

Diskretion und Würde: Wie eine gute Beziehungspflege das Image verbessert

Viele ambulante Dienste nutzen ihre Fahrzeuge als Werbeträger, aber – Hand auf's Herz – wäre es Ihnen selbst als sich rüstigühlende 87-jährige Seniorin angenehm, wenn dieses Fahrzeug vor Ihrer Haustür parken würde, nur weil Sie Ihre Thrombosestrümpfe nach einer Venen-OP nicht selbst anziehen können? Ich kann sagen: Mir nicht! Selbstmarketing ist gut und schön. Aber kann

man nicht auch ohne schreiende Werbebotschaft auf sich aufmerksam machen?

Die Wochenzeitung CAREkonkret vom 29. November 2013 weist mit dem Artikel „Zwischen Profit und Privatsphäre“ auf ein Problem hin, mit dem jede(r) von uns schon konfrontiert wurde: Wie angenehm ist

es den Bürger(inne)n in ihrem sozialen Umfeld als pflegebedürftig erkannt zu werden? Zitiert wird die Pflegewissenschaftlerin Prof. Christel Bienstein, die das legitime Interesse der ambulanten Pflegedienstleister, für sich zu werben und Kunden zu gewinnen, dem Bedarf ihrer Klientel und deren Angehörigen nach Diskretion und Privatsphäre gegenüberstellt. Sie sieht in den auffälligen „Pflege-Flitzern“, die vor dem Haus des Pflegebedürftigen parken, ein Problem und empfiehlt, auf andere Werbemittel zu setzen.

Selbstmarketing geschieht immer in Bezug auf andere Menschen. Gerade in der Altenpflege spielen deshalb Umgangsformen und die Gestaltung der zwischenmenschlichen Beziehungen eine sehr große Rolle. Diskretion schützt die Privatsphäre und Würde Ihrer Klienten, professionelle, gute Umgangsformen schützen auch Ihre Mitarbeiter. Ich denke, das obige Beispiel ist ein guter Anlass, das Thema Stil und Diskretion im neuen Jahr in der Arbeit des Teams aufzugreifen.

DAS IMAGE IST BEEINFLUSSBAR

Gutes Selbstmarketing ist konstruktiv und vertrauenserweckend. Wie viel Interesse der andere spürt, wie viel Raum und Anerkennung unsere Mitarbeiter und wir von Klienten und Geschäftspartnern erhalten, hängt wesentlich davon ab, wie wir miteinander und mit unseren Klienten umgehen. Gute Beziehungen zu pflegen und achtsam miteinander umzugehen heißt, andere respektvoll zu behandeln plus Grenzen aufzuzeigen. Freundlich, umgänglich und berechenbar zu sein plus sich klar und professionell zu verhalten.

Ihr Image muss stimmen: Im Marketing bemühen wir uns, mittels Öffentlichkeitsarbeit oder Werbung ein bestimmtes Image für den Pflegedienst zu schaffen. Das Bild wird vor allem davon beeinflusst, wie Sie und Ihre Mitarbeiter sich nach außen geben und was andere von Ihnen halten oder über Sie und Ihren Dienst sagen. Dieses Image ist beeinflussbar. Das heißt nicht, immer perfekt zu sein! Es wird immer Situationen geben, in denen Sie oder Ihr Team anders rüberkommen, als Sie eigentlich sind. Wichtig ist, dass Sie authentisch, präsent und vertrauenswürdig sind. Was heißt das?

AUTHENTISCH MIT KLEINEN FEHLERN

Authentizität bedeutet, anderen einen gewissen Einblick in die eigene Welt zu geben: die eigenen Vorzüge, Eigenschaften und Überlegungen zu vermitteln, aber auch mit kleinen Alltagsfehlern und -schwächen glaubwürdig zu wirken.

In Ihrer Situation als Unternehmer(in) bzw. als Teammitglied eines Unternehmens kann es nicht darum gehen, die Unzulänglichkeiten Ihres Alltags, z. B. Reibereien in der Organisation oder Fehler, preiszugeben. Aber kleine persönliche Schwächen (Ihr täglicher Kampf mit dem Gewicht, Ihre Ungeduld

beim Autofahren etc.) machen Sie im Kontakt mit einem hilfebedürftigen Gegenüber menschlicher und damit angenehmer.

PRÄSENT DANK POSITIVER KOMMUNIKATION

Präsent zu sein heißt, auf sich in positiver Weise aufmerksam zu machen, da zu sein, ansprechbar im Kontakt als ganze Person bzw. als gesamtes Team des Dienstes. Gehen Sie in der nächsten Teambesprechung ganz gezielt darauf ein, wie Sie sich das Verhalten Ihrer Teammitglieder in punkto Präsenz wünschen, z. B. sollten Ihre Mitarbeiter

- gute Gesprächspartner sein, die konzentriert und aufmerksam zuhören, gut informiert sind, sicher und zielgerichtet sprechen, in der Lage und willens sind positiv zu kommunizieren,
- unternehmerisch denken und ihren Stolz über ihren Dienst spürbar werden lassen,
- Respekt vermitteln und schenken.

Nehmen Sie sich in diesem Zusammenhang genügend Zeit schwierige Situationen zu kommunizieren, die Sie oder Teammitglieder selbst anstelle der Klienten als verletzend oder „unmöglich“ empfinden würden.

VERTRAUT ABER NICHT VERTRAULICH

Der anspruchsvollste Part sowohl im Wettbewerb als auch in der Begegnung mit Klienten ist Vertrauenswürdigkeit. Sie muss man sich durch das eigene Handeln hart erarbeiten. Gerade hier geht es um Diskretion, Abgewogenheit und Achtsamkeit. Diese Aspekte sind für den anderen – gerade für den pflegebedürftigen und oft empfindlichen Klienten und seine Familie – besonders wichtig. Vertrauenswürdig wirkt man, in dem man zu Fehlern und Pannen steht, wahrhaftig ist, sich nicht rechtfertigt, nicht die Contenance verliert und sich aktiv für das Abstellen von Mängeln einsetzt.

Schweigen ist im Dienstleistungsbereich so wertvoll wie Gold – gerade in unserem Feld, das die Intimsphäre der Menschen in hohem Maße berührt. Und das ist nicht immer leicht einzuhalten, wenn man in einer Kleinstadt/Gemeinde oder einem Stadtteil von Tür zu Tür unterwegs ist, wo alle sich kennen. Gerade hier ist die Klientel umso empfindlicher und auf Schutz ihrer Privatsphäre angewiesen.

Die Herausforderung heißt: Vertrautheit vermitteln und Vertraulichkeit vermeiden! Sich davor schützen, im Laufe der Zeit Teil des (Familien-)Systems des Klienten zu werden und damit die Ebene der professionellen Beziehung zu verlassen. Auch oder gerade wenn Sie viele alte Hasen im Team haben, sollten Sie das Thema zum Jahresauftakt aktiv ansprechen.

UNTERNEHMENSKULTUR MUSS RÜCKHALT BIETET

Professionell verhalten sich Pflegepersonen, wenn sie mehr fragen als sagen,

PRAXIS-TIPP

Wichtig für Ihre Mitarbeiter ist Ihre Unterstützung. Schaffen Sie in Ihrem Dienst eine gedeihliche Kultur:

- + Zeigen Sie Freude und Anerkennung, wenn etwas gelungen ist!
- + Machen Sie Ihren Mitarbeitern Mut, etwas auszuprobieren, neue Wege zu gehen. Nur wer etwas wagt und Fehler macht, entwickelt sich weiter!
- + Geben Sie eigene Erfahrungen aus kritischen Gesprächs- und Kontaktsituationen weiter.
- + Bieten Sie Ihre Hilfe an, wenn es darum geht, Mitarbeitern in zu eng gewordenen Klientensituationen wieder etwas Luft zu verschaffen.
- + Geben Sie Rückmeldung, die wirksam ist – im positiven, verändernden Sinne!
- + Loben Sie jeden Tag für das, was wieder gelungen ist. Fragen Sie nach, ob der Mitarbeiter neue Herausforderungen wünscht oder ob alles passt!
- + Erfreuen Sie sich an den vielen guten Lösungen, die für schwierige Situationen in Ihrem Dienst gefunden werden – auch wenn es nicht immer diejenigen sind, die Sie gewählt hätten.

gut zuhören, von brisanten Themen geschickt ablenken und sich nicht zu spontanen Meinungsäußerungen hinreißen lassen. Doch wo bleibt der Mitarbeiter mit seinen Gefühlen und seiner Befindlichkeit? Klar muss sein: Er trägt sie nicht zum Klienten.

Für das Gespräch über Belastung und Grenzen ist Raum am Arbeitsort – im Team und bei Ihnen: ob als kollegiale Beratung zwischen-

durch, in Form einer Fallbesprechung oder durch Begleitung/Coaching durch Sie. Die Systemgrenzen Klienten – Team – Dienst müssen streng gewahrt werden. Vermischungen haben in der Regel katastrophale Folgen für Sie als Dienst, für Ihre Vertrauenswürdigkeit und für Ihre Klienten.

*» Für ein gutes Image ist es wichtig,
dass Sie authentisch,
präsent und vertrauenswürdig sind.*

KARLA KÄMMER

> Inhaberin von Karla Kämmer Beratungsgesellschaft in Essen, www.kaemmer-beratung.de,
E-Mail: info@kaemmer-beratung.de

