenden. Das schreiben die Biostoffverordnung und die Technische Regel TRBA 250 „Biologische Arbeitsstoffe im Gesundheitswesen und in der Wohlfahrtspflege“ verbindlich vor.

Inzwischen hat sich der Einsatz von Sicherheitsinstrumenten im stationären Sektor weitestgehend zum Standard durchgesetzt. Nachholbedarf besteht aber weiterhin vor allem im ambulanten Bereich und in der Langzeitpflege. Dort sind Stich- und Schnittverletzungen bei Pflegern weiterhin an der Tagesordnung.

■ www.bvmed.de/download/bvmed-uebersicht-sicherheitsprodukte-gegen-nadelstichverletzungen

Buch-Neuerscheinung

Alte Menschen ganzheitlich pflegen

Heidelberg // In vielen Pflegeeinrichtungen steht die medizinische Versorgung im Vordergrund. Wer sich bewusst macht, dass dies der letzte Lebenswohnumraum der meisten alten Menschen ist, verändert zumeist dann seinen pflegerischen Schwerpunkt und setzt auf die sogenannte ganzheitliche Pflege. Sie bezieht die körperliche, seelische und soziale Ebene der Person mit ein und legt Wert darauf, die individuellen Bedürfnisse der Bewohner wahrzunehmen und einfühlsam bis zum Lebensende zu begleiten.

Das Buch „Ganzheitliche Pflege von alten Menschen“ stellt bedürfnisorientiert die Seele, die Psyche und die soziale Situation von alten Menschen in den Mittelpunkt. Die gesamte Betrachtung einer Person in einer Pflegesituation ist ein Ansatz, der sich rechnet und für mehr Qualität und Zufriedenheit sorgt. Mit zahlreichen Fallbeispielen und Praxistipps setzt die Autorin Impulse zur Selbstreflexion, um eine ganzheitliche Versorgung anzuregen. Dieses Buch zeigt Pflegenden und al-

ten Mitarbeitern von Pflegeeinrichtungen Wege auf, die Lebensqualität von Bewohnern in Einrichtungen mit umfassenden Maßnahmen zu verbessern und zu erhalten.

Aus dem Inhalt: Bedürfnisse und Veränderungen in der besonderen Lebenszeit Alter, Betreuung Schritt für Schritt: von der Aufnahme ins Heim bis zum Abschied, Darstellung der Schmerzformen und der speziellen Pflegeinterventionen, Begleitung Demenzkranker unter besonderer Berücksichtigung der Biografiearbeit, Sterbegliederung und Abschiedskultur im Heim.

Das Buch ist besonders geeignet für Pflegedienst- und Pflegeheimleitungen, Begleiter und Betreuer alter Menschen, um den letzten Lebensabschnitt positiv und würdevoll mit zu gestalten.

■ Monika Specht-Tomann: Ganzheitliche Pflege von alten Menschen, 2015, 19,99 Euro. Auch als eBook erhältlich. www.springer.com