

WiBU-Management-Parkgespräche

Ein Plädoyer für die neue „Marke Pflege“

Von Dr. Stefan Arend

Die diesjährigen Management-Parkgespräche der WiBU-Gruppe auf Schloss Basthorst präsentierten wertvolle Hinweise, praktische Tipps und konzeptionelle Perspektiven in Zeiten der Krise.

In das Landstädtchen Crivitz im Landkreis Ludwigslust-Parchim muss man wirklich wollen. Zufällig kommt hier niemand vorbei. Und auch kurze Stippvisiten ganz wichtiger Menschen, schnell noch zwischen zwei anderen Meetings, so wie man es immer wieder in den bekannten Hotspots der Event-Locations erlebt, sind im dortigen historischen Schloss Basthorst - tief eingebettet in die herrliche Naturlandschaft Mecklenburg-Vorpommerns, unweit des Schweriner Sees - nicht möglich. Egal ob man von Berlin, Hamburg oder von noch weiter anreist, man sollte (viel) Zeit im Gepäck haben. Aber so kann eine wohltuende Entschleunigung einsetzen; spätestens dann, wenn man sich auf den Alleen mächtiger Baumriesen dem herrschaftlichen Gebäude aus dem 19. Jahrhundert nähert.

Die ideale Voraussetzung also, um sich einmal im Diskurs mit anderen Kolleginnen und Kollegen der Sozialwirtschaft und Langzeitpflege intensiver und konzentrierter mit den Themen zu befassen, die die Branche aktuell umtreiben, sie - wie selten zuvor - belasten und daher zwingend neue Strategien nötig machen. Und genau dafür sind die Management-Parkgespräche gedacht, die in Kooperation der WiBU-Gruppe mit der Karla Kämmer Beratungsgesellschaft konzipiert und durchgeführt werden.



Schloss Basthorst.

Abseits des Alltags, an interessanten, inspirierenden Orten, methodisch von Karla Kämmer und Friedrich Trapp tiefgründig, erfrischend und immer wieder überraschend inszeniert und moderiert, trifft sich die Branche, um - wie könnte man es besser ausdrücken - im besten Sinne des Wortes die Köpfe zusammenzustecken. Das hat sich in den vergangenen Jahren herumgesprochen.

Weit gespannter inhaltlicher und dramaturgischer Bogen

Und so konnten die Veranstalter rund 65 Teilnehmerinnen und Teilnehmer, allesamt Führungskräfte und Multiplikatoren, in eben diesem Schloss Basthorst begrüßen; nach Wörlitz, Münster, Würzburg und Kassel-Wilhelmshöhe die nunmehr fünfte Station dieser exklusiven Veranstaltungsreihe.

Wieder einmal war der inhaltliche und dramaturgische Bogen weit gespannt und orientierte sich an den drei großen Themenkomplexen a) Probleme, Verwerfungen und

aktuelle Herausforderungen der Langzeitpflege, b) Best Practice-Strategien und Konzepte - Antworten in der Krise und c) die (künftige) Gestaltung von Sorgearbeit in einer alternden Gesellschaft.

Friedrich Trapp sieht angesichts der Insolvenzen die Langzeitpflege in einer schweren Krise. Für Prof. Dr. Bernd Halfar von der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt sind diese Insolvenzen in der Regel selbst verschuldet; immer dann, wenn die Verantwortlichen in den Pflegeunternehmen die Realität ausblenden oder schlichtweg das Handwerkszeug modernen Managements nicht beherrschen. „Die eigenen Sünden führen ins Fegefeuer“ war auf einer seiner Folien vielsagend zu lesen. Wenn also Unternehmen nicht auf die Fluktuationsrate, den Krankenstand und die Liquidität schauen, keine Kenntnis über die Personalgewinnungskosten haben, auf zu viel Personalleasing setzen und Verhandlungen mit den Kostenträgern meiden, dann brauche man sich nicht über Insolvenzen zu wundern.



Auditorium.



Karla Kämmer, Moderation.



Friedrich Trapp, Moderation.

Diese und ganz ähnliche Erfahrungen muss auch Susanne Leciejewski von der Sozialgestaltung der Sozialbank (früher: Bank für Sozialwirtschaft) bei ihren Beratungen machen. Für die Geschäftsführerin geht ohne einen strukturierten Businessplan und eine dezidierte Liquiditätsplanung nichts mehr, auch und vor allem in der Sozialwirtschaft. Zudem müssen sich auch Pflegeunternehmen verstärkt den Nachhaltigkeitsanforderungen ESG widmen, wollen sie nicht bei

Investitionsvorhaben Zinsaufschläge und Minderung von Beleihungswerten riskieren. Der Spagat zwischen sozialer Verantwortung, menschlicher Fürsorge in einem härter werdenden Markt mit zum Teil rigide agierenden Kostenträgern bei klammen Kassen sei für viele Unternehmungen immer schwieriger.

In diesem gesellschaftlich höchst relevanten Spannungsfeld ist die Frage nach dem „Wert von Pflege“ mehr als berechtigt. Ulrich Zerhusen, Quereinsteiger aus der Auto-

Anzeige

Dr.
Schumacher

Wir schützen
Deine Gesundheit.



Das **erste** vom
DAAB getestete und
empfohlene
Händedesinfektionsmittel:
ASEPTOMAN® MED



Desinfektionsmittel vorsichtig verwenden. Vor Gebrauch stets Etikett und Produktinformationen lesen.

www.schumacher-online.com

mobilbranche, mittlerweile erfolgreicher Pflegeunternehmer und (mit Recht) vielgefragter Referent und Berater, schlägt vor, künftig stärker die sogenannte Sozialrendite, den SROI – Social Return on Invest – in den Blick zu nehmen. Damit würde eine für die Zukunft wichtige Perspektive eingenommen, nämlich weg vom einseitigen Blick auf die Belastungen und Kosten, die durch Alterung entstehen, hin zum gesellschaftlichen Mehrwert durch die Pflege.

Eine solche Betrachtungsweise würdige dabei aber nicht nur das gesellschaftliche und soziale Wohlbefinden, das mit Sorge und Pflege einhergeht und erzielt wird, sondern durchaus auch wirtschaftliche Effekte. So werde oft vergessen, so Zerhusen, dass es in der Pflege deutlich mehr Arbeitsplätze gebe als in der Automobilindustrie.

Allerdings leide die Pflege an einer fehlenden medialen Wahrnehmung und Wertschätzung, da die Branche viel zu wenig, oft leider schlecht und manchmal sogar „katastrophal“ kommuniziere.

Dies kann auch Johannes Pennekamp, Ressortleiter Wirtschaftsberichterstattung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (FAZ) bestätigen. Für ihn hat Pflege eigentlich sehr gute Chancen, ein breites öffentliches Interesse zu gewinnen. Diese Möglichkeiten werden aber nicht genutzt, so Pennekamp. Hochbetagte, pflegebedürftige Menschen brauchen seiner Meinung nach „Fürsprecher“, an denen es aber leider fehle.

Ganz ähnlich also wie es Didier Eribon in seinem jüngsten vielbeachteten Buch „Eine Arbeiterin – Leben, Alter und Sterben“ formuliert: „Wenn alte Menschen keine Stimme haben oder [...] im Fall Pflegebedürftiger nicht mehr haben können – sind dann nicht andere aufgerufen, ihnen eine Stimme zu geben?“

Pennekamp ermutigte daher in seinen Handlungsempfehlungen „Jetzt – Zeit für die Zukunft“ die Teilnehmerinnen und Teilnehmer, der Öffentlichkeit, den Menschen von den sinnstiftenden, wichtigen Aufgaben in der Pflege zu erzählen. Die Branche habe sehr viel Wertvolles zu berichten. So plane die FAZ gerade eine Artikelserie über pflegende Angehörige.

Was können also Pflegeeinrichtungen machen? Gibt es gute, beispielgebende Konzepte und Projekte? Pflege-Best Practice? Auch dafür war wieder Platz bei den Management-Parkgesprächen.

Christian Potthoff von der Diakonie Michaelshoven berichtete in einem Workshop den Kolleginnen und Kollegen von der intensiven und wertvollen Auseinandersetzung mit Unternehmenskultur und dem Herausheben einer DNA des sozialen Komplexanbieters in Köln und Umgebung.

Dabei wird die Diakonie von Jens Lönneker und dem Team der Agentur Rheingold Salon unterstützt; nämlich bei der Markenentwicklung für soziale Dienste. Für Lönneker muss eine solche Marke den Weg vom „Me“ zum „We“ nehmen, also Gemeinschaft in den

Fokus der Kommunikation rücken; aber auch Regionalität, sprich den sozialen Nahbereich konzeptionell aufnehmen und vor allem verdeutlichen, dass die Organisation keine Botschaften versendet, sondern den Menschen zuhören will.

Sanierungen und Restrukturierungsmaßnahmen

Und Karoline Weller, Mitglied der Geschäftsführung der Betreibergesellschaft cosiq, berichtete von ihren Sanierungen und Restrukturierungsmaßnahmen von Langzeitpflegeeinrichtungen, die in eine Krise geraten sind, und nach dem Change wieder erfolgreich arbeiten.

Dabei darf vor allem die Zuwendung zu den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in den Unterneh-

mungen und Organisationen nicht nachlassen. Das unterstrichen Annemarie Fajardo, Vize-Präsidentin des Deutschen Pflegerates, und Dr. Dana Janas, Geschäftsführerin der Beratungsgesellschaft wertsicht, bei ihren Vorträgen und Workshops.

Fajardo plädiert für die konsequente Integration des Modells der Salutogenese, verstanden als Gesundheitsförderung und Gesundheitserhaltung trotz Risiken und Belastungen. Dies könne durch konsequente Qualifizierung und eine weitere Akademisierung in der Pflege gelingen. Und vielleicht helfen dazu auch die „Fünf Sprachen der Wertschätzung“, die Dana Janas für wichtig erachtet: Feedback, ungeteilte Aufmerksamkeit, Hilfsbereitschaft, Vertrauen und Zutrauen sowie Gesten, die von Herzen kommen.

Um solche Methoden in Organisationen zu etablieren und wirksam werden zu lassen, braucht es selbstredend Schulungen, Fortbildungen und kontinuierliche Befähigungen, auch und vor allem durch moderne, digitale Lernangebote.

Thomas Noack von der Unternehmung PINKTUM stellte aktuelle Entwicklungen des Lernens in Zeiten von KI dar. Für ihn besitzt eine lernende Organisation einen großen Wettbewerbsvorteil. Dabei sei es wichtig, Lernen von reiner Wissensvermittlung zu trennen; zumal der Individualisierungsgrad von Lernen enorm zunehme, so Noack.

Friedrich Trapp, der auf Schloss Basthorst zum letzten Mal an der Seite von Karla Kämmer die Parkgespräche moderierte und mit großem Applaus verabschiedet wurde, gab den Teilnehmerinnen und Teilnehmern zum Abschluss der Tagung einen wichtigen Tipp, viel-

leicht sogar so etwas wie eine Botschaft mit auf den Heimweg:

Wir müssen in der Pflege aus den vielen Einzelmarken eine, die Pflege-Marke machen!

Wir dürfen sehr gespannt sein, wie weit diese Pflege-Markenbildung vorangeschritten ist, wenn WiBU die Gäste zu den Parkgesprächen 2025 begrüßen kann.

P.S.

Alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren sich darüber einig, dass das Video „Sweet Caroline“ vom Katharinenhof (www.youtube.com/watch?v=e1qS5MDDNfc) ein sehr gutes Beispiel gelungener Kommunikation über Pflege ist. Vielleicht eine gute Anregung für andere, eine aktive(re) Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben.

Dr. Stefan Arend

Jetzt Ticket sichern

PROGRAMMSÄULEN

Pflege. up-to-date

Pflege. vernetzt

Pflege. selbst gestaltet

Pflege. kompetent

Pflege. nachhaltig

Pflege. menschlich

DEUTSCHER PFLEGETAG 2024

PFLEGE STÄRKEN MIT STARKEN PARTNERN

07. – 08. November 2024 | hub27, Messe Berlin

Von der Pflege für die Pflege – werden Sie Teil des wichtigsten deutschen Pflegekongresses im November in Berlin!

Lassen Sie sich von hochkarätigen Referent:innen aus Pflege, Politik und Gesellschaft inspirieren, diskutieren Sie mit, vernetzen Sie sich auf der umfangreichen **Fachausstellung** und feiern Sie die Pflege auf der **Verleihung des Deutschen Pflegepreises** und der anschließenden **Party**.

Ergänzt wird das vielfältige Programm vom **JUNGE PFLEGE Kongress** für Azubis und Studierende, verschiedenen Workshops und interaktiven Diskussionsrunden sowie einer **GründerARENA** und einem **FORUM Pflegende Angehörige**.

www.deutscher-pflegetag.de