

MARKT

5. Marketingkongress für Senioreneinrichtungen

Im Visier: Mitarbeiterzufriedenheit als Erfolgsfaktor

Nicht jammern, sondern machen: Getreu diesem Motto stellten Referenten und Preisträger ihre Strategien vor, um das Personalproblem in der Pflege in den Griff zu bekommen.

Von Nicole Hilse

Düsseldorf // Während Fachmedien, Tagespresse und Öffentlichkeit immer wieder den angesichts des demografischen Wandels zunehmenden Fachkräftemangel beklagen, entwickeln die Leistungserbringer der Pflegebranche längst Strategien, um das Personalproblem in den Griff zu bekommen.

Welche Ansätze erfolgreich sein können, zeigte der 5. Fachkongress „Marketing für Senioreneinrichtungen“ am 20. September in Düsseldorf. Dass Jammern nicht hilft, sondern der Blick auf das Gerichtet werden müsse, was geht, war der Leitgedanke, unter den Moderator und Kongress-Initiator Dr. Thomas Hilse von der Hilse-Konzept Management- und Kommunikationsberatung die Veranstaltung gestellt hatte. Was alles gestaltet werden kann, demonstrierten die Referenten und auch die drei Sieger des 4. Marketingpreises für Senioreneinrichtungen eindrucksvoll anhand ihrer Erfolgskonzepte.

Mitarbeiter binden ist Pflichtaufgabe

Insgesamt zeigten die Vorträge, die Diskussionen am Rande des Kongresses und die Ergebnisse der in-

teraktiven Personalmarketing-Werkstatt, dass Anbieter stationärer und ambulanter Pflegedienstleistungen ihren Blick zunehmend auf die Mitarbeiter richten. In der Vergangenheit stand der Kunde im Mittelpunkt ihrer Marketingbemühungen. Jetzt dominiert vielfach die Überzeugung, dass zufriedene Mitarbeiter als Markenbotschafter fungieren können und zugleich für mehr Pflegequalität sowie Kundenzufriedenheit sorgen. Insofern sind neben der Mitarbeitergewinnung vor allem zielführende Ideen wichtig, wie Mitarbeiter auf Dauer an das Unternehmen gebunden werden können. Nach dem Motto, wenn es dem Personal gut geht, geht es auch den Kunden gut, bemühen sich Personalmarketingstrategien zunehmend darum, den Bedürfnissen der Mitarbeiter gerecht zu werden.

Konzepte für glückliche Pflegekräfte

Die Bandbreite der Möglichkeiten für mehr Zufriedenheit zu sorgen ist groß. Entscheidend ist, dass der Versuch gestartet wird, die personellen Herausforderungen in der Pflege nachhaltig zu verbessern. Unter diesem Gesichtspunkt haben sich beispielsweise die Pfegeteiler aus Berlin



Personalmarketing braucht Leitbild- und Mitarbeiterorientierung, waren sich die Preisträger, die Vertreter der unterstützenden Unternehmen, die Jury-Mitglieder und der Veranstalter Dr. Thomas Hilse (Bildmitte) einig.

Foto: IOE-Wissen GmbH

zum Ziel gesetzt, Konzepte für glückliche Pflegekräfte zu entwickeln und umzusetzen. Der Geschäftsführer des Unternehmens Moritz Lienert erläuterte die Idee, dezentrale Nachbarschaftstouren im Kiez mit kurzen Wegen und mehr Zeit für die Patienten zu organisieren. Sie sollen Mitarbeiter von nervigen Autofahrten und unzufriedenstellenden Kurzeinsätzen entlasten.

Andere Anbieter setzen auf Belohnungssysteme mit Bonuspunkten für Wocheneindienste, geringe Fehlzeiten oder Flexibilität beim Einspringen für Kollegen, die dann in Gutscheine umgewandelt werden können. Es werden Dienstfahräder gestellt, Prepaid-Kreditkarten ausgeben, Kinderbetreuungsgeld und familienfreundliche Arbeitszeiten geschaffen oder Sozialleistungen, wie eine betriebliche Krankenversicherung, geboten.

Was letztlich zählt, bringt Monika Lang, Vize Director Sales von Benify Deutschland, auf den Punkt. Es müsse gelingen, über mitarbeiterorientierte Benefits eine emotionale Bindung aufzubauen. Davon profitierten auch

die Arbeitgeber nachweislich, da reduzierte Fehlzeiten, geringere Fluktuation und eine höhere Rentabilität unmittelbare und monetär messbare Folgen von zufriedenen Mitarbeiter seien, so Lang.

Erliebte Unternehmenswerte sind erfolgsentscheidend

Die Bandbreite der Vorträge und die Diskussionsbeiträge im Verlauf des Kongresses machten deutlich, dass eine angemessene Bezahlung und Zusatzleistungen nur eine Stellgröße in Bezug auf die Mitarbeiterzufriedenheit ist. Mindestens genauso ausschlaggebend ist es, dass sich Pflegekräfte seitens ihres Arbeitgebers wertgeschätzt fühlen. Dazu gehört auch, ein Leitbild zu haben, dessen Werte im Unternehmen tagtäglich um Umgang miteinander spürbar werden. Die avendi hat zu diesem Zwecke eigens die Position einer Feel Good Managerin besetzt. Ihre Aufgabe ist es, dafür zu sorgen, dass es den Mitarbeitern gut geht. Als deren Ansprechpartnerin hat sie ein offenes Ohr für die Wünsche und Ideen,

die die Arbeitsbedingungen verbessern können. Durch Beteiligung der Mitarbeiter in der Realisierung von Verbesserungsmaßnahmen soll sie unmittelbar für mehr Zufriedenheit und stärkere Bindung sorgen.

Im Fazit der Veranstaltung ließ sich festhalten, dass zukünftig erfolgreiche Personalmarketingstrategien eine starke Mitarbeiterorientierung verlangen und zum Unternehmen sowie dessen Leitbild passen müssen. Sich um das zu kümmern, was den Arbeitskräften wichtig ist, muss zur Maxime der Bemühungen werden – und dabei berücksichtigen, dass eine im Unternehmen gelebte Haltung mit gegenseitigem Respekt und Wertschätzung ein enorm wichtiger Faktor ist.

■ Hilse-Konzept Management- und Kommunikationsberatung für das Gesundheits- und Sozialwesen. Info: hilsekonzept.com

■ Mehr zum Thema „Personalmanagement“ in der Mediathek „Vincenz Wissen“. Jetzt informieren: vincenz-wissen.de

DIE GEWINNER DES MARKETINGPREISES

Der Marketingpreises wurde zum vierten Mal von einer Experten-Jury der Pflegebranche vergeben und umfasst einen Geld- und Sachpreis. Die Gewinner sind:

1. Platz: Klarastift Sozialholding GmbH Münster mit dem Ansatz „Mauritz Palais – Das etwas andere Tagespflegekonzept / Marketing mit Herz und Verstand“
2. Platz: Hospital zum Heiligen Geist Hamburg mit dem Ansatz „Ganzheitliches Personalmarketing – Konzept: Gute Geister“
3. Platz: Städtische Seniorenheime Dortmund gGmbH mit dem Ansatz „Junge Pflege im Wohn- und Begegnungszentrum Zehnthof“

Für den Marketing-Preis konnten die Unternehmen Gigaset Communications GmbH, Buderus / Bosch Thermotechnik GmbH und die Villeroy & Boch AG als Unterstützer gewonnen werden.

AAL Kongress Karlsruhe 2018

Praxis und Forschung geben aktuellen Einblick

Karlsruhe // Demografischer Wandel und Pflegenotstand: Die Herausforderungen für die Pflegebranche sind enorm. Alltagsunterstützende Assistenzlösungen (AAL) bieten schon heute Chancen, Pflegenden zu entlasten und die Lebensqualität und Versorgung von Menschen mit Assistenzbedarf zu verbessern.

Vom 11. bis 12. Oktober 2018 lädt die Karlsruher Messe- und Kongress GmbH erstmals in Kooperation mit dem Technologieverband VDE (Verband der Elektrotechnik Elektronik und Informationstechnik e.V.) zum dritten AAL Kongress in die Messe Karlsruhe. Er gliedert sich in den bereits etablierten eintägigen AAL Praxiskonferenz und einen neuen zweitägigen AAL Wissenschaftskongress.

Hochkarätige Referenten beleuchten zukünftige Szenarien im Pflegealltag, stellen aktuelle Praxis-Anwendungsbeispiele sowie Forschungsprojekte vor und stehen zum fachübergreifenden Austausch bereit.

Eine Ausstellung und Poster-Session sowie ein Netzwerkabend ergänzen die zweitägige Veranstaltung für interessiertes Fachpublikum aus den Bereichen AAL und Pflege sowie angrenzenden Themenfeldern wie Gerontologie, Informatik, Robotik und dem Fachhandel. Die Schirmherrschaft übernimmt Manfred Lucha, Minister für Soziales und Integration in Baden-Württemberg.

Im Praxiskonferenz werden unter anderem technische Unterstützungssysteme für Menschen mit Demenz

und eine App zur Aktivierung älterer Menschen vorgestellt sowie die aktuellen Entwicklungen in Österreich betrachtet.

Darüber hinaus erfahren Kongressteilnehmer von den Initiatoren der Pilotprojekte ALADIEN und Walzbachtaler Modell, welche Chancen sich aus der Vernetzung telemedizinischer und technischer Module für die Versorgung im häuslichen Umfeld eröffnen.

Zur nachhaltigen Finanzierung von AAL-Lösungen für Pflegeeinrichtungen spricht Fachanwalt Prof. Ronald Richter.

■ Weitere Infos und die ausführlichen Programme gibt es unter: aal-karlsruhe.com

Profi-Webinare für Pflegedienste

Pflegethemen verständlich aufbereitet

München // Ob aktuelle gesetzliche Änderungen oder neue Erkenntnisse: In der ambulanten und Intensivpflege sind Aktualität und ein fundierter Überblick unerlässlich für die erfolgreiche Pflegeleistung. Die Noventi HealthCare, Geschäftsbereich azh, bietet deshalb eine eigene Webinar-Reihe. Diese online durchgeführten Seminare unterstützen Pflegedienste und Pflegekräfte mit schnell anwendbarem Fachwissen ausgewiesener Experten.

Mit der Webinar-Reihe für Kunden wird das integrierte Gesamtleistungsportfolio erweitert, teilt der Münchener Spezialist für Abrechnung und IT-Dienstleistungen mit „Das Webinar-Format entlastet Pflegekräfte von der Aufgabe, sich zeit-

tensiv selbst die fachlich relevanten Informationen zusammensuchen zu müssen“, erklärt Susanne Hausmann, Geschäftsführerin der Noventi HealthCare GmbH. Direkte Nachfragen können im Nachgang an die Seminarleiter gestellt werden, um auf besondere Punkte individuell einzugehen. So erhalten Pflegekräfte und Pflegedienstleister immer exakt die für sie relevante Information.

Die einzelnen Webinare widmen sich hochrelevanten Themen wie der Steuerung des Pflegegradmanagements in der stationären Pflege oder dem Begutachtungsverfahren in der ambulanten Versorgung.

■ Zur Übersicht und Anmeldung: azh.de/webinare