

SPITEX MAGAZIN



Überall für alle

SPITEX
Schweiz

Fachzeitschrift von Spitex Schweiz | 4/2020 | August/September

FOKUS «Spitex und Kommunikation» Seite 14

Bei der Spitex wird modern kommuniziert

- GESELLSCHAFT** Zwei Spitex-Frauen bringen jeweils zwei Berufe unter einen Hut. Seite 8
- NETZWERK** Zwei Expertinnen diskutieren über die Demenzpflege bei der Spitex. Seite 35
- DIALOG** «Mister Corona» Daniel Koch spricht über die Wichtigkeit der Spitex. Seite 44



Führungsstark unterwegs

Auf hochwertige Führungsausbildungen im Gesundheitswesen spezialisiert

Vom **Basismanagementkurs WBK HF** bis zum **Masterprogramm in Health Care Management** bieten wir für alle Leitungsstufen das passende Angebot.


wittlin stauffer
 Managementausbildung
 und Unternehmensberatung

Lagerstrasse 102, 8004 Zürich
 043 268 26 00


info@wittlin-stauffer.ch
 www.wittlin-stauffer.ch



Zürcher Hochschule
 für Angewandte Wissenschaften



Gesundheit



CAS Klinische Kompetenzen in Gerontologischer Pflege

Erweitern Sie Ihre klinischen Kompetenzen, um ältere Patientinnen und Patienten im häuslichen Setting umfassend im Alltagsmanagement zu unterstützen.

Module

- Klinisches Assessment
- Selbstmanagement fördern
- Pflege von Menschen mit Demenz

Start: 12. Januar 2021

Mehr unter zhaw.ch/gesundheit/weiterbildung



ZUSAMMEN SIND WIR STARK

Unsere Experten beraten, unterstützen und begleiten Ihre Spitex-Organisation praxisorientiert und innovativ in Sachen

- Eignerstrategie und Leistungsauftrag
- Strategieprozesse
- Organisationsberatung
- Führung/Governance
- Finanz- und Rechnungswesen
- Revision und Rechtsfragen
- Controlling.

Wir freuen uns auf Ihren Kontakt.

Aarau	Tel. 062 834 91 91
Basel	Tel. 061 317 37 77
Bern	Tel. 031 327 17 17
Luzern	Tel. 041 368 12 12
Solothurn	Tel. 032 624 62 46
St. Gallen	Tel. 071 228 62 00
Zürich	Tel. 044 444 35 55

www.bdo.ch



Prüfung | Treuhand | Steuern | Beratung

Die vielen Nutzen der Kommunikation



Gute Kommunikation fördert die Zusammenarbeit und ist unerlässlich – zum Beispiel in der integrierten Versorgung. Gute Kommunikation sorgt für Klarheit, Sicherheit und Zufriedenheit – zum Beispiel innerhalb jeder Spitex-Organisation. Gute Kommunikation erreicht die breite Bevölkerung – zum Beispiel für die Imagepflege der Spitex. Und gute Kommunikation hilft schwierige

Situationen überwinden – zum Beispiel während der COVID-19-Pandemie. Diese Ausgabe widmet sich schwerpunktmässig dem Nutzen von guter Kommunikation für die Spitex. So werden Beispiele erläutert, wie sich die Spitex moderne Technik zunutze macht, um effizient und zeitnah zu kommunizieren. Es wird darauf eingegangen, wie die Spitex mit Kommunikation Krisen verhindern und sich für die Kommunikation in Krisen rüsten kann. Und es wird aufgezeigt, wie die Nonprofit-Spitex auf allen Ebenen positiv über sich selbst kommuniziert und damit dafür sorgt, dass sie als professioneller und moderner Leistungserbringer und als attraktive Arbeitgeberin wahrgenommen wird.

Auch sonst hat diese Ausgabe viel zu bieten: Zwei Expertinnen erläutern, welche Herausforderungen Demenz mit sich bringt. Erich Ettlín, neues Vorstandsmitglied von Spitex Schweiz, spricht über dringliche politische Anliegen der ambulanten Pflege. Auch werden zwei Frauen aus dem Thurgau porträtiert, die ihre Arbeit bei der Spitex gut mit anderen Leidenschaften in Einklang bringen. Und die «5 Fragen» beantwortet «Mister Corona» Daniel Koch und erzählt, wieso er einer ganz bestimmten Spitex-Mitarbeiterin danken will.

Wir wünschen Ihnen eine spannende, informative Lektüre!
Francesca Heiniger, Leiterin Kommunikation und Marketing, Spitex Schweiz

4 AUFTAKT

DIENSTLEISTUNG

- 7 Das Vorstandsmitglied Erich Ettlín im Interview

GESELLSCHAFT

- 8 Zwei Spitex-Frauen haben mehrere Berufe

14 FOKUS «Spitex und Kommunikation»

- 15 Wie die Spitex modern kommuniziert
20 Wie die Spitex in Krisen kommuniziert
28 Wie die Spitex positiv über sich kommuniziert

NETZWERK

- 35 Die Spitex und der Alltag in der Demenzpflege

DIALOG

- 44 «5 Fragen» an «Mister Corona» Daniel Koch

47 DIE LETZTE

Titelseite: Die Spitex kommuniziert modern: Hier zum Beispiel digital, bei einem Klienten zu Hause, übers Tablet und mit dem gesamten Versorgungsnetzwerk.
Illustration: Patrick Oberholzer



Smart, nützlich, gratis.

Die Spitex Magazin-App mit neuen Funktionen für Ihr Smartphone oder Tablet.



Informiert sein und mitreden:
facebook.com/SpitexMagazin

Zum Wiedereinstieg animieren

Spitex-Organisationen suchen Pflegefachpersonen, die nach einer Pause in ihren Beruf zurückkehren möchten. In der Zentralschweiz gibt es nun eine Kampagne dafür.



«Die Arbeitsstrukturen und die Arbeitsmentalität bei der Spitex sind familienfreundlich.»

Claudia Rindlisbacher

Seit März 2020 motiviert und unterstützt in der Zentralschweiz die Kampagne «wiedereinsteigen.ch – Mein Wiedereinstieg in die Pflege» potenzielle Wiedereinsteigende. Diese sind so begehrt, weil sie neben einer fundierten Ausbildung auch eine gesunde Portion Lebenserfahrung mitbringen. Geschaffen wurde die Plattform von einer breit abgestützten Trägerschaft, bestehend aus Zentralschweizer Gesundheitsverbänden und Kantonen. Mit dabei sind Curaviva Weiterbildung, Curaviva Zentralschweiz Bildung, SBK Zentralschweiz, der Berufsbildungsverband XUND und natürlich der Spitex Verband Zentralschweiz. Hauptinstrument, um die Kampagne bekannt zu machen, ist die Website «wiedereinsteigen.ch». Zusätzlich wird auch auf Zeitungsinserate sowie Flyer und Plakate in Alters- und Pflegezentren, in den Stützpunkten der Spitex und bei der Väter- und Mütterberatung gesetzt. Die Kampagne ist gut gestartet, und erste diplomierte Pflegefachpersonen haben durch sie den Weg zurück in die Berufswelt gefunden.

Nur Mut...

Die Situation ist in der Zentralschweiz ähnlich wie im übrigen Land: Obwohl die Gesundheitsbetriebe so viele Lernende und Studierende wie noch nie ausbilden, nimmt der Fachkräftebedarf zu und ist nicht gedeckt. Ein akuter Mangel droht. Auf der anderen Seite gibt es viele diplomierte Pflegefachpersonen, die nach einer Berufspause schlicht und ergreifend nicht wissen, wie sie einen Wiedereinstieg aufgleisen sollen. Zu viele Fragen gehen ihnen durch den Kopf. Habe ich nach der Familienpause den Anschluss verloren? Wo klopfе ich an? Wie definiere und organisiere ich meine Pflichten in der Familie neu? Wie wird man auf mich reagieren? Bin ich beruflich überhaupt noch up to date? Gibt es Weiterbildungen, und wo finde ich die entsprechenden Kontakte?

Wenn diese Fachpersonen Glück haben, stossen sie auf die Website www.wiedereinsteigen.ch. Diese zeigt Beratungs- und Kursangebote auf und gibt eine Übersicht über die regionalen Gesundheitsbetriebe. Man findet auch Checklisten zum Thema Wiedereinstieg sowie ein Antragsformular für finanzielle Unterstützung von Bund und Kantonen für einen Weiterbildungskurs oder ein ähnliches Unterstützungsangebot. Kurz: «wiedereinsteigen.ch» spricht viele Fragen und Ängste an. So kann die Kampagne Zweifel aus dem Weg räumen, Mut machen, Selbstvertrauen stärken und ganz konkret auch bei der Rückkehr in die Pflegewelt der Spitex helfen.

...für eine «rüüdig» gute Sache

Auf der Website berichten auch vier Wiedereinsteigerinnen von ihren Erfahrungen, zum Beispiel Claudia Rindlisbacher. Die diplomierte Pflegefachfrau aus Emmenbrücke ist Mutter zweier Töchter. Früher war die heute 41-jährige im Spital sowie im Alters- und Pflegeheim tätig. Weil sich diese Arbeit aber

nicht mit dem Familienleben kombinieren liess, konzentrierte sie sich zunächst auf die Mutterrolle. «Mir war aber immer klar, dass ich später wieder im Pflegebereich arbeiten möchte», sagt sie gegenüber dem «Spitex Magazin». Nach 13 Jahren wagte sie den Wiedereinstieg und bewarb sich bei der Spitex Kriens LU. «Ich schnupperte einen Tag lang. Vieles war mir sofort wieder vertraut. Neu waren für mich vor allem die digitale Erfassung und die Fortschritte beim Verbandsmaterial.» Nach einem kostenlosen Wiedereinsteigerkurs bei der Spitex Nidwalden besuchte sie dann zum ersten Mal eine Klientin. «Diesen Tag vergesse ich nie. Ein unbeschreiblich schönes Gefühl», erzählt sie.

Im Moment arbeitet Claudia Rindlisbacher an zwei Tagen pro Woche und einmal im Monat auch am Wochenende. Als man sie anfragte, ob sie bereit wäre, bei einem Videoclip auf www.wiedereinsteigen.ch mitzumachen, willigte sie nach anfänglichem Zögern ein. «Es ist nicht meine Art, so aufzutreten. Aber schliesslich kann ich damit zu einem Wiedereinstieg bei der Spitex ermutigen», sagt sie. Dieser sei nämlich eine «rüüdig» gute Sache. «Die Arbeitsstrukturen und die Arbeitsmentalität sind familienfreundlich und lassen sich gut mit meiner Familie abstimmen. Mir gefallen vor allem die Flexibilität, das selbstständige Arbeiten und zugleich die Unterstützung eines wunderbaren Teams», erklärt die Luzernerin. «Wiedereinstieg bedeutet für mich, eine Herausforderung anzunehmen, Kontakt mit Menschen zu pflegen und schlussendlich auch Geduld und Vertrauen in mich selbst zu haben. Mein Wiedereinstieg hat dank der Spitex geklappt. Sie gab mir die Chance – und ich nahm diese mit Vertrauen und Freude an.»

Beatrix Bächtold

Sie kämpft um den Meistertitel

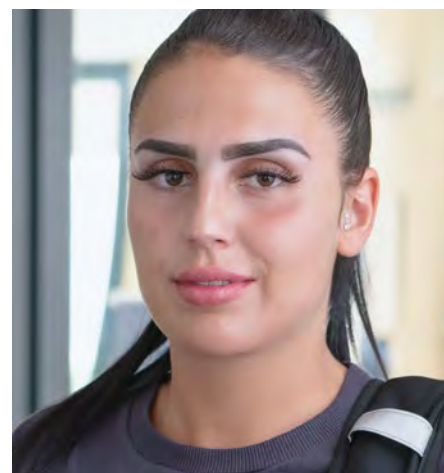
Marta Aguado da Costa von der Genfer Spitex-Organisation imad gehört zu den besten FaGe der Schweiz – ob sie sogar die beste ist, wird sich an den Schweizer Meisterschaften im September zeigen.

Im September 2020 sollten eigentlich die SwissSkills – die zentralen Schweizer Berufsmeisterschaften – in Bern stattfinden. Wegen der Pandemie musste die Veranstaltung aber auf 2022 verschoben werden. OdA-Santé hat mit Partnerorganisationen sowie mit kantonalen Organisationen der Arbeitswelt nun aber eine Ersatz-Veranstaltung für den Gesundheitsbereich ausgearbeitet: Jene Fachfrauen und Fachmänner Gesundheit EFZ (FaGe), die sich für die SwissSkills 2020 qualifiziert haben, dürfen sich an eigenen Schweizer Meisterschaften messen. Diese finden unter dem Label SwissSkills Championships 2020 am 10. und 12. September in Zürich statt. Ziel ist die Nomination einer Kandidatin oder eines Kandidaten für die WorldSkills Competitions 2021 in Shanghai, also die Berufs-Weltmeisterschaften.

18 Kandidatinnen und zwei Kandidaten sind bereit für das Rennen um den FaGe-Schweizer-Meister-Titel. Darunter befindet

sich Marta Aguado da Costa von der Genfer Spitex-Organisation imad (institution genevoise de maintien à domicile). «Ich war von klein auf ein kompetitiver Mensch, der Herausforderungen und neue Erfahrungen liebt», erklärt die 21-Jährige aus Carouge GE ihre Teilnahme. Zudem wolle sie ihren Beruf – den sie mit den drei Worten Einfühlungsvermögen, Zuhören und Fürsorge umschreibt – im Kanton Genf und darüber hinaus noch besser bekannt machen helfen.

Die 20 Anwärtinnen und Anwärter auf den Sieg treten im neuen ÜK-Zentrum der OdA Gesundheit Zürich gegeneinander an. Erst wird ein Vorausscheidungs-Wettkampf mit drei Situationen aus dem pflegerischen Alltag durchgeführt, am 12. September folgt dann das Finale. Wegen der Pandemie findet der Anlass unter Ausschluss der Öffentlichkeit statt, womit strenge Hygiene-Richtlinien eingehalten werden können. Trotzdem ist es möglich, einen Eindruck von den Meis-



Marta Aguado da Costa. Bild: imad

terschaften zu erhalten: Im Anschluss an die Wettkämpfe werden in den sozialen Medien Videos und Interviews veröffentlicht.

www.facebook.com/odasante

www.swiss-skills.ch

Fachtagung: Die Spitex als attraktive Arbeitgeberin

Red. Alle zwei Jahre richtet Spitex Schweiz eine öffentliche Fachtagung aus. Die nächste findet am 16. März 2021 im Stade de Suisse in Bern unter dem Titel «Spitex – attraktive Arbeitgeberin heute und morgen» statt. An der Veranstaltung soll im Rahmen von Referaten, Diskussionen, Workshops und einem Podium die übergeordnete Frage beantwortet werden, was die Spitex tun muss, um weiterhin eine attraktive Arbeitgeberin zu sein. Das detaillierte Programm wird Mitte September bekannt gegeben; zu diesem Zeitpunkt werden auch die Einladungen zur Tagung verschickt.

www.spitex.ch

Die Gesundheit der Pflegefachkräfte schützen

Red. Mitte Juni hat die Nationale COVID-19 Task Force den Policy-Brief «Protecting physical and mental health of healthcare workers» veröffentlicht. Darin wird auf die Wichtigkeit eingegangen, die körperliche und geistige Gesundheit aller Pflegefachkräfte während (aktueller und künftiger) Pandemien und Epidemien zu schützen. Das renommierte Autorenteam formuliert hierzu Empfehlungen auf der Ebene des Bundes und der Kantone: Erstens müsse Verantwortung dafür übernommen werden, dass das gesamte Gesundheitspersonal proaktiv über die neuesten Praktiken der Infektionskontrolle und die jeweils angemessenen Hygiene-Massnahmen informiert ist. Die Kantone

müssten hierfür finanzielle Mittel zur Verfügung stellen und die zuständigen Strukturen organisieren. Zweitens müssten Schutzausrüstung sowie zusätzliche Ressourcen für Schulungen und Beratungen in Bezug auf Infektionskontrolle in allen Pflege-Organisationen zur Verfügung gestellt werden. Drittens müssten die Infektions- und Sterblichkeitsraten unter allen Beschäftigten des Gesundheitswesens genau überwacht werden. Viertens müssten auch die psychische Gesundheit der Pflegenden überwacht und Unterstützungsmassnahmen bereitgestellt werden. Und fünftens müssten die Pflege-Organisationen schliesslich in die kantonalen und institutionellen Arbeitsgruppen im Falle von dringenden Pandemie-Situationen einbezogen werden.

<https://ncs-tf.ch>

«Gesundheitsförderung heisst Wertschätzung statt Kontrolle»

Damit Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) Früchte trägt, muss ein Arbeitgeber offen und transparent mit seinen Mitarbeitenden kommunizieren. Wie das geht, zeigt das Beispiel Puntreis aus dem schönen Bündnerland.



Diego Deplazes, Geschäftsführer des Gesundheitszentrums Puntreis, initiierte das BGM in seinem Betrieb mit Unterstützung von Visana.

Auch das Arbeitsumfeld von Pflegekräften will gepflegt sein. Davon ist Diego Deplazes, Geschäftsführer des Pflegezentrums Puntreis im bündnerischen Disentis/ Mustér, überzeugt. «Die physische und psychische Belastung ist nicht zu unterschätzen», erklärt er. Absenzen belasten die verbleibenden Teammitglieder, und qualifiziertes Personal ist in der Gesundheitsbranche zur Mangelware geworden. «Deshalb wollen wir ein attraktiver Arbeitgeber sein.»

Mit drei Massnahmen zum Ziel

Um diesem Anspruch gerecht zu werden, hat Diego Deplazes Mitte 2018 in Absprache mit den Verwaltungsräten Visana als externen Partner für ein BGM herangezogen. Umgesetzt wurden drei Massnahmen: systematische Rückkehrgespräche, regelmässiger Kontakt während Absenzen sowie ausführliche Krankheitszeugnisse.

«Unsere Mitarbeitenden sollen spüren, dass wir uns für sie interessieren», betont Diego Deplazes. Wertschätzung statt Kontrolle ist angesagt. Deshalb bleibt Puntreis neu mit kranken Kolleginnen und Kollegen in kontinuierlichem Austausch und evaluiert im Nachhinein, ob der Ausfall arbeitsbedingter Natur war. Zudem werde stets offen und transparent kommuniziert, welche Konsequenzen Abwesenheiten für das Team haben und weshalb

Mitarbeitende selbst dann eine enorme Entlastung sind, wenn sie nur zwei Stunden arbeiten kommen können. «Das fördert den Teamgeist», so Diego Deplazes.

Dem Arztzeugnis sei Dank

Ganz allgemein geniesst Puntreis bei seinen Angestellten ein hohes Ansehen. «Wir haben immer wieder Fälle, in denen Mitarbeitende arbeiten möchten, aber nicht dürfen, weil sie zu 100 % arbeitsunfähig geschrieben sind.» Dank den ausführlichen, freiwilligen Arztzeugnissen ist dies aber mittlerweile in Absprache mit dem Arzt möglich geworden.

Das Beispiel Puntreis zeigt, dass sich Offenheit und Transparenz bei der Einführung eines BGM lohnen. Interesse und Verständnis zeigen hilft gegen beruflichen Stress und motiviert. Ob Diego Deplazes deshalb bald weitere Gesundheitsförderungen einführt? «Momentan nicht. Aber sollten Mitarbeitende den Anstoss geben, hätte ich sicher ein offenes Ohr dafür.» Ein BGM solle schliesslich nicht alleine vom Unternehmen verordnet werden.

BGM – mit System zum Erfolg

Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) ist mehr als Prävention, es ist Ausdruck echten Interesses an der physischen und psychischen Gesundheit der Mitarbeitenden. Visana berät Sie bei der systematischen Umsetzung – sei es mit Referaten, Seminaren, Unfallprävention oder Berechnungstools. visana.ch/bgm

Puntreis Center da sanadad SA

Das Pflegezentrum Puntreis im bündnerischen Disentis/ Mustér verfügt über 55 Pflegeplätze mit einer Abteilung für demenzkranke Menschen. Hier erhalten Betroffene spezielle, bedürfnisgerechte Pflege und Betreuung. Puntreis beschäftigt rund 90 Mitarbeitende – darunter elf Lernende und Studierende – und bietet mit dem hauseigenen Restaurant einen beliebten öffentlichen Treffpunkt für Bewohner und Besucher.

Ein Ständerat macht sich für die Anliegen der Spitex stark

Der Obwaldner Ständerat Erich Ettlín (CVP) ist seit Juni 2020 Vorstandsmitglied von Spitex Schweiz. Er ist Vizepräsident der ständerätlichen Kommission für Soziale Sicherheit und Gesundheit SGK.

Spitex Magazin: Herr Ettlín, was ist Ihre Motivation, im Vorstand von Spitex Schweiz mitzuwirken?

Erich Ettlín: Ich möchte einen Beitrag zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für die ambulante Pflege und Unterstützung leisten. Pflege-, Betreuungs- und hauswirtschaftliche Leistungen zu Hause sind sehr wichtig für unsere Gesellschaft. Denn sie ermöglichen den Menschen, dass diese auch bei Krankheit so lange wie möglich in ihrer gewohnten Umgebung bleiben können. Aufgrund der demografischen Entwicklung sowie des Grundsatzes «ambulant vor stationär» wird die Bedeutung der Spitex in Zukunft noch zunehmen. Es ist wichtig, dass die Pflegefinanzierung gesichert und das Pflegepersonal gestärkt wird. Diese Anliegen liegen mir sowohl aus gesellschaftspolitischen Gründen als auch persönlich am Herzen. Deshalb engagiere ich mich gerne dafür.

Sie sind seit Juni auch Mitglied der Fachgruppe Politik und des politischen Beirates von Spitex Schweiz. Welche Schwerpunkte sehen Sie für die ambulante Pflege und Unterstützung in der Politik?

Die Pflegefinanzierung ist wohl das «grösste» und wichtigste Thema. Es ist unbestritten, dass die Finanzierung der Pflegeleistungen gesichert sein muss. Allerdings sind Massnahmen, welche zu einem starken Prämienanstieg führen, nicht mehrheitsfähig. Es geht also darum, Lösungen zu finden, welche die Finanzierung der Pflege sicherstellen, aber

keinen Anstieg der Krankenkassenprämien zur Folge haben. Ich persönlich denke, dass auch ein Anstieg der Spitex-Pflegekosten nicht zu einem spürbaren Prämienanstieg führen wird, weil ihr Anteil an den gesamten Pflegekosten des Gesundheitswesens vergleichsweise klein ist. Und weil durch die Arbeit der Spitex andere, teurere Leistungen verhindert werden können. Ein weiteres Thema ist die einheitliche Finanzierung ambulanter und stationärer Leistungen EFAS. Der Vorstand von Spitex Schweiz unterstützt EFAS inklusive des Einbezugs der Pflege. Ich bin der Ansicht, dass es einer weiter verbesserten und transparenteren Datengrundlage bedarf, damit Leistungen und Kosten tatsächlich verglichen werden können. Nur dann lässt sich belegen, dass EFAS Pflege nicht zu einem Prämienanstieg führt. EFAS Pflege ist auch wichtig, um die integrierte Versorgung weiter vorantreiben zu können.

Welche künftigen Herausforderungen werden Ihre Arbeit im Vorstand von Spitex Schweiz besonders nötig machen?

Neben den oben genannten Themen Pflegefinanzierung und EFAS Pflege ist auch der indirekte Gegenvorschlag zur Pflegeinitiative ein wichtiges Geschäft, das uns zurzeit beschäftigt. Die Stärkung der Pflege ist mir sehr wichtig, aber es braucht entsprechende geeignete Rahmenbedingungen bei der Umsetzung. Hierbei stellt sich auch die Frage, inwiefern das Parlament den für die Gesundheitsversorgung Zuständigen per



Vorstandsmitglied Erich Ettlín. Bild: zvg

Gesetz Vorschriften machen soll. Zudem besteht Angst vor einer Mengenausweitung, insbesondere wenn diesbezüglich keine Kontrollen vorgesehen sind. Zur Stärkung der Pflege trägt die Stärkung der Ausbildung bei, was ich sehr unterstütze. Die Kommission für soziale Sicherheit und Gesundheit des Ständerates (SGK-S) hat die Ausbildungsbeiträge – nach der Kürzung um 200 Millionen Franken im Februar – wieder um 100 Millionen Franken erhöht. Gleichzeitig hat sie jedoch die Ausbildungsinitiative für die Kantone durch eine «Kann»-Formulierung weniger verbindlich gemacht und die eigenständigen Kompetenzen der Pflegefachpersonen an den Abschluss von Vereinbarungen mit den Krankenversicherern geknüpft. Letztere müssen meines Erachtens sehr pragmatisch gestaltet sein. Es könnte im Rahmen der Administrativverträge zwischen den Verbänden und den Versicherern geregelt werden, welche Leistungen gemäss Kompetenzen der Pflegefachpersonen selbstständig abgerechnet werden dürfen.

Interview: Francesca Heiniger

Zur Person

Der 58-jährige CVP-Ständerat Erich Ettlín ist von Beruf Betriebsökonom, Steuerexperte und Wirtschaftsprüfer. Er ist Partner bei der BDO AG Schweiz und wohnt in seinem Heimatort Kerns OW. www.erich-ettlin.ch



Silvana «Hannah» Haidinger auf ihrem Wakeboard im Gold Coast Wakepark, ihrem Arbeitsplatz in Australien. Bilder: zvg

Zwei Thurgauerinnen bringen die Spitex und weitere Leidenschaften unter einen Hut

Die 29-jährigen Power-Frauen Fabienne Kuhn und Silvana «Hannah» Haidinger arbeiten jeweils Teilzeit bei der Spitex. Doch ansonsten sind die beiden Thurgauerinnen grundverschieden: Die eine gab kürzlich ihrem Traummann das Jawort, der anderen stellen sich allein bei der Wortkombination «bis dass der Tod euch scheidet» die Nackenhaare auf. Die eine ist ziemlich ortstreu, die andere zieht es von Kontinent zu Kontinent. Die eine ist neben der Arbeit bei der Spitex im eigenen Coiffeur-Salon um Wellen besorgt – und die andere ist nicht nur Masseurin mit eigener Praxis, sondern gleitet auch als Wakeboarderin auf Wellen dahin.

Googelt man den Namen Hannah Haidinger, so wird man in den sozialen Medien reichlich fündig: Unzählige Fotos auf Instagram und Co. zeigen eine junge Frau mit nassen Haaren, die auf ihrem Wakeboard über Wasseroberflächen gleitet, Saltos vollführt und dabei oft höchst unsanft baden geht. Ihr Lachen inmitten der sprühenden Gischt steckt selbst eingefleischte Landratten an. Vor zehn Jahren, während eines Trips nach Costa Rica, verschrieb sich die sportliche Frau dieser rasanten Wassersportart. Seitdem ist sie ziemlich erfolgreich mit ihrem Hobby unterwegs. «Wenn ich von mir erzähle, muss ich zuerst immer klarstellen, dass ich Silvana und nicht Hannah heisse», sagt sie. Der Zweitname Hannah entstand aus einer Verwechslung heraus. «Beim Wakeboarden auf den Philippinen nannten mich Kollegen plötzlich so. Und weil ich fand, dass es gut tönt, blieb ich dabei. Mittlerweile ist eine Art Künstlername daraus geworden. Die Wakeboard-Welt kennt mich als Hannah und meine Mami findet den Namen auch cool», berichtet sie. Obwohl diese Anekdote banal klingt, fasst sie doch einiges zusammen, was Silvana Haidinger ausmacht: Diese junge Frau hat den Mut, im Leben ihre ganz eigene Welle zu reiten – und verfügt trotzdem über ungeheuren Respekt vor anderen Menschen und deren Meinungen. «Liebe auch diejenigen, die dich nicht mögen. Wenn das nicht so ganz klappt, so packe dein Wakeboard und hau dich aufs Wasser», lautet ihr Lebensmotto.

Wellen geniessen

Anfangs deutete nichts darauf hin, dass die heute 29-jährige Silvana Haidinger einmal als erfolgreiche Wakeboarderin ein so bewegtes Leben führen wird. Aufgewachsen im Thurgauer 1000-Seelen-Dorf Tobel, spielten sich ihre ersten Jahre innerhalb eines Umkreises von 500 Metern ab. «Kindergarten, Schule und auch die Ausbildung zur Fachfrau Gesundheit im Alterszentrum Sunnewies – ich war immer zu Fuss unterwegs», sagt sie. Nach der Lehre entfernte sie sich dann ein bisschen weiter weg von zu Hause und arbeitete bei der Spitex Stadt Schaffhausen. «Es gefiel mir recht gut. Ich arbeitete und konnte sogar etwas sparen», erzählt sie. «Und als ich merkte, dass sich auf meinem Konto ein ansehnliches Sümmchen befand, beschloss ich, mir eine Auszeit zu gönnen. Ich reiste los und kam lange nicht mehr heim.»

Das erste Jahr verbrachte sie in Indonesien, wohnte bei Kollegen und schlug sich in der Wakeboard-Branche durch. «Sie brachten mir bei, die Maschinen im Wakepark zu bedienen, zu warten und zu reparieren. Damit legte ich mir das Fundament, um als Heblerin zu arbeiten», sagt sie. Heblerinnen und Hebler halten eine Wakeboard-Anlage am Laufen. Einen Grossteil ihrer Arbeit verrichten diese Spezialisten vom zwölf Meter hohen Tower aus. Aus der Vogelperspektive beobachten sie den Betrieb und tragen die Verantwortung für Mensch und Maschine. Die schwindelfreien



«Ich finde es grossartig, dass die Spitex mich nach jahrelanger Berufspause wieder so spontan aufgenommen hat.»

Silvana Haidinger

Fachleute schreiten beispielsweise ein, wenn ein Wakeboarder überfordert ist und baden geht. Gleichzeitig spitzen sie – mit dem Schraubenschlüssel im Anschlag – die Ohren und hören sofort heraus, wenn die Maschine unübliche Geräusche von sich gibt. Kurz: Ohne Hebler geht gar nichts, und deshalb sind sie weltweit gefragte Fachleute. Und so öffnete ihr Know-how der jungen Frau dann endgültig die Tür zur Wakeboard-Welt. «Aus geplanten drei Monaten im Ausland wurden vier Jahre», fasst sie zusammen.

Mit einem Minimum an Klamotten und ihrem Board bereiste sie Costa Rica, Thailand, Singapur, die Philippinen und schliesslich Australien. Als Heblerin genoss sie grenzenlose Trainingsmöglichkeiten. Bald stand sie bei internationalen Wettkämpfen auf dem Siebertreppchen; zum Beispiel am Australischen Boardstock. In Australien studierte die sportliche junge Frau Englisch und absolvierte zudem eine Ausbildung zur Masseurin. «Ich eröffnete mein eigenes Studio und hatte so viele Kunden, dass ich nur noch am Wochenende im Wakepark arbeiten konnte. Nie im Leben hätte ich gedacht, dass ich einmal ein eigenes Geschäft führen würde», erzählt sie heute rückblickend.

Wellen legen

Berufsmässig absolut auf dem Siebertreppchen fühlt sich auch Fabienne Kuhn aus Bettwiesen, die zweite 29-jährige

Ältere Menschen und Angehörige ressourcenorientiert beraten

In Begleitungs- und Betreuungssituationen sind beraterische Kompetenzen gefragt. Lernen Sie, bestehende familiäre und nachbarschaftliche Ressourcen zu erkennen und in der Beratung beizuziehen.

Fachkurs, 6 Studientage
November 2020 bis Februar 2021

Ihre Weiterbildung zum Thema Alter –
kompetent, engagiert, zukunftsweisend:
bfh.ch/alter/weiterbildung

Nächste Infoveranstaltung:
17. September 2020 in Bern



► Institut Alter

FÜR SPITEX-
ORGANISATIONEN



BENÖTIGEN SIE UNTERSTÜTZUNG
BEI DER EINFÜHRUNG DES FINANZ-
MANUALS? WIR SIND FÜR SIE DA!

- Buchführung intern oder extern
- Abschluss und Controlling
- Beratung Kostenrechnung
- Revision
- Redinet ASP Software



Freiestrasse 11
Postfach 240
8501 Frauenfeld

T 052 725 09 30
info@redi-treuhand.ch
redi-treuhand.ch

Partner von:



«iba ist seit mehr als 10 Jahren
verlässlicher Partner der Spitex Schweiz.
Unsere rund 600 Organisationen
sind in Sachen Beratung und Verkauf
in besten Händen. Wir können eine
Zusammenarbeit nur empfehlen.»

Marianne Pfister
Geschäftsführerin
Spitex Schweiz

Spitex Mitglieder profitieren bei iba

- Grosskundenpreise auf dem gesamten iba Sortiment und Dienstleistungsangebot
- Zusätzlich 10% Joker-Rabatt auf Ihre Grossbestellung (einmal einlösbar pro Jahr)
- Kein Mindestbestellwert
- Gratis Lieferung innert 24 h

Sonderkonditionen für Spitex Organisationen

- Büromaterial
- Hygiene- und Reinigungsartikel
- Geschäftsdrucksachen
- Werbeartikel
- Tinten und Toner
- Büroeinrichtung



Büro und mehr



Wie kann ich von den
Vorzugspreisen profitieren?

Schicken Sie Ihre Koordinaten an
member@iba.ch
oder registrieren Sie sich unter
www.iba.ch/Spitex



Spitex-Power-Frau aus dem Kanton Thurgau. Für sie ist nämlich der Lebenstraum in Erfüllung gegangen. «Mein Teilzeitpensum bei der Spitex-Aadorf ist für mich, als Ergänzung zu meinem erlernten Beruf, ein absoluter Gewinn», sagt sie. Fabienne Kuhn hat Coiffeuse gelernt und bewarb sich nach ihrer Lehrzeit in demjenigen Salon, in welchem sie schon als Kind Kundin gewesen war. Bei der Vorstellung kommunizierte sie offen, dass sie berufsbegleitend eine Weiterbildung im Pflegebereich beim Schweizerischen Roten Kreuz (SRK) Weinfelden absolvieren wollte. «Es war immer schon mein Traum, diese beiden Berufe zu kombinieren», sagt sie. Als Fabienne Kuhn 2012 dann als Mitglied der Guggenmusig Voll-Gas-Chlöpfier Wiezikon bei der Fasnacht in Sirnach aufspielte, ahnte sie nicht, dass sich dort die Erfüllung ihres Traumes anbahnen wird. «In einer Pause traf ich Rita Brunschwiler, die Leiterin der Spitex-Aadorf, die ich schon von früher kannte. Sie sagte mir, dass sie jemanden im Pflegebereich suchen», erzählt sie. Das wühlte Fabienne Kuhn derart auf, dass sie in der Nacht keinen Schlaf fand. Da setzte sie sich kurzerhand hin und schrieb noch in der gleichen Nacht eine Bewerbung. «Ich sprühte geradezu vor Kreativität und Begeisterung. Das Titelblatt des Dossiers gestaltete ich in den Spitex-Farben. Wenige Stunden später brachte ich die Bewerbung der Leiterin der Spitex persönlich nach Hause», berichtet sie.



«Mein Teilzeitpensum bei der Spitex-Aadorf ist für mich, als Ergänzung zu meinem erlernten Beruf der Coiffeuse, ein absoluter Gewinn.»

Fabienne Kuhn

Inzwischen sind acht Jahre vergangen. Momentan führt Fabienne Kuhn immer nachmittags bis in den Abend hinein in Wallenwil ihren eigenen Salon #fabihairstyle. Die Kunden kennen ihre Handynummer und so werden die meisten der Termine über Whatsapp vereinbart. Während sie am Nachmittag also ihre Kundschaft im eigenen Salon verschönert, gehört der Vormittag immer den Klientinnen und Klienten der Spitex-Aadorf. «Diese Kombination ist für mich der absolute Traum. Sie ermöglicht es mir, zwischen zwei Welten zu pendeln und immer auch wieder abzuschalten», sagt sie.

Unter den Klientinnen der Spitex hat es sich schnell herumgesprochen, dass Fabienne Kuhn gelernte Coiffeuse ist. «Sie sind immer sehr dankbar, wenn ich ihnen bei der Grundpflege nach dem Duschen die Haare schön föhne», sagt die Pflegehelferin SRK. Hier eine schwungvolle Föhnfrisur, da ein geflochtener Bauernzopf oder gewickelte Haare. «Ich stelle fest, dass das ungemein zum Wohlbefinden beiträgt», sagt sie. «Auch wenn die Klientinnen nicht mehr gross in den Ausgang gehen, tun ihnen die schönen Haare doch mega gut für die Psyche und schlussendlich auch für die Gesundheit. Wenn sie in den Spiegel schauen, strahlen sie richtig und sind dankbar.» Den Wunsch nach einem lässigen Haarschnitt schlägt Fabienne Kuhn aber aus, da dies keine bedarfsgerechte Leistung seitens der Spitex ist. Obwohl die Klientinnen wissen, dass ein Trinkgeld für das Frisieren nicht nötig ist, lassen sie es sich manchmal nicht nehmen, die Kaffeekasse des Spitex-Teams mit einem Zustupf zu füttern.

Ehe? Nein danke!

Doch zurück zu Silvana Hannah Haidinger. Geprägt von Eindrücken und reich an Erfahrung, kehrte sie im Winter 2019 zurück in die Schweiz. Wakeboarding ist derzeit ein blosses Hobby; an Turnieren nimmt sie im Moment nicht mehr teil. Stattdessen führt sie einen Tag pro Woche ihr eigenes kleines Massage-Atelier in Amlikon TG, die restliche Zeit arbeitet die gelernte Fachfrau Gesundheit (FaGe) in der Behandlungs- und Grundpflege der Spitex Lauchetal TG. «Hier arbeitete ich schon mal während einer dreimonatigen Besuchszeit in der Schweiz. Sie wollten mich damals schon behalten, und als ich nach meiner Rückkehr anfragte, stellten sie mich gerne ein», sagt sie. Silvana Haidinger hat auch in Australien kurz in der Pflege gearbeitet. «Dort existiert keine Spitex wie bei uns. Vielmehr gibt es private Organisationen, deren kleine Teams immer die gleichen Klientinnen und Klienten betreuen. Ich finde aber unser System besser. Der ständige Wechsel bringt wohlthuende Abwechslung für alle Beteiligten», berichtet sie.

Und so schlüpft Silvana Haidinger gerne an fünf Tagen pro Woche ins Outfit der Spitex Lauchetal, auf welches sie übrigens sehr stolz ist. «Bis auf die Schuhe wird uns alles zur Verfügung gestellt. Hose, Jacke, Shirt, Faserpelz und



HÖGG
LIFTSYSTEME

CH-9620 LICHTENSTEIG
TELEFON 071 987 66 80

TREPPENLIFTE

ROLLSTUHLLIFTE
SITZLIFTE
AUFZÜGE



Montiert in
2 Wochen



www.hoegglift.ch

SWISS ENGINEERING +

lernwerkstatt

SVEB-Zertifikat Praxisausbilder/in

Als Fachperson Lernende, Studierende oder Mitarbeitende individuell begleiten und beraten.

Aarau	ab 15.10.20
Baden	ab 26.04.21
Basel	ab 15.01.21
Bern	ab 23.10.20
Bülach	ab 19.10.20
Luzern	ab 10.05.21
Olten	ab 02.09.20
Sargans	ab 21.10.20
St. Gallen	ab 02.11.20
Thun	ab 18.02.21
Winterthur	ab 04.09.20
Zürich	ab 07.11.20

Jetzt Informationen
anfordern:
Tel. 062 291 10 10



Kurz und bündig erklärt!
www.praxisausbilder.ch

publicare



Kundenbegeisterung durch Service Excellence.

Publicare ist die schweizweit grösste Lieferantin und Dienstleisterin von medizinischen Hilfsmitteln in den Bereichen Inkontinenz, Stoma- und Tracheostoma-Versorgung sowie zur Wundbehandlung.

- Kostenloser, schneller und diskreter Versand
- Individuelle Beratung
- Direkte Abrechnung mit dem Kostenträger

Besuchen Sie unseren Webshop!
www.publicare.ch

Publicare AG
Vorderi Böde 9
5452 Oberrohrdorf
Telefon 056 484 15 00

In ihrem eigenen Coiffeur-salon #fabishairstyle verschönert Fabienne Kuhn jeweils nachmittags ihre Kundschaft.



eine wasserdichte Goretex-Jacke für den Winter», sagt sie. «Dieses einheitliche Erscheinungsbild unterstreicht optisch, dass wir ein kompetentes kleines, herziges Team sind. Ich finde es grossartig, dass sie mich nach jahrelanger Berufspause wieder so spontan aufgenommen haben.» Das Vertrauen weiss Silvana Haidinger zu schätzen, und so wie es momentan aussieht, wird sie wohl eine ganze Weile in der Schweiz bleiben. «Für mich ist es ein Glück, dass es die Spitex gibt. Anders als auf der Station im Spital bin ich frei wie ein Vogel, kann selbstständig arbeiten. Das ist herrlich für mich», erklärt sie. Und weil Silvana Haidinger sich genau diese Freiheit behalten möchte, winkt sie dankend ab, wenn man sie aufs Thema Familienplanung anspricht. «Ich verspüre weder Heirats- noch Kinderwunsch», sagt sie.

über die Hintergründe und Auswirkungen der Beatmung erfahren», sagt sie. Fabienne Kuhn ist ein sozialer Mensch. «Schon als Kind habe ich mich nie um Spielzeug gestritten, habe Rücksicht genommen und beim Spielen immer geschaut, dass alle zufrieden sind», sagt sie. Dann erzählt sie, dass es ihr durch ihre Ausbildung möglich war, ihren an Krebs erkrankten Vater gemäss seinem Wunsch zu Hause bis zum Tod zu pflegen. Sie sagt: «So traurig es auch war, so schön war es doch, dass ich ihm diesen Wunsch erfüllen konnte.»

Beatrix Bächtold

Anzeige

Ehe? Ja bitte!

Ganz anderes fühlt Fabienne Kuhn. Am 13. Juni 2020 hat sie ihrem Schatz in der Bibliothek des Klosters Fischingen gelobt, ihm in guten wie in schlechten Zeiten treu zu bleiben. Für ihre Zukunft hat sie genaue Vorstellungen und erzählt begeistert, was sie noch alles anpacken will. Im Demenzbereich, auf dem Gebiet der medizinischen Behandlungspflege und der Kinästhetik und bei der Palliative Care hat sich Fabienne Kuhn bereits weitergebildet. Im Herbst 2020 steht in Winterthur eine Weiterbildung auf dem Gebiet der COPD (Chronic Obstructive Pulmonary Disease) an. «Momentan betreuen wir mit Unterstützung der Lungenliga Thurgau drei Klienten mit COPD. Das sensibilisierte mich für die Problematik und ich möchte mehr

**« Ihr Aus- und Weiterbildungs-
institut IKP: wissenschaftlich –
praxisbezogen – anerkannt.»**

**Mit Option zum eidg. Diplom
Neu: Finanzierung Ihrer Aus-
bildung durch Bundesbeiträge**



**Körperzentrierte(r)
Psychologische(r)
Berater(in) IKP**

Info-Abende: 24. Aug. oder 2. Nov.

Psychosoziale Beratungskompetenz kombiniert mit Körperarbeit, Entspannungsübungen, Sinnfindung und Ressourcenstärkung. (3 Jahre, ASCA u. SGfB-amerik.)



**Ganzheitlich-
Integrative(r)
Atemtherapeut(in) IKP**

Info-Abende: 7. Sept. oder 16. Nov.

Ressourcenorientierte Prozessbegleitung durch Atem- und Körpertherapie. Mit Option zum/zur eidg. dipl. Komplementärtherapeut(in). (3 Jahre, EMR- und ASCA-amerik.)

Mehr Infos?
ikp-therapien.com
Tel. 044 242 29 30

IKP Zürich und Bern   

Seit 30 Jahren anerkannt

Die Spitex kommuniziert
zunehmend digital.
Illustration: Patrick Oberholzer

Gute Kommunikation beeinflusst vieles positiv

«Man kann nicht nicht kommunizieren», sagte Kommunikationswissenschaftler Paul Watzlawick einst. Wenn also zum Beispiel Spitex-Vorgesetzte nicht mit ihren Mitarbeitenden kommunizieren, kann dies als Ausdruck von Gleichgültigkeit verstanden werden. Und wenn die Spitex nicht zu Vorwürfen Stellung nimmt, wird dies vielleicht als Schuldeingeständnis wahrgenommen. Doch wie kommuniziert die Spitex so, dass ihre Botschaft ankommt? Die Artikel auf den kommenden Seiten beschäftigen sich mit Beispielen für die moderne Kommunikation der Spitex, mit der Kommunikation der Spitex in Krisen – und mit der positiven Kommunikation in der Öffentlichkeit, um das Image der Spitex zu pflegen.

Das eHealth-Barometer 2020 zeigt, dass die digitale Vernetzung bei der Spitex konstant ansteigt. Die Spitex bedient sich also moderner Kommunikationsmittel, um mit Mitarbeitenden, Klientinnen und Klienten, Angehörigen und dem gesamten Versorgungsnetzwerk zu kommunizieren. Doch wie sieht

diese digitale Kommunikation genau aus und welchen Nutzen und welche Herausforderungen bringt sie mit sich? Diesen Fragen wird anhand von vier Beispielen für die moderne Kommunikation der Spitex nachgegangen.

Texte: Flora Guéry und Kathrin Morf



Die moderne Kommunikation im Netzwerk

Damit ein Versorgungsnetzwerk funktioniert, ist gute Kommunikation unerlässlich. Eine Basler Firma will mit dem «Clever.Care Coordinator» die Kommunikation und Koordination der Spitex im Netzwerk modernisieren.

Damit die Spitex die Koordination und Kommunikation im Versorgungsnetzwerk sicher und effizient zu meistern vermag, hat die Basler Clever.Care AG den «Clever.Care Coordinator» entwickelt (vgl. Spitex Magazin 3/2019). Die App ermöglicht derzeit vor allem die Kommunikation per Messenger zwischen der Spitex, ihren Klientinnen und Klienten sowie deren Angehörigen. «Wir arbeiten aber darauf hin, eines Tages das gesamte Netzwerk einbeziehen zu können», erklärt Alfred Ruppert, Leiter der Geschäftsentwicklung bei Clever.Care. Die App wurde im Jahr 2019 im Rahmen eines Pilotprojekts entwickelt und von mehreren Spitex-Organisationen getestet.

Keine vergeblichen Arbeitswege mehr

«Spitex-Mitarbeitende, Klienten und Angehörige kommunizierten bisher über viele verschiedene Kanäle, was nicht effizient war», berichtet Nikola Stevanovic, Leiter des Projekts Clever.Care und Standortleiter bei der Spitex Biel-Bienne Regio. «Zudem passierte es dadurch immer wieder, dass ein Klient kurzfristig einen Termin nicht einhalten konnte, ohne dass wir dies rechtzeitig erfuhren. Dann fuhr eine Spitex-Mitarbeiterin vergeblich zu ihm.» Auch sei es wünschenswert, die Angehörigen eng in die Versorgung einzubeziehen. «Aber einfach ist dies nicht, solange man kein gutes System dafür hat.» Aus all diesen Gründen führte die Bieler Spitex den Clever.Care Coordinator versuchsweise ein. «Klienten und Angehörige kommunizieren damit nur noch über einen Kanal mit uns, was effizient und übersichtlich ist», freut sich Nikola Stevanovic. «Zudem können Klienten und Angehörige alle Spitex-Termine überall und jederzeit einsehen, stornieren oder eine Änderung beantragen.» Weiter helfe die App Klienten mit

kognitiven Einschränkungen, weil sie an jeden Termin erinnert. Auch von den hohen Sicherheitsstandards ist Nikola Stevanovic überzeugt. Er räumt jedoch ein, dass man mit der Anzahl Klienten, welche man für die App gewinnen konnte, nicht zufrieden sei. «Vor allem Klienten im hohen Alter sind mit digitalen Hilfsmitteln nicht vertraut. Mehr Früchte hat es getragen, als wir Angehörige anzuschreiben begannen.»

Dennoch vermochte die Bieler Spitex seit Frühling 2019 erst rund zwei Dutzend Clever.Care-Netzwerke aufzubauen.

«Eine Zwischenbilanz im Herbst 2019 zeigte, dass unsere App allen Nutzern sehr

gefällt. Gerade ältere Klienten als Nutzer zu gewinnen, war aber schwieriger als gedacht», bestätigt Alfred Ruppert. «Unsere App wurde zusammen mit Senioren entwickelt. Wir sind uns sicher, dass mit einer zunehmenden Anzahl digital aktiver Senioren das Bedürfnis nach Partizipation und digitaler Interaktion mit der Spitex wachsen wird.»

«Die Digitalisierung ist die Zukunft»

Spitex-Organisationen können ein Abonnement für die App erwerben und daraufhin Klienten und Angehörige kostenlos einbeziehen. In den vergangenen Monaten wurde die App, die in Deutsch und Französisch erhältlich ist, anhand der Erkenntnisse aus der Pilotphase optimiert. So kann sie nun auch für die interne Kommunikation verwendet werden.

«Flächendeckend werden solche digitalen Helfer bei der Spitex wohl erst zum Einsatz kommen, wenn eine Generation das hohe Alter erreicht, die den Umgang mit Smartphones beherrscht», bilanziert Nikola Stevanovic. Dennoch müsse die Spitex bereits jetzt auf die Digitalisierung ihrer Kommunikationsprozesse vorbereitet sein. «Die Digitalisierung vereinfacht die Zusammenarbeit im gesamten Netzwerk und ist die Zukunft des Gesundheitswesens. Und die Spitex muss rechtzeitig auf diesen Zug aufspringen, wenn sie wettbewerbsfähig bleiben will.»

«Die Digitalisierung ist die Zukunft des Gesundheitswesens.»

Nikola Stevanovic, Spitex Biel-Bienne Regio

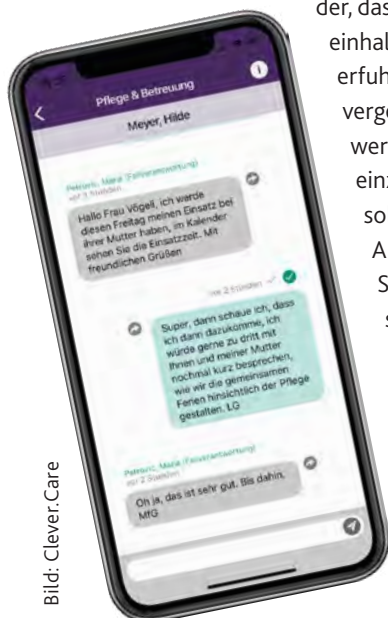


Bild: Clever.Care

Die moderne interne Kommunikation

Die interne Kommunikation effizient und zuverlässig zu gestalten, gilt bei der Spitex als grosse Herausforderung. Bei der Spitex Bachtel AG bewältigt man diese mit einer App.

Die interne Kommunikation gilt als ein grosser Knackpunkt der Unternehmenskommunikation. «Informationen *allen* Mitarbeitenden zeitnah weiterzugeben, ist eine grosse Herausforderung – vor allem bei der Spitex», sagt Jens Weber, Geschäftsführer der Spitex Bachtel AG im Zürcher Oberland. «Denn viele Spitex-Mitarbeitende haben kleine Pensen, sind oft unterwegs und arbeiten im Schichtbetrieb sowie für verschiedene Stützpunkte.» Als er seine Stelle bei der Spitex Bachtel AG im Juli 2019 antrat, wurde Jens Weber bewusst, dass die Organisation mit «Perigon» zwar über ein gutes System zur Kommunikation über Patientendaten verfügte – die restliche interne Kommunikation war aber bedeutend weniger modern gestaltet. «Man kommunizierte über verschiedene Kanäle wie Mails, Sitzungen und sogar über Notizbücher in allen Stützpunkten», erzählt der Geschäftsführer, der bald darauf die App «Beekeeper» der gleichnamigen Zürcher Firma einführte. «Nun ist unsere interne Kommunikation effizient, zuverlässig und zeitnah», freut er sich. Über den Stream und die Chats von Beekeeper kündigt der Geschäftsführer zum Beispiel Weiterbildungen an, neue Mitarbeitende stellen sich vor und die verschiedenen Teams organisieren ihre Sitzungen. In der Chatgruppe «Weisses Buch» werden zudem wichtige Informationen für alle Mitarbeitenden kommuniziert. «Dass unsere Mitarbeitenden jederzeit auf solche Informationen zugreifen können, wird noch wichtiger, wenn wir im Herbst den 24-Stunden-Betrieb einführen», sagt Jens Weber.

Während der Pandemie bewährte sich das System

Die App kann auf privaten und beruflichen Mobiltelefonen und Tablets genutzt werden und lässt auch die Kommunikation zwischen zwei Personen zu. «Alle Mitarbeitenden tauschen sich gleichberechtigt über die gleiche Plattform aus. Das fördert das Wir-Gefühl», ist Jens Weber überzeugt.

Dies ist von besonderer Bedeutung, weil die Spitex Bachtel AG 2016 aus der Zusammenlegung von vier Spitex-Vereinen hervorging. «Die Plattform beschleunigt den herausfordernden Prozess, dass sich alle Mitarbeitenden mit der neuen Organisation identifizieren. Zum Beispiel,



Interne Kommunikation ist bei der Spitex von zentraler Bedeutung. Bild: Beekeeper

«Unsere interne Kommunikation ist nun effizient, zuverlässig und zeitnah.»

Jens Weber, Spitex Bachtel AG

weil ein Nutzer der App all seine Mitarbeitenden kennenlernt und erfährt, was in anderen Stützpunkten so passiert.»

Trotz der Digitalisierung lege man bei der Spitex Bachtel AG weiterhin Wert auf den realen Austausch. Dies zeigt sich auch daran, dass Jens Weber ein «Chef-Nomade» ist: Um den Kontakt zu allen Mitarbeitenden pflegen zu können, arbeitet er selten zwei Tage hintereinander im selben Stützpunkt. Zudem erhöhe die digitale Plattform sogar die Qualität des realen Austausches:

«Über die App erhalten alle Mitarbeitenden alle nötigen Informationen bereits vor jeder Sitzung. Dadurch verbreiten wir an der Sitzung nicht Informationen, bis die Köpfe rauchen. Stattdessen

haben wir zum Beispiel mehr Zeit für Diskussion und Fallbesprechungen.» Natürlich müssten die Informationen auf der App hierzu auch gelesen werden – dies klappe aber meist gut. Während der COVID-19-Pandemie zeigte die Zugriffsstatistik sogar, dass oft alle 180 Mitarbeitenden einen Beitrag lasen. «Die App hat sich während der Pandemie bewährt», berichtet Jens Weber. «Trotz aller Distanz konnte unser Notfall-Team all unsere Mitarbeitenden jederzeit schnell informieren und mit ihnen Dialoge führen.»

Die interne Kommunikation beeinflusst die externe

Weiter hält Jens Weber eine gute interne Kommunikation für wichtig, weil sie die externe Kommunikation positiv beeinflusst. «Mitarbeitende, die gut informiert sind und sich mit ihrer Arbeitgeberin identifizieren, vertreten die Organisation gegen aussen gut», erklärt er. Damit die Mitarbeitenden für die anspruchsvolle Kommunikation im Berufsalltag fit seien, organisiert die Spitex Bachtel AG derzeit Schulungen zu The-



men wie «Nähe und Distanz» und «Mit Konflikten umgehen». Und schliesslich rät Jens Weber auch aus ökonomischen Gründen zur Modernisierung der internen Kommunikation: «Durch die Digitalisierung vermeidet man viele zeitraubende Doppelspurigkeiten und reduziert die Zeit für Sitzungen und Protokolle. Und gewinnt man Zeit, spart man Geld.»

Nicht zu viel und nicht zu wenig

Überzeugt ist die Spitex Bachtel AG auch von den hohen Datenschutz-Standards von Beekeeper. Vermisst habe man bisher einzig die Antwortmöglichkeiten auf einzelne Chatnachrichten, wie man es von WhatsApp kennt. «Wir versuchen, alle Wünsche unserer Kunden umzusetzen. Dies braucht aber manchmal etwas Zeit», erklärt Cristian Grossmann, CEO von Beekeeper. Es würden indes laufend Funktionen ergänzt: So erlaube die Version «Beekeeper 2.0» unter anderem die Integration der Schichtplanung in das System.

Beekeeper wurde 2012 von ETH-Absolventen gegründet und hat heute Kunden in 130 Ländern, darunter mehrere Schweizer Spitex-Organisationen und Spitäler. «Die Klinikgruppe Hirslanden führte die App zum Beispiel gleich zu Beginn der COVID-19-Pandemie ein», sagt Cristian Gross-

mann. Die einzige App für interne Kommunikation ist Beekeeper allerdings keineswegs. Längst kommen zum Beispiel auch die Basler App «Clever.Care» (siehe S. 15) oder die App «Qnnect» der Zürcher Firma Connect Solutions bei der Spitex zum Einsatz.

Jens Weber begrüsst diese zunehmende Digitalisierung: «Die interne Kommunikation der Spitex muss modern, effizient und flexibel sein, um mit den Entwicklungen im Gesundheitswesen mithalten zu können.» Damit eine App ihr Potenzial entfalten könne, müsste sie aber angemessen genutzt werden. «Erstens muss man darauf achten, dass die Kommunikation über die App hochstehend ist und bleibt», erklärt er. «Zweitens dürfen die Teilnehmenden das System nicht mit zu vielen Neuigkeiten und Kommentaren überladen, weil die Nutzer ansonsten überfordert sind. Drittens darf man das System auch nicht zu selten füttern. Denn sind die Informationen zunehmend spärlich oder sogar veraltet, würde die App eines Tages von niemandem mehr genutzt.»



www.spitex-bachtel.ch; www.beekeeper.io

Die moderne Diagnose aus der Ferne

Der Fortschritt der Technik ermöglicht zunehmend die Diagnose und ärztliche Konsultation aus der Ferne. In Genf bedient sich die Spitex hierfür einer App, die einen direkten Draht zum Universitätsspital ermöglicht.

Die Telemedizin – also die Diagnostik und Therapie über räumliche oder zeitliche Distanzen hinweg – gewinnt zunehmend an Bedeutung. Ermöglicht wird dies zum Beispiel durch «intelligente» Alltagsgegenstände wie Waagen, Armbanduhrer oder Toiletten, die Ärztinnen und Ärzten Informationen über den Gesundheitszustand von Patientinnen und Patienten zukommen lassen (vgl. Spitex Magazin 3/2019). Bei der Genfer Spitex imad (institution de maintien à domicile) setzt man ebenfalls auf Diagnosen aus der Ferne – allerdings mithilfe einer App.

HUG@home ist eine einfach zu bedienende digitale Plattform für medizinische Fernkonsultationen. Sie ermöglicht es einer Pflegefachperson, eine telemedizinische Sprechstunde mit einer leitenden Ärztin oder einem leitenden Arzt des Universitätsspitals Genf (HUG) durchzuführen – und dies täglich von 11 bis 19 Uhr, auch an Wochenenden. Die Konsultation per Videokonferenz bedarf der vorgängigen Zustimmung des Klienten. Sie wird in Anspruch genommen, um in verschiedenen Situationen – zum Beispiel im Falle von Änderungen einer medikamentösen Behandlung, eines Sturzes oder einer ungewöhnlichen Entwicklung einer Wunde – rasch eine medizinische Meinung einzuholen, wenn der behandelnde Arzt des Klienten nicht verfügbar ist. Übergeordnet zielt



Pflegefachmann und Klientin telefonieren mit einer Ärztin. Bild: Screenshot RTS



Stadt Zürich
Schulungszentrum Gesundheit



WEITER
KOMMEN

Breites Angebot für HF-Studierende im
Lernbereich Training & Transfer (LTT)

Mehr unter: www.stadt-zuerich.ch/sgz

Wir bilden. Die Zukunft.

SGZ Campus



heimelig
betten
PFLEGE • KOMFORT

8280 Kreuzlingen
Tel. ★ 071 672 70 80



365 Tage erreichbar



www.heimelig.ch Vermietung und Verkauf von Pflegebetten

Im Alter zu Hause leben

Heimelig Betten möchte, dass Sie sich zuhause fühlen. Wir beraten Sie gerne und umfassend und übernehmen die erforderlichen administrativen Aufgaben mit den Kostenträgern. Heimelig Betten liefert schnell und zuverlässig, damit Sie Ihren Alltag zuhause weiterhin genießen können.

QUALITÄT BEGINNT BEI DER
FÜHRUNG

15. SPITEX-Führungsforum

Mittwoch, 28. Oktober 2020, 13.45-17.00
Volkshaus Zürich (10 Gehminuten ab HB)

Gedanken zum Case Management in der Spitex

Ursula Zybach, Präsidentin Spitex Bern, Grossrätin

Covid-19-Pandemie: Erkenntnisse und Konsequenzen

Christina Gygax-Gäumann, Geschäftsführerin SPITEX Region Köniz

Haben erfolgreiche Führungskräfte ein Führungs-Gen — oder kann man Führung lernen?

Andrea Pachleitner, Organisationsentwicklerin ias, Zürich

Ein Führungsgespräch mit einer Unternehmerin

Christina Bachmann-Roth, Gründerin und
Geschäftsleiterin Gaudis AG, Neudorf

Anmeldeschluss: **12. Oktober 2020**

Programm + Anmeldung: myspitex.ch > Führungsforum



// myspitex.ch postfach 1334 4901 langenthal 081723 2455 eee@myspitex.ch

HUG@home darauf ab, dass die Klienten dank einer modern koordinierten ärztlichen Versorgung zu Hause bleiben können, statt eine Notaufnahme aufzusuchen. Hierzu ermöglicht die App auch einen Live-Austausch von Dokumenten – und der Datenschutz ist vollumfänglich gewährleistet.

Ursprünglich wurde HUG@home nur einigen Klienten im Rahmen eines 2019 gestarteten Pilotprojektes angeboten. Aufgrund von COVID-19 wird die App aber bereits breiter eingesetzt: Nun verfügen die Pflegefachpersonen sämtlicher imad-Stützpunkte über den digitalen Helfer. Erste Tests er-

gaben unter den involvierten Fachpersonen eine Zufriedenheitsquote von über 90 Prozent. Laut imad sind auch die Klientinnen und Klienten mit dieser Art der Versorgung sehr zufrieden: Ihre Probleme würden sehr schnell behandelt, und in 9 von 10 Fällen würde ein Besuch in der Notaufnahme vermieden. Mehrere Partner von imad sowie andere Leistungserbringer der ambulanten Versorgung seien sehr interessiert daran, künftig auch eine solche Dienstleistung anzubieten.

www.imad-ge.ch/prestations/hug-home

Der moderne Austausch von Patientendaten

Im elektronischen Patientendossier (EPD) werden alle Dokumente mit Gesundheitsinformationen gesammelt. Auch wenn in der Bevölkerung noch Skepsis gegenüber dem EPD herrscht, hat das Dossier gemäss seinen Befürwortern viele Vorteile für die Spitex.



Das elektronische Patientendossier (EPD) ist gewissermassen eine digitale Krankengeschichte, die über eine sichere Internetverbindung abrufbar ist. Es enthält Informationen über den Gesundheitszustand einer Person, beispielsweise Röntgenbilder oder ärztliche Verordnungen. Die Patienten können überall und jederzeit darauf zugreifen, etwa über ihr Smartphone. Sie selbst bestimmen zudem, welche Gesundheitsfachpersonen welche Dokumente wann einsehen dürfen. Laut seinen Befürwortern kann das EPD die Behandlungsprozesse optimieren. Dadurch sollen die Qualität und Kontinuität der Versorgung verbessert und die Zusammenarbeit im Gesundheitswesen vereinfacht werden. Spitäler sind nach dem Bundesgesetz über die elektronische Patientenakte (EPDG), das seit 2017 in Kraft ist, zur Teilnahme am EPD verpflichtet. Dies gilt ab 2022 auch für sozialmedizinische Einrichtungen. Für andere Leistungserbringer wie Hausärzte und die Spitex sowie für Bürgerinnen und Bürger ist die Teilnahme hingegen weiterhin freiwillig. Gemäss neuesten Informationen werden alle in der Schweiz wohnhaften Personen bis im Frühling 2021 ein EPD eröffnen können.

Skepsis in Bezug auf die Sicherheit

Der Kanton Genf hat vor zehn Jahren das Projekt «MonDossierMedical.ch» (Mdm) gestartet, das viele Elemente des EPD umfasst. Die Genfer SpiteX-Organisation imad (institution de maintien à domicile) wurde bereits in die Pilotphase integriert, da sie mit über 17 000 Klientinnen und Klienten eine Schlüsselrolle im Projekt spielt. Dies tut sie sowohl durch die Nutzung der auf der Plattform Mdm gespeicherten Informationen bei der Versorgung ihrer

Klienten als auch durch den Austausch von Informationen mit anderen Akteuren des Gesundheitswesens – nach dem vorgängigen Einverständnis des Klienten, versteht sich. Laut imad war es allerdings schwierig, ältere Personen, die nicht mit digitalen Technologien aufgewachsen sind, von dieser Plattform zu überzeugen. Als grösste Vorbehalte wurden in einer Befragung das Misstrauen gegenüber der Cloud, in welcher die Dokumente abgelegt werden, sowie Bedenken bezüglich der Sicherheit des Datenaustausches genannt.


Spitex Schweiz mit Erwartungen ans EPD

Spitex Schweiz verfolgt die Entwicklung des elektronischen Patientendossiers aufmerksam. «Wir setzen Erwartungen und Hoffnungen ins EPD. In erster Linie erhoffen wir, dass damit für die Pflege relevante Dokumente zeitnah verfügbar sind», sagt Cornelis Kooijman, stellvertretender Geschäftsführer von Spitex Schweiz und Leiter der Abteilung Grundlagen und Entwicklung. Gegenwärtig erfolgt der Austausch von Informationen über die Behandlung zwischen Spitex-Fachpersonen und anderen Leistungserbringern meistens bereits elektronisch. So kommuniziert eine grosse Anzahl von Spitex-Organisationen sicher über das HIN-System, an das bereits über 25 000 Gesundheitsfachpersonen und rund 1000 Institutionen angeschlossen sind.

Die zunehmende Komplexität ihrer Fälle bedeutet für die SpiteX einen erhöhten Bedarf an interprofessioneller Zusammenarbeit. Weil das EPD den Austausch von Informationen in Echtzeit ermöglicht, sieht eine Mehrheit der SpiteX-Organisationen darin einen Mehrwert für die integrierte Versorgung. Dies geht aus der eHealth-Barometer-Umfrage 2020 hervor, an der 112 SpiteX-Organisationen teilnahmen. Die detaillierten Ergebnisse können unter www.e-healthforum.ch abgerufen werden. Alle Informationen zum EPD finden sich auf der von eHealth Schweiz, Bund und Kantonen eingerichteten Plattform www.patientendossier.ch.

Bild: eHealth Suisse





Die Spitex wird auch mit Kritik konfrontiert, zum Beispiel in den sozialen Medien.
Illustration: Patrick Oberholzer

Ein Plädoyer für die gute Vorbereitung auf die Kommunikation in schwierigen Zeiten

Damit eine Organisation eine Krise erfolgreich meistert, ist gute Kommunikation von zentraler Bedeutung. Das Spitex Magazin hat zwei Fachpersonen dazu befragt: Liliane Keller Würmli ist beim Spitex Verband Aargau für Kommunikation und Medienarbeit zuständig; und der Zürcher Steffen Lukesch war lange Journalist und ist nun Kommunikationsberater. Sie sprechen zum Beispiel über den Umgang mit (scheinbaren) Krisen und die Kommunikation während der COVID-19-Pandemie.

Spitex Magazin: «By failing to prepare, you are preparing to fail», soll Benjamin Franklin einst gesagt haben: «Wenn du beim Vorbereiten scheiterst, bereitest du dich aufs Scheitern vor.» Dementsprechend betonen Experten, dass die Kommunikation in Krisen gut vorbereitet werden muss. Verschiedene Studien zeigen aber, dass ein Grossteil der Unternehmen nicht dafür gerüstet ist. Wie kann die Spitex sich auf

die Krisenkommunikation vorbereiten, um beim Bewältigen einer Krise nicht zu scheitern?

Steffen Lukesch (SL): Ich stimme Benjamin Franklin auf jeden Fall zu. Es ist mir aber wichtig zu erwähnen, dass sich die Spitex nicht selbst um die professionelle Vorbereitung und Ausführung der Krisenkommunikation kümmern muss – oder zumindest nicht allein. Diese beeindruckenden Fachpersonen für die umfassende Betreuung und Pflege können

sich auf ihre Kernaufgabe konzentrieren, wenn sie eine Fachperson für Kommunikation hinzuziehen. Diese kann die Krisenkommunikation für eine Spitex-Organisation vorbereiten und im Krisenfall die Kommunikation übernehmen oder die Spitex zumindest darin unterstützen. Externe Beratungspersonen bieten zudem eine wertvolle Aussensicht auf die Organisation und können darum während der Aufregung in einer Krise objektive Ratschläge erteilen – oder auch einmal davon abraten, in eine «bloss» schwierige Situation so viel Emotionen und Zeit zu investieren, als wäre sie eine ausgewachsene Krise.

Liliane Keller Würmli (LK): Bezüglich ihrer Kernaufgabe ist die Spitex wirklich stark, bezüglich der Krisenkommunikation könnte sich manche Organisation aber stark verbessern. Wegen des steigenden wirtschaftlichen Drucks auf das Gesundheitssystem wird die Nonprofit-Spitex seit einigen Jahren zunehmend kritisch betrachtet. Eine gute Öffentlichkeitsarbeit und vor allem eine gute Krisenkommunikation werden darum immer wichtiger. Ich bin allerdings der Meinung, dass die Spitex sich durchaus selbst um diese Aufgabe kümmern kann. Viele Spitex-Organisationen sind mittlerweile modern und unternehmerisch aufgestellt und beschäftigen fest angestellte Kommunikationsfachleute. Insbesondere für kleinere Betriebe halte ich es aber für eine gute Möglichkeit, stattdessen eng mit externen Kommunikationsberatern zusammenzuarbeiten. Ich denke, dass jeder kleineren und grösseren Spitex-Organisation klar ist, dass eine gute Kommunikation das A und O für die Bewältigung einer Krise ist. Leider wollen die Finanzierer der Spitex aber vielerorts nicht für gute Kommunikation bezahlen. Sie kritisieren zum Beispiel, dass sich die Spitex auf Krisenfälle vorbereitet, die in der Realität gar nie eintreffen werden. Trifft eine Krise eine Spitex-Organisation unvorbereitet, kann dies für den Betrieb aber schwerwiegende Folgen in Bezug auf die Finanzen oder den Ruf haben.

Damit sind wir beim Thema angelangt, dass ein Unternehmen laut Experten erst einmal definieren muss, was alle Mitarbeitenden unter einer Krise zu verstehen haben. Können Sie eine Krise und deren Folgen für die Spitex aus Ihrer Sicht definieren?

SL: Eine Krise – wie zum Beispiel der Diesel-Skandal in der Automobilindustrie – ist meist öffentlichkeitswirksam und hebt die Organisation gewissermassen aus. Eine Krise schädigt die Finanzen und/oder die Reputation massiv und gefährdet die Organisation damit existenziell. Eine Krise verlangt nach einem Krisenstab, denn ihre Bewältigung ist eine 100-Prozent-Aufgabe. Die Spitex spricht demzufolge oft von einer Krise, wenn sie es eigentlich nur mit einer schwierigen Situation zu tun hat. Eine solche Situation kann sich vor allem für direkt involvierte Mitarbeitende wie eine Krise anfühlen, aus objektiver Sicht ist die gesamte Organisation dadurch nicht gefährdet. Ich rate darum gern dazu, in einer schwierigen Situation erst einmal den «Ball flach zu halten»



«In einer schwierigen Situation sollte man den Ball erst einmal flach halten und die Lage in Ruhe reflektieren.»

Steffen Lukesch

und die Lage in Ruhe zu reflektieren, statt sie sofort zur existenzbedrohenden Krise zu erklären.

LK: Ein einheitlicher Wortschatz in Bezug auf das Thema Krisenmanagement fehlt bei der Spitex leider noch. Aber wenn man eine Krise so definiert, dass der Ruf oder die Existenz einer Organisation geschädigt werden, dann habe ich bei der Spitex noch keine wirkliche Krise erlebt. Stattdessen bin ich oft mit «ausserordentlichen Situationen mit Krisenpotenzial» konfrontiert worden, wie es Spitex Schweiz im Kommunikationskonzept passend formuliert. In der Praxis wird eine schwierige Situation indes als Krise wahrgenommen, wenn die Mitarbeitenden nicht mehr wissen, wie sie handeln sollen. Und dies geschieht viel seltener, wenn sich eine Organisation mit einem guten Konzept auf die Kommunikation in schwierigen Situationen vorbereitet.

Die COVID-19-Pandemie ist für viele Unternehmen sicherlich eine existenzbedrohende Krise. Aber ist sie es gemäss Ihrer Definition auch für die Spitex – oder wann könnte sie es werden?

SL: Einen genauen Einblick in die Auswirkungen der Pandemie auf den Ruf und die Finanzen jeder Spitex-Organisation habe ich nicht. Im Allgemeinen habe ich die Pandemie aber nicht als Krise für die Spitex erlebt. Die Spitex hat viel zur Bewältigung einer Krise des gesamten Gesundheitssystems



«Wir müssen den Finanzierern die grosse Wichtigkeit der Kommunikation für die Zukunft der Spitex begreiflich machen können.»

Liliane Keller Würmli

beigetragen und ihren guten Ruf damit eher noch gestärkt; ihre eigene Existenz scheint dabei aber nicht gefährdet gewesen zu sein. Geändert hätte sich dies, wenn die Spitex selbst zum COVID-19-Hotspot geworden wäre. Der Reputationsschaden wäre dann immens gewesen und die Spitex hätte unzählige Aufträge verloren. Die Spitex wäre in eine Negativspirale geraten, bis sie ihren Leistungsauftrag nicht mehr hätte erfüllen können. Den guten Ruf nach so einer Krise wiederherzustellen, wäre eine riesige Herausforderung gewesen.

LK: Natürlich wies die Kommunikation der Spitex während der Pandemie durchaus Elemente von Krisenkommunikation auf: So stand plötzlich nur noch ein einziges Thema im Mittelpunkt und alles musste sehr schnell gehen. Gemäss der erwähnten Definition war COVID-19 aber keine richtige Krise für die Spitex. Vielmehr sah sich die Spitex mit der schwierigen Situation konfrontiert, ihre Aufgabe in einer nationalen Gesundheitskrise weiter zu erfüllen. Und dies hat sie gemäss meinem Kenntnisstand hervorragend getan. Die Pandemie hätte sich allerdings zur existenzbedrohenden Krise entwickeln können, wenn Spitex-Mitarbeitende ihre Klientinnen und Klienten angesteckt hätten und diese vielleicht sogar gestorben wären. Oder wenn unsere Mitarbeitenden selbst Reihenweise krank geworden wären. Eine Krise könnte die Pan-

demie für manche Spitex-Organisation schliesslich werden, wenn die Mehrkosten, welche die Pandemie verursacht hat, von ihren Finanzierern nicht gedeckt würden.

Eine potenzielle Krise war es doch aber auch, als zu Beginn der COVID-19-Pandemie manche Klientinnen und Klienten die Spitex als Gesundheitsrisiko zu betrachten begannen, manche bestellten die Spitex sogar ab. Wie half Kommunikation, diese schwierige Situation zu bewältigen?

LK: Eine unserer Spitex-Organisationen hat ein Schreiben an alle Klientinnen und Klienten verfasst und darauf hingewiesen, mit welchen zusätzlichen Massnahmen die Spitex ihre sowieso strikten Hygienemassnahmen während der Pandemie ergänzt hat. Der Aargauer Kantonalverband durfte das aufklärende Schreiben all seinen Mitgliedern zur Verfügung stellen, damit sie diese «Best Practice» übernehmen konnten. Diese direkte Kommunikation mit den Klienten trug viel zur Beruhigung der Lage bei. Zudem hat der Verband angeregt, dass die Organisationen alle Mitarbeitenden informieren, was sie auf ängstliche Fragen von Klienten antworten sollen. Und er hat die äusserst sichere Arbeit der Spitex in einer Mitteilung an alle Medien betont.

SL: Das halte ich für gute Massnahmen. Als Spitex-Organisation würde ich im Falle einer Pandemie aber nicht abwarten, bis Unsicherheiten entstehen. Stattdessen würde ich von Beginn weg eine Kampagne fahren, die der Gesellschaft vermittelt, dass die Spitex sich der Gefahr bewusst ist und alle Beteiligten professionell zu schützen weiss. Zweitens sollte eine Spitex-Organisation dafür sorgen, dass alle Mitarbeitenden von Anfang an gut informiert sind und genau wissen, was sie auf die häufigsten Fragen bezüglich COVID-19 antworten können. Durch diese Kommunikationsarbeit an der Basis werden viele Bedenken im Keim erstickt.

Weitere Beispiele für schwierige Situationen und Handlungsempfehlungen werden gesondert aufgeführt [vgl. Seiten 26 und 27]. An dieser Stelle kehren wir zur Theorie zurück: Experten unterscheiden drei Phasen der Krisenkommunikation: Prävention, Frühbewältigung und tatsächliche Bewältigung der Krise. Betrachten wir erst die Prävention: Eine gute Kommunikation vermag laut den Experten oft zu verhindern, dass eine Krise überhaupt entsteht. Was kann eine solche «gute Kommunikation» sein?

SL: Ich habe es in meiner Zeit als Journalist immer geschätzt, wenn eine Organisation mich als Journalist kennenlernen wollte und wir zum Beispiel bei einer Tasse Kaffee lernten, welche Kompetenzen und Aufgaben der jeweils andere hat und unter welchem Zeitdruck er arbeitet. Durch diese Beziehungspflege entsteht ein niederschwelliger Einstieg für eine gute, verständnisvolle Kommunikation untereinander – auch in schwierigen Situationen. Kann die Spitex ihr Netz-

werk in der Region durch alle wichtigen Medien ergänzen, hat sie einen grossen Teil der Vorbereitung auf die Krisenkommunikation geschafft. Gute Kommunikation zur Krisenprävention heisst im Weiteren auch, dass eine Spitex-Organisation mit *allen* Mitarbeitenden eine offene Kommunikation führen und sie gut informieren muss. Zufriedene Mitarbeitende, die zum Beispiel auch hinsichtlich der zentralen Botschaften der Spitex im Kontakt mit der Aussenwelt geschult werden, sind im Verhindern von Krisen noch viel mehr wert als jeder Kommunikationsberater.

LK: Die Wichtigkeit einer guten Beziehungsarbeit zu den Medien wird nicht nur in der Fachliteratur betont, sie zeigt sich im Aargau auch in der Praxis: Durch ein gutes Beziehungsnetz und das fortlaufende Versorgen der Medien mit Informationen kann die Spitex sich in normalen Zeiten Gehör für ihre Anliegen verschaffen. Und in Krisenzeiten kennen die Journalisten die Organisation bereits, begegnen ihr positiver und können komplizierte Zusammenhänge schnell auf allgemeinverständliche Aussagen herunterbrechen. Auch die Kommunikations-Schulung aller Mitarbeitenden hält der Spitex Verband Aargau für wichtig und hat dafür eigens ein Fachgremium geschaffen. Die Rückmeldung von unseren Mitgliedern ist aber, dass sich ihre Mitarbeitenden nicht zu häufig für unbezahlte Projekte engagieren können, selbst wenn sie dies gern täten. Darum ist es umso wichtiger, dass wir unseren Finanzierern die grosse Wichtigkeit der Kommunikation für die Zukunft der Spitex begreiflich machen können.

Die zweite Phase der Krisenkommunikation ist die Frühbewältigung, also die Kommunikation bei ersten Anzeichen einer drohenden Krise, um diese zu verhindern. Führungspersonen von Spitex-Organisationen haben dem Spitex Magazin aber berichtet, dass sie von solchen Anzeichen oft spät erfahren, wenn überhaupt. Wie kann man dies ändern?

SL: 90 Prozent aller möglichen Krisenfälle bei der Spitex fallen unter die gut dokumentierten fünf Kategorien Gewalt, sexuelle Belästigung, Veruntreuung, Kunstfehler und arbeitsrechtliche Themen. Der Ablauf all dieser Krisen ist zu einem grossen Teil vorhersehbar. Eine Organisation sollte darum Szenarien entwerfen, welche die gesamte Entwicklung einer Krise von den ersten Anzeichen über mögliche Abläufe bis hin zu den Folgen festhalten. Diese Szenarien müssen dann allen Mitarbeitenden bekannt sein, damit sie Anzeichen für verschiedene Krisen sofort erkennen.

LK: Daraufhin braucht die Spitex ein gutes Alarmierungssystem: Sieht sich eine Mitarbeiterin mit einem Anzeichen für eine Krise konfrontiert – zum Beispiel mit einer entsprechenden Äusserung eines Klienten – muss sie wissen, wem sie dies sofort melden soll. Für das Funktionieren des Systems muss die Spitex schliesslich auch eine positive Fehlerkultur etablieren. Jedem Mitarbeitenden muss klar sein, dass Fehler offen zugegeben werden dürfen, weil die Vorgesetzten

konstruktiv damit umgehen und ihre Mitarbeitenden schützen.

Kommen wir nun zur dritten Phase der Krisenkommunikation und damit zur Frage, wie eine schwierige Situation oder Krise durch Kommunikation bewältigt werden kann. In der online verfügbaren «Checkliste Krisenkommunikation» von Curaviva Schweiz wird erwähnt, dass jede Organisation hierzu Instrumente vorbereiten soll. Welche Instrumente sind Ihrer Meinung nach zentral?

SL: Von zentraler Bedeutung ist eine Checkliste für die Kommunikation in allen erwähnten Krisenszenarien. Eine solche Checkliste sollte auch das Wording in der Krise umfassen, also eine Definition von zentralen Begriffen, damit alle Beteiligten über dasselbe sprechen. Die Liste enthält weiter einen Leitfaden, wie in jeder Krise genau vorgegangen wird und wer für jede Aufgabe mit welchen Kompetenzen zuständig ist. Dabei hat sich das Prinzip «One Voice» bewährt: Eine einzige Person vertritt die Organisation in einer Krise durch eine offene, laufende und stringente Kommunikation. An einem solchen Leitfaden führt kein Weg vorbei, weil er in einer aufwühlenden Situation für viel Sicherheit und Struktur sorgt und dadurch schnelle Reaktionen ermöglicht, was in vielen Krisen wichtig ist.



Zu den Interviewten

Liliane Keller Würmli ist seit 2017 Leiterin Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit beim Spitex Verband Aargau. Die 42-Jährige hat Musikwissenschaft und Kunstgeschichte an der Universität Bern studiert sowie Kulturmanagement am Internationalen Studienzentrum Wirtschaft in Freiburg im Breisgau DE. Zudem liess sie sich zur eidg. dipl. PR-Fachfrau ausbilden und verfügt über einen CAS in Professioneller Medienarbeit und Visueller Kommunikation sowie einen MAS in Business Communications. Vor ihrer Tätigkeit für die Spitex war sie unter anderem als Corporate Writer sowie als selbstständige Kulturmanagerin tätig.

Steffen Lukesch ist seit 2013 Inhaber der Firma Lukesch Kommunikation in Schöfflisdorf ZH, die unter anderem Medientraining und Kommunikationsberatung anbietet. Der heute 60-jährige Berater, Moderator und Dozent studierte an der Universität Zürich Geschichte, Germanistik sowie Sozial- und Wirtschaftsgeschichte und absolvierte später einen MAS in Communication Management and Leadership. Er arbeitete unter anderem als Reporter für den «Sonntagsblick» und als Redaktionsleiter und Moderator für das Schweizer Fernsehen, unter anderem für die «Tagesschau» und das Gesundheitsmagazin «PULS». Als Kommunikationsexperte hat er sich auf Themen der Gesundheitsbranche spezialisiert. Sein Handbuch «Rhetorik, Medien, Präsentation» stellt Steffen Lukesch interessierten Spitex-Organisationen auf Anfrage zur Verfügung: steffen.lukesch@icloud.com; www.steffenlukesch.ch

LK: Beim Spitex Verband Aargau entwickeln wir derzeit auch ein Argumentarium für alle Mitarbeitenden. Darin halten wir fest, welche kritischen Fragen häufig gestellt werden oder in einer Krise gestellt werden könnten – von Klienten, Behörden oder auch Journalisten – und wie alle Mitarbeitenden darauf antworten können. Beim Erstellen von all den erwähnten Instrumenten der Krisenkommunikation kann man oft auf Bestehendes zurückgreifen. Zum Beispiel legt Spitex Schweiz im neuen Kommunikationskonzept fest, dass bei national relevanten Medienanfragen der nationale Dachverband den Lead übernimmt und bei kantonal relevanten Themen der Kantonalverband. Dieses System ist gut auf die Basisorganisationen und ihren jeweiligen Kantonalverband übertragbar.

Hat eine SpiteX-Organisation all diese Instrumente vorbereitet, gilt es sie laut Experten zu testen. Herr Lukesch, hierfür bieten Sie in Ihren Kommunikationstrainings Rollenspiele samt Schauspieler an. «So realistisch wie möglich!», lautet Ihr Credo. Wie kann nun aber eine komplexe Krisensituation bei der SpiteX realistisch nachgestellt werden?

SL: Aspekte einer Krise können durchaus simuliert werden. Wir können zum Beispiel trainieren, wie die Geschäftsleitung während einer Krise mithilfe eines Leitfadens ihre Kommunikation plant. Mit SpiteX-Mitarbeitenden habe ich zum Beispiel auch schon geübt, wie eine Mitarbeiterin im Falle eines sexuellen Übergriffs klare Grenzen setzt und ihre Vorgesetzte informiert. Während einer solchen Simulation werden die richtigen Reaktionen auf der «Festplatte» eines Menschen gespeichert, womit sie im Ernstfall einfach abrufbar sind. Durch die Simulation lernt man schliesslich auch Grundlagen der Kommunikation. Beispielsweise erkennen dabei rund die Hälfte aller Führungskräfte, dass sie weniger verständlich kommunizieren als gedacht. Die SpiteX muss manchmal von ihrer Fachsprache abweichen, damit ihre Botschaften verstanden werden. Solche wichtigen Aspekte für einen erfolgreichen Auftritt in der Öffentlichkeit erläutere ich auch in einem Handout, das ich interessierten Organisationen gerne abgebe.

LK: Kommunikationsexperten müssen den Führungspersonen und den Finanzierern der SpiteX die Wichtigkeit eines solchen Trainings klarmachen. Dies dürfte allerdings noch schwieriger sein, als sie von der Wichtigkeit der Krisenkommunikation zu überzeugen. Vielleicht ist es ein Kompromiss, «nur» den Kommunikationsexperten zu bezahlen und die Schauspielerinnen durch die eigenen Mitarbeitenden zu

ersetzen, denn diese können sich gut in verschiedene schwierige Situationen einfühlen.

Wir haben bisher vor allem von der Krisenkommunikation gegen aussen gesprochen. Wichtig ist laut Experten aber auch die Krisenkommunikation innerhalb

der Organisation. Geht das Informieren der Mitarbeitenden schnell vergessen, wenn man mit externen Bedrohungen konfrontiert wird?

LK: Dies ist richtig. Es gibt in der Unternehmenskommunikation sogar den wichtigen

Leitsatz «intern vor extern». Mitarbeitende dürfen keinesfalls aus den Medien erfahren, welche Krise ihre Organisation getroffen hat und wie die Geschäftsleitung dazu Stellung nimmt.

SL: Dass intern vor extern kommuniziert wird, hat mit Wertschätzung und Respekt gegenüber den Mitarbeitenden zu tun. Gute interne Kommunikation in der Krise bedeutet zudem, dass die Führungspersonen ihren Mitarbeitenden vermitteln können, dass in der Krise das gesamte Team gebraucht wird und zusammenhalten muss. Informationen drohen die Organisation eher zu verlassen, wenn sich Mitarbeitende alleingelassen fühlen.

Betrachten wir nun die Kommunikation über moderne Medien: Soziale Medien erfreuen sich grosser Beliebtheit. Eine Untersuchung der Agentur Havas zeigt aber, dass die SpiteX-Organisationen diesbezüglich sehr zurückhaltend sind. Wie kommuniziert die SpiteX, wenn auf Social Media kritische Kommentare auftauchen – oder sich sogar ein sogenannter «Shitstorm» entwickelt?

SL: Auf einzelne kritische Kommentare auf Social Media kann eine SpiteX-Organisation reagieren. Sie darf diese nicht löschen, sondern kann Faktenfehler korrigieren und versichern, dass sie das geschilderte Problem ernst nimmt und vielleicht sogar das Gespräch mit dem Kritiker sucht. Experten sind sich aber einig, dass ein Shitstorm nicht kontrolliert werden kann. Je mehr eine Organisation zu subjektiven Vorwürfen Stellung nimmt, desto grösser wird sogar die Angriffsfläche für die Empörungskultur, welche den Shitstorm nährt. Zudem wissen die meisten Menschen, dass Kommentare auf Social Media oftmals frustgesteuert und überzeichnet sind. Aus all diesen Gründen ist es wichtig, dass eine Organisation einen Shitstorm ausbrennen lässt. Eine andere Möglichkeit ist, dass die SpiteX nur Online-Plattformen betreibt, auf denen sie Kommentare vor dem Freigeben prüfen kann. Aber auch dann ist ein Shitstorm über andere Plattformen möglich, vielleicht sogar wegen der «Kommentar-Zensur» der SpiteX.

«Die SpiteX muss von ihrer Fachsprache abweichen, um verstanden zu werden.»

Steffen Lukesch



LK: Nur weil auf Social Media die Möglichkeit von kritischen Kommentaren besteht, darf die Spitex die sozialen Medien nicht scheuen. Denn die Chancen dieser neuen Medien überwiegen. Die Spitex muss einfach Ressourcen darin investieren, in der Handhabung von Social Media sicherer zu werden. Der Spitex Verband Aargau hat zum Beispiel kürzlich eine Schulung zum Thema angeboten. Im Rahmen der Kampagne «Komm zu uns!» probieren nun acht unserer Mitglieder Kanäle wie LinkedIn, Instagram und Facebook aus. Dabei zeigt sich, dass sie über diese modernen Kanäle schnell viele junge Menschen erreichen und für die attraktive Arbeit bei der Spitex begeistern können.

Im Internet gibt es auch Portale wie www.kununu.com, auf denen Arbeitnehmende einen Arbeitgebenden bewerten können. Hier findet man Spitex-Organisationen mit fünf von fünf Sternen genauso wie solche mit einem Stern. Wie geht die Spitex damit um?

SL: Mein Rat ist, Vorwürfe auf solchen Bewertungsportalen ernst zu nehmen und sie als Chance zu sehen, tatsächlich auf Missstände in der Organisation zu stossen. Man muss die Bedeutung solcher Bewertungen aber auch relativieren. Immer mehr Plattformen arbeiten mit zweifelhaften Methoden und schaffen sich damit langfristig selbst ab. Denn Internet-Nutzer wissen, dass wütende Kommentare oftmals nicht die Meinung der Mehrheit vertreten.

LK: Ich nutze solche Plattformen, zum Beispiel weil die ungeschminkten Kritiken auf tatsächliche Schwachstellen in einer Organisation hindeuten können. Kritiken auf Kununu hinterlassen dabei ein anderes Gefühl beim Lesenden, wenn die kritisierte Organisation die Möglichkeit der individuellen Stellungnahme nutzt.

Die Spitex kann der Kritik auf solchen Plattformen also eigene Ansichten gegenüberstellen. Unterschätzt werden sollten solche Plattformen nicht, denn sie können die Meinung eines Arbeitssuchenden über eine Spitex-Organisation massgeblich beeinflussen.

Kommunikationsexperten betonen weiter, dass jede schwierige Situation oder sogar jede Krise auch eine Chance ist – wenn man seine Erfahrungen gut reflektiert und daraus lernt. Was kann man in Bezug auf die Krisenkommunikation aus einer schwierigen Situation wie der COVID-19-Pandemie lernen?

LK: Lernen kann eine Organisation aus einer schwierigen Situation, wenn sie Schwachstellen für jeden sichtbar freilegt. Damit steigt die Chance, dass die nötigen Ressourcen zur Ausmerzung dieser Schwachstellen bewilligt werden. Während der COVID-19-Pandemie hat die Spitex bisher auf

allen Ebenen gut kommuniziert. Die Pandemie hat aber vielerorts auch Schwachstellen in der Kommunikation aufgezeigt, und ich hoffe, dass die betroffenen Organisationen Verbesserungen anstreben. Beim Spitex Verband Aargau haben wir bemerkt, dass unsere interne Kommunikation bisher stark informell ausgerichtet war. Als wir uns wegen der Pandemie nicht mehr regelmässig treffen durften, fiel der informelle Austausch weg, womit die interne Kommunikation nicht mehr reibungslos funktionierte. Ich wünsche mir, dass diese Erfahrung den Weg für eine Systematisierung der internen Kommunikation ebnet. Zudem will der Kantonalverband eine Checkliste für Krisenkommunikation erstellen, um für die nächste schwierige Situation allgemein besser gerüstet zu sein. Diese enthält alle wichtigen Abläufe sowie die jeweils zuständigen Personen samt deren Stellvertretungen.

SL: Generell muss ich betonen, dass die Spitex während der Pandemie bewiesen hat, dass sie mit ihrer Professionalität und ihren stabilen Strukturen einer kritischen Lage standhalten kann. Ich hoffe aber dennoch, dass mancher Spitex-Organisation klargeworden ist, wo ihre interne oder externe Kommunikation im Hinblick auf die nächste schwierige Situation verbessert werden muss. Damit dies funktioniert, ist ein Begriff zentral: Leadership! Die Führungspersonen müssen nun sicherstellen, dass das Debriefing der Krisenkommunikation in ihrer Organisation systematisch durchgeführt wird. Und dass daraufhin konkrete Massnahmen zur Behebung von Schwachstellen ergriffen werden.



Blicken wir zum Schluss in die Zukunft: Das Leben der Menschen ist zunehmend digital durchdrungen und die Interaktionsmöglichkeiten in den Medien werden immer zahlreicher. Zudem liefern sich Online-Medien einen wahren Wettkampf um die schnelle

Veröffentlichung von Geschichten. Aus all diesen Gründen gehen Experten davon aus, dass Krisen für Unternehmen künftig immer häufiger und immer schneller entstehen – aber auch immer kurzlebiger sind. Wie kann sich die Spitex für die Krisenkommunikation der Zukunft vorbereiten?

LK: Angesichts des häufigeren Auftretens und der immer schnelleren Entwicklung von Krisen kann es sich die Spitex künftig noch weniger leisten, unvorbereitet zu sein. Eine Spitex-Organisation kann in ihrem Alltag noch so professionell agieren – wenn sie in einer schwierigen Situation nicht schnell und professionell Stellung zu Vorwürfen nimmt, dann beeinflusst diese Situation die Wahrnehmung der Spi-

**«Die Spitex muss selbst
in der Hand haben, was die
Gesellschaft von ihr denkt.»**

Liliane Keller Würmli



Spitex in der Bevölkerung stark. Die Spitex muss zum Kommunikationsprofi werden, damit sie es selbst in der Hand hat, was die Gesellschaft von ihr denkt; in normalen Zeiten genauso wie in schwierigen.

SL: Die Empörungskultur und die Dramatisierung von Vorkommnissen in den Medien dürften künftig immer heftiger werden und sich immer schneller ausbreiten. Gleichzeitig wird aber der Bedarf an zuverlässigen Informationen steigen. Die Bevölkerung sucht zunehmend nach seriösen Quellen, um Fakten von den unzähligen unzuverlässigen Informationen abgrenzen zu können. Die Spitex kann dank ihres guten Rufs eine

solche zuverlässige Quelle sein und damit besonders in schwierigen Situationen wie einer Pandemie viel bewegen – für die Gesamtbevölkerung, aber auch für die Interessen von allen Klientinnen und Klienten sowie Mitarbeitenden der Spitex selbst. Dies schafft sie aber nur, wenn sie professionell kommuniziert. Damit sind wir wieder beim ersten Thema dieses Interviews angelangt: Bereitet man sich nicht auf die Krisenkommunikation vor, bereitet man sich aufs Scheitern vor. Zusammenfassend sollen meine Ausführungen in diesem Interview darum vor allem eines sein: ein Plädoyer an die gute Vorbereitung auf die Kommunikation in schwierigen Zeiten.

Interview: Kathrin Morf

Beispiele für Krisenkommunikation

Im Folgenden werden Beispielfälle für schwierige Situationen bei der Spitex erläutert – besonders häufige Fälle genauso wie anonymisierte seltene Fälle aus der Praxis. Dann erklären die beiden Interviewten jeweils in Kürze, was sie der betroffenen Spitex-Organisation in Bezug auf deren Krisenkommunikation raten würden.

Ein Klient oder seine Angehörigen sind der Meinung, eine Mitarbeitende der Spitex habe den Klienten zu grob angepackt. Sie drohen mit dem Einschalten der Medien.

Liliane Keller Würmli (LK): Gelangt ein Kritiker mit solchen Vorwürfen an den Kantonalverband, greifen wir auf die «5-Finger-Regel» aus der Krisenkommunikation zurück, welche wir auf solche Situationen übertragen haben: «Kritik aufnehmen. Kritik ernst nehmen. Eine Abklärung ankündigen. Sofort mit der betroffenen Organisation Rücksprache halten. Klären, wer den weiteren Kontakt mit dem Kritiker pflegt.» Zentral ist dabei das schnellstmögliche sachliche Gespräch mit den Angehörigen, denn dieses klärt viele schwierige Situationen frühzeitig.

Steffen Lukesch (SL): Solche Fälle werden immer häufiger an die Medien gelangen, denn viele Personen sehen sich als «Leserreporter». Ich bin der Meinung, dass eine Organisation manche dieser öffentlichen Angriffe leerlaufen lassen muss. Denn zu viel Kommunikation ist auch schlechte Kommunikation. Natürlich kann die Geschäftsleitung einmal erklären, dass sie vom Fall gehört und interne Abklärungen eingeleitet hat. Zudem kann sie eindeutige Faktenfehler korrigieren. Damit signalisiert die Spitex, dass sie das Thema ernst nimmt, aber den Konflikt nicht in der Öffentlichkeit austragen will. Der Spitex muss bewusst sein, dass sie mit jeder weiteren Rechtfertigung immer weiter Öl ins Feuer giesst, was einem Einzelfall immer mehr Aufmerksamkeit verleihen kann, bis er zur umfassenden Krise mutiert.

Angehörige eines Klienten beschuldigen einen Spitex-Mitarbeitenden, für einen Todesfall durch die Abgabe eines falschen Medikaments verantwortlich zu sein. Auch sie drohen mit dem Gang an die Öffentlichkeit.

SL: In diesem massiven Fall sollte die Spitex neben einem Kommunikationsexperten auch einen Anwalt einschalten. Dann kann sie in Ruhe der Checkliste folgen, welche sie für das Krisenszenario «Kunstfehler» hofentlich vorbereitet hat. Zuerst muss sicherlich das Gespräch mit den Angehörigen gesucht werden. Zum Fall konkret Stellung nehmen sollte die Organisation aber erst, wenn klare Erkenntnisse vorliegen. Bis dahin verweist sie auf die laufende Untersuchung durch die Rechtsmedizin. Wichtig ist auch, dass die Spitex sich auf mögliche Entwicklungen vorbereitet und damit den Lead behält. Beispielsweise kann sie Stellungnahmen für die Medien vorbereiten, weil die Angehörigen vielleicht tatsächlich an die Medien gelangen. Natürlich ist es auch wichtig, dass die Spitex bei der Aufklärung solcher Vorkommnisse mithilft. Sind die Vorwürfe berechtigt, muss sie Konsequenzen ziehen und dies – samt einem Schuldeingeständnis – überall dort kommunizieren, wo der Fall bekannt ist.

LK: Auch ich würde hier einen Juristen beiziehen und das empathische Gespräch mit den Angehörigen suchen, sie ernst nehmen. Gelangen die Vorwürfe dennoch an die Öffentlichkeit, würde auch ich einen externen Kommunikationsberater hinzuziehen, der die äusserst emotionale Situation objektiver als ich beurteilen

kann. Bevor irgendwelche Informationen den Betrieb verlassen, müssen zudem unbedingt alle Mitarbeitenden informiert und der beschuldigten Person Unterstützung und Schutz zugesichert werden.

Eine Basisorganisation lehnt einen Fall trotz Versorgungspflicht ab, woraufhin der abgelehnte Klient die Spitex in den Medien kritisiert.

LK: Solche Anfragen hat unser Kantonalverband erhalten. Dabei konnte die jeweilige Spitex-Organisation mit ihren allgemeinen Geschäftsbedingungen immer ganz klar begründen, wieso sie einen Fall abgelehnt hat. Beispielsweise geschah dies, weil das Verhalten des Klienten den Mitarbeitenden nicht zuzumuten war und man sie schützen muss. Eine Organisation kann in einem solchen Fall also versichern, dass sie ihre Versorgungspflicht ernst nimmt – dass in ihren AGB aber auch klar festgehalten ist, dass in seltenen Fällen ein Klient nicht versorgt werden kann.

SL: Dem habe ich nichts hinzuzufügen.

Die Spitex wird in den Medien angegriffen, weil sie zu teuer sei – oder zumindest teurer als private Spitex-Organisationen in der Region.

SL: Wenn es um das Thema Zahlen geht, bin ich für grösstmögliche Transparenz und für eine Kommunikationsoffensive. Ich würde in den Medien konkrete Fallbeispiele darlegen und meine Organisation und ihre Kosten und Aufwände offen mit anderen Anbietern vergleichen. Denn die Spitex arbeitet effizient und hat nichts zu verbergen.

LK: Dies ist gewissermassen zum Klassiker aller Vorwürfe geworden. In einem solchen Fall können wir aufklären, was wir alles leisten müssen und wie dies genau finanziert wird. Wir können darlegen, was wir alles unternehmen, um ökonomisch zu arbeiten. Und wir können versichern, dass die Nonprofit-Spitex sich nicht bereichern will. Wünschen würde ich mir, dass die Spitex eine bessere nationale Zahlengrundlage zur Verfügung hätte, um all ihre Kosten und Aufwände transparent kommunizieren zu können.

In verschiedenen Medien wird berichtet, dass sich Betrüger als Spitex-Mitarbeitende ausgeben, um Klientinnen und Klienten sexuell zu belästigen oder zu bestehlen.

LK: Hier würde ich nicht nur eine Aufklärungskampagne fahren, welche die Bevölkerung vor diesen Betrügern warnt. Angesichts der Bedrohung für unsere Klientinnen und Klienten würde ich auch neue Sicherheitsmassnahmen einführen und dies in der Öffentlichkeit thematisieren. Etwa könnten wir jedem Klienten ankündigen, welche Spitex-Mitarbeiterin ihn wann genau besucht.

SL: Ergänzend zu diesen Massnahmen könnte man eine Kampagne starten, welche die Gesichter hinter der «Organisation Spitex» bekannt macht und den guten Ruf der Spitex stärkt. Mit einer Porträt-Serie in den Medien zeigt man zum Beispiel, dass die Spitex-Mitarbeitenden allesamt ehrliche und engagierte Fachpersonen sind, die für Vertrauen und Zuverlässigkeit stehen.

Eine grosse Zeitung schreibt in einem Artikel, die Spitex finde kaum mehr genug Fachpersonal, um die Bevölkerung angemessen zu versorgen.

LK: Diese Schlagzeile ist keine Krise. Dass der Fachkräftemangel öffentlich thematisiert wird, spielt der Spitex sogar in die Hand. Wir selbst müssen uns nicht verstecken, was unseren Beitrag zur Lösung des Problems betrifft: Wir bilden sehr viel Personal aus. Durch solche Artikel erhalten wir zudem die Gelegenheit, uns als attraktive Arbeitgeberin zu präsentieren – und an die Politik zu appellieren, damit sie etwas gegen den Fachkräftemangel unternimmt.

SL: Gegen den Vorwurf der dünnen Personaldecke gibt es zudem zwei Killerargumente: Problembewusstsein und Qualitätsmanagement. Die Spitex stellt also mit viel Selbstbewusstsein klar, dass sie sich ihrer knappen personellen Ressourcen bewusst ist. Sie habe aber ein gutes Qualitätsmanagement implementiert – was natürlich stimmen muss – und dies zeige klar, dass alle Klienten gut versorgt sind.

Regionalmedien berichten, dass Dutzende Unterzeichnende einer Petition von einer Spitex-Organisation eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen fordern.

SL: Dies ist keine Krise für die Organisation, sondern für die Führungsetage. Die Vorgesetzten müssen einerseits intern und extern ganz klar signalisieren, dass sie die Vorwürfe ernst nehmen und für die Mitarbeitenden da sind. Bestehen tatsächlich Probleme bezüglich der Arbeitsbedingungen, müssen sie Massnahmen dagegen einleiten und dies erneut erst intern und dann extern kommunizieren.

LK: Gute Kommunikation hätte diesen Fall wohl auch verhindern können: Es ist wichtig, dass die Geschäftsleitung immer allen Mitarbeitenden gegenüber offen kommuniziert, warum bei der Spitex unter welchen Bedingungen gearbeitet wird und wie man im Vergleich mit anderen Arbeitgebern der Branche dasteht. Besonders gilt dies hinsichtlich der Löhne und Arbeitszeiten. Zudem muss in der Organisation eine offene Gesprächskultur etabliert werden, damit Unzufriedenheiten frühzeitig intern geklärt werden.

Überall im Land kommuniziert die Spitex positiv über sich selbst. Illustration: Patrick Oberholzer

Im ganzen Land wird am positiven Bild der Spitex gearbeitet

Die Spitex will im ganzen Land und auf allen Ebenen dafür sorgen, dass sie als professionelle und moderne Organisation und Arbeitgeberin wahrgenommen wird. Im Folgenden erzählen eine Basisorganisation, zwei Kantonalverbände und Spitex Schweiz, wie sie mittels Image-Kampagnen, in den sozialen Medien oder auch an Aktionstagen positiv über die Spitex sprechen. Texte: Kathrin Morf, Francesca Heiniger

Wie die Spitex Biel-Bienne Regio positiv über sich selbst kommuniziert

Die Spitex Biel-Bienne Regio ist in den sozialen Medien sehr aktiv, vor allem zur Rekrutierung von Personal. Sie pflegt das positive Bild der Spitex aber auch über verschiedene andere Kanäle.

«Eine korrekte Kommunikation ist die Visitenkarte eines Unternehmens», prangt in breiten Buchstaben auf einem Handout, welches die Spitex Biel-Bienne Regio ihren Auszubildenden an einem Lernnachmittag zum Thema Kommunikation und Auftritt aushändigt. Davon ist Renate Schlup überzeugt, die bei der Spitex Biel-Bienne Regio als Fachverantwortliche Managementsupport, Marketing und Kommunikation tätig ist. «Die Imagepflege liegt mir am

Herzen, gerade in Zeiten von Fachkräftemangel und ökonomischem Druck auf das Gesundheitswesen», erklärt sie. «Das Image der Spitex ist immer noch ein wenig verstaubt. Darum ist es sehr wichtig, dass wir die Marke SpiteX in der Öffentlichkeit oft und positiv präsentieren. Gute Kommunikation ist dabei besonders wichtig, weil wir ja keine Waren anbieten, denen wir mit regelmässigen Rabatten und Gratis-Mustern zu Aufmerksamkeit verhelfen können.»



Social Media vor allem für die Rekrutierung

Ein positives und professionelles Bild von sich selbst vermittelt die Spitex Biel-Bienne Regio in den sozialen Medien, und dies aktiver als die meisten anderen Spitex-Organisationen. «Der Hauptgrund für den Entscheid, das Wagnis Social Media einzugehen, war das herausfordernde Personalmarketing», erklärt Renate Schlup. «Wir wollen tatsächliche und potenzielle Pflegefachkräfte über die Kanäle erreichen, welche sie intensiv nutzen.» Die Beiträge werden von Renate Schlup und dem Social-Media-Verantwortlichen Kadi Ganaj verfasst und immer sorgfältig auf ihre fachliche und politische Korrektheit überprüft. «Wir präsentieren die Spitex als moderne Arbeitgeberin mit ebenso professionellen wie aufgestellten Mitarbeitenden», sagt Renate Schlup. «Weil das Feedback darauf so gut ist, haben wir unsere Aktivitäten in den vergangenen Monaten ausgeweitet.»

Zum Beispiel begrüsst die Organisation nun auf Instagram und Facebook neue Mitarbeitende, berichtet aus dem abwechslungsreichen Alltag der Spitex, weist auf offene Stellen hin – und gratuliert auch mal einer fröhlichen Klientin zum 100. Geburtstag.

Bei jedem Gang an die Öffentlichkeit hält sich die Spitex Biel-Bienne Regio an denjenigen ihrer fünf Leitsätze, welcher sich der Kommunikation widmet: «Wir leben eine Kultur der wertschätzenden und offenen Kommunikation und informieren umfassend, regelmässig und direkt.» Für dieses umfassende Informieren bedient man sich vieler weiterer Kanäle: So wurde ein kurzes Video auf Youtube hochgeladen und auf der Website der Organisation verlinkt, in dem verschiedene Menschen allen 200 Bieler Spitex-Mitarbeitenden «kein grosses Merci für euren Herzblut-Einsatz» zukommen lassen. Weiter verbreitet die Spitex Biel-Bienne Regio die Marketing-Kampagne des Spitex Verbands Bern (siehe S. 30) und schaltet eigene Werbung in Regionalmedien.

Kommunikation mit Mitarbeitenden und durch Mitarbeitende

Der Leitsatz der Spitex Biel-Bienne Regio gilt indes nicht nur für die Kommunikation gegen aussen: Man will auch mittels einer von Wertschätzung und Offenheit geprägten

internen Kommunikation dafür sorgen, dass man über glückliche und gut informierte Mitarbeitende verfügt, die ebenfalls ein gutes Bild der Spitex nach aussen tragen. «Für eine gute Kommunikation genügen Einzelpersonen nicht – es braucht alle Mitarbeitenden der Spitex», sagt Renate Schlup. Um das Personal hierfür zu wappnen, führt die Spitex Biel-Bienne Regio moderne Kommunikationsmittel ein (siehe S. 15) und veranstaltet regelmässig Weiterbildungen zu Themen wie «Patientenorientierte Kommunikation» sowie die erwähnten Lernnachmittage mit den Auszubildenden. «Und gibt es relevante Neuerungen im Gesundheitsbereich, schulen wir unsere Mitarbeitenden, damit sie für die Fragen der Klientinnen und Klienten gut gerüstet sind. Dies war zum Beispiel in Bezug auf COVID-19 der Fall.»

Schliesslich dürfe auch der direkte Kontakt mit der Bevölkerung in Bezug auf die Imagepflege der Spitex nicht vergessen werden. So wird die Spitex Biel-Bienne Regio anlässlich des Nationalen Spitex-Tages im September während vier Tagen im Coop beim Bahnhof Biel zeigen, was sie zu bieten hat. Dass sich niemand für diese viertägige Öffentlichkeitsarbeit interessieren wird, befürchtet Renate Schlup nicht: «Letztes Jahr waren wir drei Tage vor Ort, und der Stand war ein riesiger Erfolg.»



«Wir wollen Pflegefachkräfte über die Kanäle erreichen, welche sie intensiv nutzen.»

Renate Schlup, Spitex Biel-Bienne Regio



Die Spitex Biel-Bienne Regio gratuliert einer 100-Jährigen und erhält dafür auf Instagram rund 100 Likes. Bild: Screenshot Instagram Spitex Biel-Bienne Regio

Der Spitex Verband Kanton Bern und seine gross angelegte Imagekampagne

Im Kanton Bern kümmert sich der Spitex-Kantonalverband für seine Mitglieder um berührende und umfassende Marketing-Kampagnen.



Die gross angelegte Arbeit am Image der Nonprofit-Spitem begann im Kanton Bern 2013 gewissermassen, weil man Staub wischen wollte. «Uns wurde zunehmend bewusst, dass sich die Bevölkerung ein verstaubtes Bild der Spitem machte», erklärt Roger Guggisberg, Geschäftsleiter des Spitem Verbands Kanton Bern. «Die Spitem ist keine Nachbarschaftshilfe mehr. Sie ist längst eine hochprofessionelle Organisation mit Herz, die auch die komplexesten Fälle der ambulanten Pflege bewältigt.» Die 46 Berner Organisationen der Nonprofit-Spitem beschlossen darum, auf eine offensive Imagepflege zu setzen. Hierfür bündelten sie ihre Kräfte, indem sie ihren Kantonalverband beauf-

tragten, die nationale Imagepflege von Spitem Schweiz alljährlich durch kantonale Kampagnen zu ergänzen. Diese sollten die Nonprofit-Spitem gut im Markt positionieren, gerade angesichts der grossen privaten Konkurrenz im Kanton.

Und so machte sich der Verband an die schrittweise Aufpolierung des verstaubten Images: 2013 richtete er eine Kampagne an die breite Bevölkerung, um die Spitem als «Das

«Unsere Basis soll stolz sein auf das, was sie bei der Spitem leistet.»

Roger Guggisberg, Spitem Verband Kanton Bern

Original» zu positionieren. 2014 wurde daraufhin eine interne Kampagne lanciert. «Wenn beinahe das ganze Land ein falsches Bild von der Arbeit bei der Spitem hat, dann ist dieses Bild leider auch unter unseren Mitarbeitenden verbreitet. Wir wollten dafür sorgen, dass unsere Basis stolz ist auf das, was sie bei der Spitem leistet», erklärt Roger Guggisberg. 2015 folgte eine Kampagne mit Fokus auf potenzielle Mitarbeitende, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken. 2016 sowie 2017 wurde die grosse Aufgabe angegangen, das Image der Spitem in das rechte Licht zu rücken. Und die Kampagne von 2018 sollte erneut zahlreiche Menschen für die Arbeit so-

wie die Ausbildung bei der Spitem gewinnen. Über all die Jahre wurden im Rahmen der Kampagne auch gezielt Anlässe unterstützt. So gab es ein Engagement am schweizerischen Frauenlauf, und der Auftritt der Spitem an der Berner Ausbildungsmesse (BAM) sowie einer Ausbildungsmesse im Berner Jura wurde finanziell unterstützt.

Allgemeinverständliche, emotionale Botschaften

Nach all diesen zielgerichteten Projekten lancierte der Kantonalverband 2019 ein Projekt, um das Image der Nonprofit-Spitem umfassend weiter zu pflegen. «Das

grosse Ziel unserer neuesten Kampagne ist, dass die Nonprofit-Spitem auf allen Ebenen und in allen Bereichen der Gesellschaft als moderne, professionelle und äusserst wichtige Leistungserbringerin betrachtet wird», erklärt Roger Guggisberg. «Die zentrale Botschaft ist dabei, dass die Nonprofit-Spitem anders ist als alle anderen, weil sie alles kann. Dies dürfen wir in der Öffentlichkeit ruhig mit Nachdruck kommunizieren.» Die Nonprofit-Spitem sei schliesslich eine Vollanbieterin, die jeden Auftrag übernehme und dabei das Wohl ihrer Klientinnen und Klienten stets über den finanziellen Erfolg stelle.

Für die auf zwei Jahre ausgelegte Kampagne arbeitet der Verband mit der Agentur Republica zusammen und entschied sich für das Motto «Wir machen den Unterschied». Passend dazu zeigen die sieben Kampagnen-Sujets mit einfachen Bildern und emotionalen Sprüchen, welchen Unterschied die Spitem im Leben von Menschen macht. Zum Beispiel steht vor dem Bild eines Badezimmers: «Mexiko, China, Australien hat er schon bereist. Sein nächstes Ziel ist nun, wieder selbst ins Bad zu kommen.» Darunter ist neben dem Logo der Nonprofit-Spitem zu lesen: «Wir machen den Unterschied. Nach einem Unfall begleiten wir Sie auf dem Weg zurück in den Alltag.» Die Kampagne befasst sich aber auch mit spezialisierten Pflegeleistungen wie der Psychiatriepflege: «Wenns im Job nicht mehr geht, kündigen Sie. Was, wenns im Alltag nicht mehr geht?». Sie lobt die Spitem als attraktive Arbeitgeberin: «Kommen Sie in ein Team, in dem man zueinander schaut. Das ist schliesslich unser Beruf.» Und sie betont, dass die Spitem auch Angehörige entlastet: «Damit Anna nicht nur Pflegerin ihres Vaters ist. Sondern hin und wieder einfach Anna.»



Dieses Sujet betont, dass die Spitem allen Menschen nach einem Unfall oder einer Krankheit hilft, den Weg zurück ins Leben zu finden.

Bild: Spitem Verband Kanton Bern/Republica

All diese Sujets werden breit gestreut: Man findet sie in Mail-Signaturen, auf Websites sowie auf Plakaten. Sie erscheinen in Zeitungen, im Fernsehen und in den sozialen Medien. Und sie tauchen auf Bildschirmen in Post-Filialen sowie an Bahnhöfen und Tankstellen auf. Mit einer sogenannten «AdWords-Kampagne» wurde zudem dafür gesorgt, dass die Nonprofit-Spitem bei jeder Google-Suche mit grösserer Wahrscheinlichkeit gefunden wird als bisher.

Nach den Sommerferien weiter planen

Die Kampagne «Wir machen den Unterschied» erwies sich schnell als Erfolg: Das Feedback aus der Bevölkerung war sehr gut und die Zahl der Klicks auf der zugehörigen Website www.spitexbe.ch stieg nach jeder Publikation an. «Besonders freut es mich, dass sich auch unsere Mitglieder mit der Kampagne identifizieren können», ergänzt Roger Guggisberg. Aufgrund der positiven Resonanz beschlossen die Verantwortlichen, mit der Kampagne 2020 beinahe unverändert weiterzufahren. Nur sollten während der Publikationswellen im Frühling und Herbst noch mehr Kanäle genutzt werden; beispielsweise Inserate in Regionalzeitungen sowie zielgerichtete Aushänge wie unfallbezogene Werbung in Skigebieten. Die COVID-19-Pandemie zögerte Teile der ersten Offensive der Kampagne allerdings hinaus: Die Plakatierung auf öffentlichem Grund sowie die Aushänge in

öffentlichen Verkehrsmitteln wurden auf den Sommer verschoben. Zudem wurde ein neues Sujet für Mail-Signaturen geschaffen, welches dazu aufrief, während der Pandemie zu Hause zu bleiben.



Dieses Sujet weist darauf hin, dass die Spezialisten der Spitem ihre professionelle Arbeit bei den Menschen zu Hause verrichten.

Bild: Spitem Verband Kanton Bern / Republica



Nach den Sommerferien werden die Verantwortlichen die Wirkung der Kampagne erneut auswerten und analysieren, wie kommende Marketingmassnahmen weiterentwickelt werden müssen. Im Verlauf des Jahres werden sie zudem entscheiden, wie 2021 weiter verfahren wird. «Wichtig ist dabei nicht nur der Erfolg der laufenden Kampagne», erklärt Roger Guggisberg. «Wir werden auch analysieren, in welchem Bereich eine Kampagne derzeit das grösste Potenzial hat, zur Marktentwicklung der Spitem beizutragen.» Es könne also sein, dass erneut eine Kampagne für eine bestimmte Zielgruppe lanciert wird, «es ist aber auch möglich, dass wir die laufende Kampagne verlängern und damit das Image der Nonprofit-Spitem weiterhin umfassend pflegen.»

Der Spitem Verband Graubünden und die Liebe zum Spitem-Job

Im Kanton Graubünden hat die Nonprofit-Spitem die kantonale Image-Kampagne «I love my job» nicht allein lanciert, sondern gemeinsam mit den Pflegeheimen.

«Die Bündner Spitem-Organisationen haben ihre Kräfte gebündelt, um gemeinsam Imagepflege zu betreiben und die Spitem vor allem als attraktive Arbeitgeberin und Ausbildungsinstitution zu präsentieren», sagt Monika Schnoz, Co-Geschäftsführerin des Spitem Verbands Graubünden. Die Publizistin ist ver-

antwortlich dafür, dass der Kantonalverband im Namen seiner Mitglieder regelmässig Projekte für die Imagepflege lanciert. In den vergangenen Jahren wurde zum Beispiel die Website www.spitemundich.ch aufgebaut, auf der alle Möglichkeiten für Ausbildungen und Praktika bei der Bündner Spitem

präsentiert werden. Und es wurde eine öffentliche Kampagne lanciert, in der verschiedene Personen ihrer Begeisterung für die Spitem Ausdruck verliehen – natürlich auf Deutsch, Italienisch und Rätoromanisch.

Die letzte «Grossoffensive» der Öffentlichkeitsarbeit begann indes 2019 mit «Der wichtigste Job», der nationalen Imagekampagne für die Langzeitpflege von Spitem



Der Titel der Zeitschrift «I love my job»-Poscht.

Bild: Spitem und Pflegeheime Graubünden

Schweiz, Curaviva Schweiz und OdASanté. Auf deren Basis wollte der Spitex Verband Graubünden auch eine eigene Kampagne lancieren. Hierzu schloss er sich mit dem kantonalen Spital- und Heimverband unter dem Label «Spitex und Pflegeheime Graubünden» zusammen. «Alle Beteiligten haben erkannt, dass wir mit vereinten Kräften besser das Image der Langzeitpflege stärken können», zeigt sich Monika Schnoz erfreut.

Heime und Spitex setzten fortan auf eine proaktive Medienarbeit, womit zum Beispiel eine Radio-Themenwoche über die Langzeitpflege in die Wege geleitet werden konnte. Im August 2019 organisierten sie zudem eine aufsehenerregende Aktion: Rund 200 Pflegefachpersonen und Pflegebedürftige empfingen in Chur die 120 Bündner Grossrätinnen und Grossräte in deren «Znüni»-Pause und tauschten sich mit ihnen aus. Dabei hielten sie Plakate in die Höhe, auf denen Fragen wie «Wer pflegt Sie im Alter?» ebenso formuliert waren wie Antworten: «Ich!». Laut Medienberichten verhalf diese Aktion der Forderung zu politischer und medialer Aufmerksamkeit, die Langzeitpflege angemessen zu finanzieren, damit auch künftig die gesamte Bevölkerung versorgt werden kann.

«I love my Job»

Dann lancierten Spitex und Heime die Kampagne «I love my Job». Diese ist auf www.langzeitpflege-gr.ch sowie auf Facebook präsent und umfasst zum Beispiel Video-Porträts, in denen Pflegefachkräfte von der Liebe zu ihrem Job berichten. «Wir wollen modern, aussergewöhnlich und auch einmal frech kommunizieren, ohne uns anzubiedern. Denn mit einer formellen Sprache erreichen wir die jungen Menschen nicht», er-

klärt Monika Schnoz. Diese Taktik zeigt sich auch an der «I love my job»-Poscht: Die Zeitschrift richtet sich seit Februar 2020 dreimal jährlich an alle Bündner Mitarbeitenden der Langzeitpflege und enthielt bisher Porträts, Veranstaltungshinweise oder auch Artikel über die Pflege während der COVID-19-Pandemie. Ebendiese Pandemie hat an der Kampagne kaum etwas geändert; einzig eine Schnupperwoche in den Heimen musste verschoben werden. «Die Aussage «I love my job» passt in diesen Zeiten besser denn je», sagt Monika Schnoz. «Denn die Pandemie hat allen Pflegefachpersonen klar gemacht, welch grosse Anerkennung ihr Beruf erfährt, wenn die Bevölkerung sich dessen grosser Wichtigkeit bewusst wird.»

«I love my job» ist vordergründig intern ausgerichtet. «Damit Mitarbeitende in der Öffentlichkeit positiv über die Langzeitpflege sprechen können, müssen sie erst einmal über ein positives Selbstbild verfügen», erklärt die Co-Geschäftsführerin. Natürlich wolle man dieses positive Bild dann aber auch gegen aussen tragen; im Sinne von «Tue Gutes und sprich darüber». Zu diesem Zweck werden Weiterbildungen organisiert, in denen Grundlagen der Unternehmenskommunikation, des Personalmarketings und des Umgangs mit Social Media vermittelt werden. Dies, weil «im Zeitalter der Medienüberflutung diejenigen untergehen, die still und leise ihre wertvolle Arbeit verrichten». «Wir wollen unsere Mitarbeitenden dafür sensibilisieren, dass sie alle Markenbotschafterinnen und Markenbotschafter der Langzeitpflege sind», erklärt Monika Schnoz, «und dass es dementsprechend nicht nur wichtig ist, dass sie über ihren Beruf sprechen – sondern auch auf welche Art und Weise sie dies tun.»



«Mit einer formellen Sprache erreichen wir die jungen Menschen nicht.»

Monika Schnoz, Spitex Verband Graubünden



Bündner Parlamentarier wurden im Sommer 2019 auf die Wichtigkeit der Langzeitpflege hingewiesen.
Bild: Spitex und Pflegeheime Graubünden

Spitex Schweiz und die Imagepflege auf nationaler Ebene

Was macht eine gute Kommunikation auf nationaler Spitex-Ebene aus und warum ist ein Erscheinungsbild mit Wiedererkennungswert für die Spitex so wichtig? Francesca Heiniger, Leiterin Marketing und Kommunikation bei Spitex Schweiz, über Imagepflege.

Erfreulicherweise geniesst die Spitex schweizweit eine sehr hohe Bekanntheit und ein hervorragendes Image, wie der wiederholte Spitzenplatz im Gemeinwohlatlas belegt – für diesen erhebt die Universität St. Gallen alle zwei Jahre, welche Unternehmen und Institutionen den höchsten Beitrag zum Gemeinwohl der Gesellschaft leisten. Dennoch gibt es beim Image Optimierungsbedarf. Denn die Wahrnehmung der Spitex hängt davon ab, ob eine Person – oder deren Bezugspersonen – bereits Spitex-Leistungen bezogen hat oder nicht. Personen ohne Spitex-Erfahrung bezeichnen die Spitex zuweilen als wenig dynamisch, wenig innovativ, etwas verstaubt und sie verbinden mit der Spitex vor allem Grundpflege für Ältere. Diesen potenziellen zukünftigen Klientinnen und Klienten soll gezeigt werden, dass die Spitex noch viel mehr anbietet, und dass Spitex-Organisationen modern und wirtschaftlich geführte Unternehmen sind, die attraktive Arbeitsbedingungen bieten und als Ausbilderinnen dazu beitragen, dass auch in Zukunft genügend Fachpersonen zur Verfügung stehen.

Mit dem Auftrag, die Bekanntheit der Spitex in der breiten Bevölkerung zu erhöhen und das Image der Spitex zu stärken, lanciert Spitex Schweiz ungefähr alle fünf Jahre eine neue Werbe- und Imagekampagne. Die seit 2018 laufende Kampagne stellt die Stärken und die Vielfalt der Leistungen der Nonprofi -Spitex in den Vordergrund. Die Kantonalverbände und Basisorganisationen der Spitex können Vorlagen für diese Kommunikationsmittel im Log-in-Bereich der Website www.spitex.ch herunterladen, auf ihre individuellen Bedürfnisse anpassen und für ihre Kommunikation nutzen. Die Vorlagen sollen eindeutig mit der Nonprofit-Spitex identifizierbar sein und schweizweit einen Wiedererkennungswert haben, unterstützt vom Spitex-Logo und dem «Etikett» «Spitex – das Original».

Integrierte Kommunikation

Mittels integrierter Kommunikation sollen sämtliche Massnahmen der internen und der externen Kommunikation auf sämtlichen Kanälen eine Einheit darstellen und zur Erreichung der definierten Kommunikationsziele führen. Gemäss Kommunikationskonzept von Spitex Schweiz lautet das externe Kommunikationsziel: «Die Zielgruppen wissen, dass die Spitex ein relevanter Leistungserbringer für die Gesundheitsversorgung ist (...).» Daran arbeiten wir täglich: dank starker Markenstrategie und klaren Botschaften eine hohe



Das Kampagnen-Motiv für den Nationalen Spitex-Tag.
Bild: Spitex Schweiz / Pomcanys

schweizweite Visibilität zu erreichen, auch mit aktiver Medienarbeit und kommunikativem Support im Bereich Politik. Eine weitere Massnahme ist der «Nationale Spitex-Tag», der unter einem jährlich wechselnden Motto in zahlreichen Basisorganisationen durchgeführt wird. Am 5. September 2020 lautet es «Danke Spitex!». Damit wird unterstrichen, dass die Wertschätzung der Klientinnen und Klienten ein wichtiger Faktor für die Arbeitszufriedenheit der Spitex-Mitarbeitenden ist.

Und weil dies das Spitex Magazin ist: Es ist DAS Sprachrohr von Spitex Schweiz und somit DAS regelmässig erscheinende Imagepflege-Produkt der Nonprofi -Spitex auf nationaler Ebene. Das Magazin geht aus einem Auftrag des Vorstandes von Spitex Schweiz hervor, das von den Ostschweizer Kantonalverbänden herausgegebene Magazin «Schauplatz» (1995–2013) abzulösen und in ein nationales Magazin in drei Sprachen zu überführen. Dies wird seit 2014 umgesetzt – das aktuelle Resultat halten Sie in den Händen.

Als Grundlage für die Kommunikationstätigkeit dient das Kommunikationskonzept von Spitex Schweiz mit den Anhängen «Social Media» und «Ablauf bei Medienanfragen und bei ausserordentlichen Situationen mit Krisenpotenzial», verfügbar auf www.spitex.ch im Log-in-Bereich unter «Fachunterlagen» / «Kommunikation/PR».

Das Leben im Ohr: Hörgeräte als wichtige Kommunikationstools

Digital, drahtlos und direkt: Moderne Hörgeräte lassen sich heutzutage via Bluetooth einfach mit dem Smartphone verbinden. Wie enorm sich Hörgeräte weiterentwickelt haben und welche Möglichkeiten sich dadurch für die Kommunikation im Alltag ergeben – Guy Schleiniger, Geschäftsführer von Neuroth, klärt auf.

Egal, ob ich Radio höre, meiner Lieblingsmusik lausche oder mich mit meiner Familie und Freunden unterhalte, nur wenn ich gut höre, kann ich die schönen Töne des Alltags in vollen Klängen geniessen. Weil Hören verbindet. Und weil Hören die Basis für alltägliche Kommunikation und soziale Interaktion ist. Ein gutes Gehör ist ein Geschenk – eines, das aber nicht selbstverständlich ist. Rund jeder sechste Schweizer lebt laut Schätzungen mit einer dauerhaften Hörminderung. Umso wichtiger ist es, eine Hörminderung rechtzeitig zu versorgen – mit den richtigen Hörgeräten.

Eine Hörminderung ist aber nach wie vor mit vielen Vorurteilen belegt. Die Scham vor Hörgeräten ist oft noch gross – aber unbegründet. Denn die «Banane» hinter dem Ohr ist längst Geschichte: Hörgeräte sind in den vergangenen Jahrzehnten zu echten High-Tech-Winzlingen mit stets neuer Funktionalität und vielfältigen Features geworden. Digitale Hörgeräte sind längst Standard. Die drahtlose Vernetzung ist bereits Gegenwart.

Klein, kleiner, Hörgeräte

«Die neuesten Geräte stellen sich innert Millisekunden vollautomatisch auf die jeweilige



Ein Blick zurück: Hörgeräte aus früheren Tagen.
Quelle: Neuroth

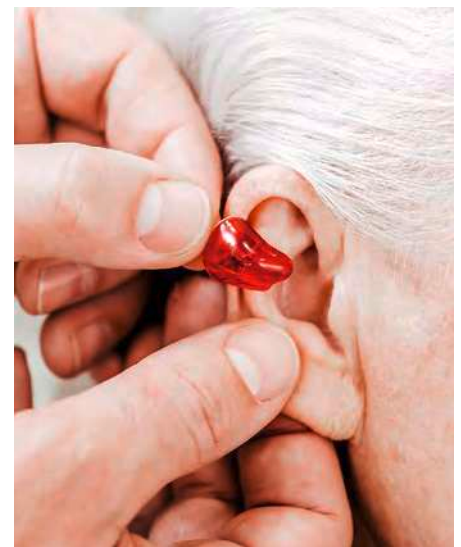
Geräuschkulisse ein – egal, ob man sich während eines Spazierganges bei starkem Wind unterhalten oder genussvoll Musik hören möchte», sagt Guy Schleiniger, Geschäftsführer des Hörakustikanbieters Neuroth. Möglich macht das ein mikroskopisch kleiner Chip, der mehr als 1,2 Milliarden Rechenoperationen pro Sekunde schafft.

Auch grössentechnisch hat sich einiges getan. So sind Hörgeräte im Laufe der Zeit immer kleiner geworden – und damit unauffälliger. «Jemand, der nicht weiss, dass jemand ein Hörgerät trägt, würde nie auf die Idee kommen», erklärt der Hörgeräte-Experte. Und die treuen Alltagshelfer sind auch besonders einfach zu bedienen. Dank der neuen Akku-Technologie, fällt etwa der Batteriewechsel künftig weg, was den Tragekomfort weiter steigert.

Drahtlos verbunden

Bluetooth machte es ausserdem möglich, dass sich moderne Hörgeräte einfach mit dem eigenen Smartphone verbinden lassen – eine Technologie, die jedem Hörgeräteträger schon jetzt unzählige Möglichkeiten bietet: So lassen sich viele Hörgeräte bequem mittels spezieller Apps über das Smartphone steuern. «Mit seinen Hörgeräten kann man nicht nur sehr angenehm telefonieren, sondern zum Beispiel auch Musik hören. Der Sound wird in Stereo-Qualität direkt in die Ohren gestreamt», erklärt Schleiniger.

Die neuesten Hightech-Hörgeräte, die es auf dem Markt gibt, lassen sich mit Auto-Naviga-



Hörgeräte von heute: High-tech im Miniaturformat. Quelle: Neuroth

tionsgeräten oder Haushaltsgeräten verknüpfen. Hat die Waschmaschine etwa ihren Job erledigt, bekommt man ein akustisches Signal ins Ohr. «Ein Hörgerät ist mittlerweile viel mehr als eine reine Hörhilfe. Es wird zunehmend zur allumfassenden Kommunikationslösung», sagt Schleiniger.

Obwohl immer mehr Hightech im Spiel ist, wird das Hören mit Hörgeräten auch immer natürlicher. Die neuesten Hörgeräte lassen die eigene Stimme so natürlich wie noch nie klingen. «Wir kommen der Natur immer näher», sagt auch Neuroth-Experte Guy Schleiniger. «Hörgeräteträger haben gegenüber Normalhörenden schon jetzt in manchen Situationen dank Bluetooth & Co. entscheidende Vorteile. Diese Entwicklung wird sich in Zukunft weiter fortsetzen.»

Neuroth: Hörkompetenz seit 1907

68 × in der Schweiz und in Liechtenstein
Kostenlose Info-Tel.: 00800 8001 8001
www.neuroth.com

NEUROTH
BESSER HÖREN • BESSER LEBEN



Bei der Versorgung eines Menschen mit Demenz müssen viele Aspekte zusammenpassen, und hierfür sorgt auch die Spitex. Bild: Getty Images

Demenz stellt die Spitex vor viele Herausforderungen

Im Rahmen der Nationalen Demenzstrategie (NDS) wird Demenz meist theoretisch betrachtet (vgl. Spitemagazin 3/2020). Doch welche Herausforderungen bringt Demenz für die Spitex in der Praxis mit sich? Wie hat sich die aktuelle Pandemie auf Betroffene ausgewirkt? Und welche menschlichen Folgen der lückenhaften Finanzierung der Demenzpflege sind zu beobachten? Darüber diskutieren Barbara Hedinger von der Spitex Stadt Luzern sowie Sonja Santi von der Spitex Knonaueramt ZH.

Spitemagazin: Beginnen wir in Zeiten der COVID-19-Pandemie mit einer Frage dazu: Viele ältere Menschen wurden während der ausserordentlichen Lage von ihren Angehörigen isoliert, viele Betreuungsangebote wurden geschlossen. Dies dürfte für Klientinnen und Klienten mit Demenz besonders belastend gewesen sein?

Barbara Hedinger (BHE): Die Spitex sah sich plötzlich mit vielen Klientinnen und Klienten mit Demenz konfrontiert, die damit leben mussten, dass all ihre Angehörigen sie nicht mehr besuchten. Das war eine grosse Belastung für viele Betroffene. Um diesen Klienten die Kommunikation mit Kindern, Enkeln oder Geschwistern zu ermöglichen, hat die Spitex Stadt Luzern eine App für Videokonferenzen auf allen Tablets installiert. Damit versuchten unsere Mitarbei-

tenden der sozialen Isolation unserer Klienten entgegenzuwirken. Dabei zeigte sich, dass auch Menschen mit Demenz diese neue Art der Kommunikation akzeptierten. Ein älterer Mann und sein besorgter Sohn waren zum Beispiel durch die lange Trennung sehr gestresst. Als die Spitex bei ihrem ersten Videochat behilflich war, haben sich die beiden aber sofort sichtlich entspannt.

Sonja Santi (SSA): Ich hatte den Eindruck, dass manche Menschen mit Demenz während der Pandemie abgebaut haben, als wären sie Pflanzen, die nicht «sozial getränkt» wurden. Für die Mitarbeitenden der Spitex Knonaueramt war es schwer auszuhalten, wie stark manche dieser Klienten durch die Isolation an Fähigkeiten abbauten. Und nun stellt sich die Frage, ob ihre Fähigkeiten für immer verloren sind. Sehr



«Wir schulen all unsere Mitarbeitenden in Bezug auf die Früherkennung von Demenz.»

Barbara Hedinger, Spitex Stadt Luzern

schwer war es für viele Klienten auch, dass unsere Mitarbeitenden immerzu Schutzmasken zu tragen begannen. Menschen mit Demenz sind darauf angewiesen, vom Gesicht abzulesen. Denn die nonverbale Kommunikation mit ihnen ist sehr wichtig, vielleicht sogar noch wichtiger als die verbale. Dies gilt besonders dann, wenn ihr Gehör beeinträchtigt ist. **BHE:** Viele Klienten mit Demenz dachten wegen der Masken auch, dass unsere Mitarbeitenden krank seien, was ihren Stress zusätzlich erhöhte. Bedenklich war auch die erwähnte Schliessung vieler Entlastungsangebote. Dies belastete erstens viele pflegende Angehörige. Zum Glück musste die Spitex Stadt Luzern ihre Leistungen nicht reduzieren und konnte die Betroffenen entlasten. Zweitens frage ich mich besorgt, ob Menschen mit Demenz die Tagesstätten nach deren Schliessung wieder akzeptieren werden – oder ob das Überwinden ihrer Ängste und Widerstände von vorn beginnt.

Betrachten wir nun, wie Ihre jeweilige Organisation die Demenzpflege in normalen Zeiten organisiert [vgl. auch Infokasten S. 40]. Experten betonen, dass dabei nicht nur der Klient wichtig ist, sondern auch der Ein-

bezug der Angehörigen und des ganzen Versorgungsnetzwerkes. Wie bewerkstelligt die Spitex dies?

BHE: Wir beziehen die Angehörigen intensiv mit ein, wenn sie dies wünschen. Auch dank ihrer koordinativen Funktion ist die Spitex eine Stütze für Angehörige und Betroffene. Wir sorgen dafür, dass sich ein gutes Netzwerk für die Versorgung eines Menschen mit Demenz zusammenfindet und gut funktioniert, indem sich alle Beteiligten regelmässig austauschen. Weiter bietet die Spitex Stadt Luzern die Beratung von Angehörigen an, was wichtig ist, da diese Menschen oft einer grossen Belastung ausgeliefert sind und darum selbst zu erkranken drohen.

SSA: In der Zusammenarbeit mit Angehörigen ist die Beratung wichtig. Das bedeutet vor allem eines: Reden, reden, reden. Manchmal beobachten wir, dass Menschen mit Demenz sich dominant gegenüber ihren Kindern verhalten. Wir machen den Angehörigen dann klar, dass sie als Erwachsene für die eigenen Bedürfnisse und Ansichten einstehen dürfen, selbst wenn ein Elternteil krank ist. In Bezug auf das Versorgungsnetzwerk ist es wichtig, dass die Spitex für funktionierende Schnittstellen sorgt, damit Angehörige nicht alles doppelt und dreifach erklären müssen. Stattdessen sollen sie sich während des gesamten Krankheitsverlaufs von einem funktionierenden Netzwerk getragen fühlen – und hierzu kann die Spitex viel beitragen.

Im Rahmen der Nationalen Demenzstrategie 2014–2019 (NDS) wird nicht nur auf diese wichtige Rolle der Spitex in der Versorgung von Menschen mit Demenz eingegangen. Die Spitex spiele auch eine grosse Rolle in der frühzeitigen Erkennung von Demenz. Betroffene überspielen und verharmlosen erste Anzeichen der Krankheit laut Experten aber oftmals. Was kann die Spitex tun, wenn ihr Verdacht auf taube Ohren stösst?

SSA: Dass alle Spitex-Mitarbeitenden über ein aktuelles Basiswissen im Bereich Demenz verfügen, ist wichtig. Denn man kann gewissermassen «nicht nicht mit Demenz in Kontakt kommen», wenn man bei der Spitex arbeitet. Der Umgang mit Anzeichen von Demenz ist indes ein schwieriger Balance-Akt. Unsere Mitarbeitenden dürfen nicht das Vertrauensverhältnis zwischen Spitex und Klient gefährden, indem sie Druck auf den Klienten ausüben und ihm zum Beispiel sagen, er *müsse* für Abklärungen zum Arzt. Eine Möglichkeit ist, dass wir Angehörigen unsere Beobachtungen mitteilen, ohne konkrete Schlussfolgerungen vorwegzunehmen – und ohne dass wir mit ihnen Pläne für eine Intervention schmieden, ohne den Klienten einzubeziehen. Hier bedarf es eines grossen Fingerspitzengefühls, um die Balance zwischen den verschiedenen Bedürfnissen zu halten.

BHE: Wir schulen all unsere Mitarbeitenden – auch diejenigen der Hauswirtschaft – in Bezug auf die Früherkennung von Demenz und wie sie einen Verdacht ansprechen können. Eine Mitarbeiterin kann einen Klienten zum Beispiel ruhig fragen,

ob ihm gewisse Veränderungen ebenfalls aufgefallen sind. Will der Klient nicht darauf eingehen, darf sich die Mitarbeiterin nicht in die Problematik verbeissen. Stattdessen kann sie sanft am Thema dranbleiben. Wir trainieren bei der Spitex Stadt Luzern regelmässig die hohe Kunst, es als Pflegefachperson auszuhalten, dass jemand Hilfe ablehnt.

Damit sind wir bei einem viel diskutierten Thema in Bezug auf Demenz angelangt: der Ethik [vgl. auch Spitex Magazin 6/2018]. Laut Ethik-Experten muss der Wille eines Menschen mit Demenz immer respektiert werden, auch wenn seine Urteilsfähigkeit schwindet. Wie gelingt dies?

BHE: Widerstand auszuhalten, ist auch für Angehörige ein zentrales Thema. Nehmen wir zum Beispiel an, ein Sohn kann den Willen seines erkrankten Vaters nicht akzeptieren, keine weitere Hilfe anzunehmen. Dann spreche ich mit dem Sohn darüber, wie er die Verweigerung akzeptieren lernen kann, statt in die Elternrolle zu verfallen und Druck auf den Vater auszuüben.

Durch das Schulen der Angehörigen kann sich eine schwierige familiäre Konstellation entspannen, was wichtig ist für das sanfte Hinarbeiten auf eine Lösung, mit der alle Beteiligten leben können.

SSA: Wir versorgen diverse Menschen, die unterschiedliche Formen der Beistandschaft haben; eine umfassende Beistandschaft ist unter den Klientinnen und Klienten der Spitex allerdings selten. Oft ist die Urteilsfähigkeit von Menschen mit Demenz zu Beginn ihrer Erkrankung, also auch wenn sie meist noch zu Hause wohnen, vor allem in Bezug auf ihre Finanzen beeinträchtigt. Aber selbst wenn die Entscheidungsbefugnis durch die Kinder- und Erwachsenenschutzbehörde (KESB) auf einen Beistand übertragen wird, müssen der Willen und die Bedürfnisse des Erkrankten in jede Entscheidung miteinbezogen werden. Nur so wird sein Recht auf Autonomie gewahrt.

Der Heimeintritt ist für Angehörige und Betroffene besonders schwierig. Dennoch kann die Spitex ihn als nötig erachten, zum Beispiel weil Angehörige mit dem aggressiven Verhalten eines Menschen mit Demenz überfordert sind. Wie kann die Spitex dann vorgehen?

SSA: Wenn die Spitex einen Heimeintritt als nötig erachtet, ist dies immer eine riesige Herausforderung für alle Beteiligten. Eine Pflegefachperson kann einem Menschen mit Demenz nicht befehlen, in ein Heim zu ziehen. Sie kann ihm aber in Ruhe erklären, dass sein familiäres System mit seiner Versorgung überlastet ist. Und sie kann erläutern, dass die Spitex wegen ihrer Aufsichtspflicht eines Tages verpflichtet sein

könnte, Aussenstehende zu informieren. Dazu kommt es zum Beispiel, wenn der Grad an Verwahrlosung eines Klienten oder der Grad der Gefährdung von ihm selbst oder seinen Angehörigen so hoch ist, dass die KESB eine fürsorgliche Unterbringung in Erwägung ziehen muss. Diese Zwangsmassnahme zu erwähnen, kann das Vertrauensverhältnis zwischen der Spitex und dem Klienten erschweren – sie ist aber nicht immer vermeidbar. Wenn immer möglich arbeiten wir darum mit Geduld darauf hin, dass alle Beteiligten einsehen, dass sich etwas ändern muss.

BHE: Dabei darf die Spitex einem Menschen mit Demenz ruhig offen sagen, dass seine Angehörigen so nicht weitermachen können. Oft ist aber auch bei diesen Angehörigen eine grosse Ambivalenz zu beobachten: Sie haben keine Kraft mehr, wollen aber dennoch weitermachen wie bisher. Im Gedächtnis geblieben ist mir ein Klient mit Demenz, der die Wahnvorstellung entwickelte, dass seine Frau eine Affäre mit einem jungen Mann hat. Er bedrängte seine Frau dauernd und rüttelte sie sogar nachts mit Vorwürfen wach. Ob-

wohl es der Frau sehr schlecht ging, reifte in ihr nur sehr langsam die Überzeugung, dass ein Heim die richtige Lösung war. Dank Spendengeldern kann die Spitex Stadt Luzern den Heimeintritt in schwierigen Fällen eng begleiten und damit die schwierige Situation

für Klienten und Angehörige erleichtern. Unsere Mitarbeitenden bringen den Klienten zum Beispiel ins Heim, wodurch die Angehörigen für den Klienten nicht die «Bösen» sind.

Das teilweise aggressive Verhalten von Klienten mit Demenz trifft aber nicht nur Angehörige – auch Spitex-Mitarbeitende sind gemäss Studien nicht davor gefeit. Wie wird hier vorgegangen?

BHE: Das ist richtig. Meistens ist die Arbeit mit Menschen mit Demenz eine spannende und schöne Arbeit, aber Demenz kann auch zu Aggressivität oder sexuellen Übergriffen gegen das Pflegepersonal führen. In regelmässigen Deeskalations-Kursen lernen unsere Mitarbeitenden darum, dass sie sich auch von Menschen mit Demenz keinerlei Übergriffe bieten lassen dürfen. Geschehen diese dennoch, verwarnen wir den Klienten. Ändert dies nichts an der Situation, müssen wir unsere Mitarbeitenden schützen und aus dem Fall aussteigen. Für die Spitex ist dies ein Dilemma, denn wir nehmen unsere Versorgungspflicht sehr ernst und wollen nicht, dass der Klient oder andere Beteiligte unter der entstehenden Versorgungslücke leiden. Zum Glück sind solche Fälle äusserst selten; meist können wir die Situation entspannen. Besonders gut gelingt dies den Kontinuitäts-Teams, welche die Spitex Stadt Luzern im Be-

«Hilfreich beim Umgang mit der ganz eigenen Lebenswelt von Menschen mit Demenz ist Humor.»

Barbara Hedinger



«Aggressives Verhalten entsteht oft in Situationen, in denen sich Menschen mit Demenz unter Druck fühlen.»

Sonja Santi, Spitex Knonaueramt

reich Demenz etabliert hat [vgl. Infokasten]. Diese Teams kennen jeden Klienten genau und wissen darum auch, wie sie seine Aggressionen verhindern können.

SSA: Aggressives Verhalten entsteht oft aus Situationen heraus, in denen sich Menschen mit Demenz unter Druck fühlen. Dazu gehört insbesondere die Medikamentenabgabe. Es kann aber auch sein, dass ein Mensch mit Demenz sich gegen einen bestimmten Typ Mensch aggressiv verhält, gegen blonde Menschen oder Männer zum Beispiel. Nach Möglichkeit stellen wir in solchen Fällen ein kleines Team zusammen, das künftig für die Versorgung des Klienten zuständig ist und keine Mitarbeitenden enthält, welche dem besagten Typ entsprechen. Gleichzeitig führen wir in unserem Betrieb derzeit ein Bedrohungsmanagement ein; welches im Falle von kritischen Ereignissen in Pflegesituationen ein koordiniertes Vorgehen festlegt.

Frau Hedinger, 2017 berichteten sie der «NZZ», dass es immer wieder vorkomme, dass Menschen mit Demenz von ihren Angehörigen eingeschlossen, angebunden

oder misshandelt werden. Die Spitex Stadt Luzern habe solche Fälle auch schon der KESB melden müssen.

Wann muss die Spitex auf diese Massnahme zurückgreifen?

SSA: Häusliche Gewalt durch pflegende Angehörige ist ein Tabu-Thema, und die Spitex kann eine wichtige Rolle dabei spielen, dagegen anzugehen. Die Spitex muss handeln, wenn sie Anzeichen für Gewalt erkennt. Einfach ist dies aber nicht. Alle Mitarbeitenden müssen darum geschult werden, solche Anzeichen zu erkennen; und sie müssen lernen, wie sie mit solchen Situationen umgehen können. Erst dann vermag die Spitex Betroffene und Angehörige adäquat zu begleiten und individuelle Lösungen für angespannte Situationen finden.

BHE: Angehörige verhalten sich oft aggressiv gegen Menschen mit Demenz, weil sie mit deren Betreuung überfordert sind. Und sie sperren sie ein, weil sie arbeiten müssen und sich eine externe Betreuungsperson nicht leisten können. Kann die Spitex die Situation nicht entschärfen, muss sie die KESB hinzuziehen. Während der Vorbereitung auf dieses Interview ist mir nun aber aufgefallen, dass wir in den vergangenen rund drei Jahren nicht mehr mit gravierenden Fällen konfrontiert wurden. Ich hoffe, dies ist auch der Verdienst der Spitex Stadt Luzern und ihres Kontinuitäts-Modells, das für viel Vertrauen zwischen unseren Mitarbeitenden, den Menschen mit Demenz und ihren Angehörigen sorgt. Wichtig ist in kritischen Fällen auch, dass das bestehende Netzwerk besonders gut funktioniert und die Lösung eines Härtefalles nicht nur der KESB überträgt. Ich habe schon erlebt, dass sich acht Leistungserbringer auf Einladung der KESB trafen und sich auf Massnahmen einigten, mit denen man der Klientin gemeinsam den innigen Wunsch erfüllen konnte, nicht ins Heim zu müssen.

Die Ethik-Richtlinien der Schweizerischen Akademie der Medizinischen Wissenschaften (SAMW) besagen, dass Kranke ein «Recht auf Nicht-Wissen» haben, wenn dies ihre Lebensqualität fördert. Was bedeutet das in Bezug auf Menschen mit Demenz? Muss man sie zum Beispiel nicht korrigieren, wenn sie die Pflegefachfrau für ihre Tochter halten?

BHE: Das Wichtigste ist, dass eine Pflegefachperson die Spannung auflösen kann, welche eine Kollision der Realität mit der Lebenswelt eines Menschen mit Demenz verursacht. Hilfreich ist dabei Humor. So bestand eine Klientin immer wieder darauf, dringend ein Schwangerschaftsturnen besuchen zu müssen. Da sagte ich zu ihr, dass sie doch 92 Jahre alt sei. In diesem Alter wolle man sich doch um Himmelswillen nicht noch um ein Baby kümmern müssen. Sie willigte lächelnd ein, und das Schwangerschaftsturnen war vergessen. Ich halte es ethisch für notwendig, dass man die Lebenswelt von Menschen mit Demenz respektiert, ohne sie zu fördern oder gar auszunutzen. Wird eine Pflegefachper-

son zum Beispiel von einer Frau mit Demenz für deren Tochter gehalten, sollte diese nicht sagen: «Los Mami, wir gehen einkaufen», nur damit die Klientin diskussionslos mitkommt. **SSA:** Ich kann dieser Klientin aber zum Beispiel sagen, sie sei eine wunderbare Frau und es wäre bestimmt schön, wenn sie meine Mutter wäre. Das kann für eine gute Stimmung sorgen, ohne dass man die Betroffene harsch korrigiert und überfordert, was zu viel Stress führt.

Ethiker beschäftigen sich schliesslich auch mit technischen Hilfsmitteln in der Demenzpflege. Technik müsse sozialverträglich eingesetzt werden, sagen sie. Gibt es moderne Technik, deren vermehrten Einsatz in der Demenzpflege Sie befürworten?

BHE: Wir befürworten Technik zum Beispiel, wenn sie die Sicherheit und Lebensqualität unserer Klienten erhöht. So können sich Menschen mit Demenz dank Tracker-Uhren frei bewegen. Und Überlaufmelder für den Herd verhindern, dass sich ein Klient beim Kochen in Gefahr bringt. Zunehmend sieht sich die Spitex auch damit konfrontiert, dass Angehörige eine Überwachungskamera installieren, um jederzeit nachsehen zu können, dass es dem Menschen mit Demenz gut geht. Ich halte dies für eine mögliche Hilfe dabei, dass ein Mensch mit Demenz zu

Hause bleiben kann. Wichtig ist aber, dass sich niemand überwachen lassen muss: Sowohl der Klient als auch unsere Mitarbeitenden haben das Recht, die Kamera abzudecken.

SSA: Ebenfalls interessant sind technische Hilfsmittel wie Apps für die wichtige Kommunikation im Netzwerk. Die Spitex darf sich gegen technische Hilfsmittel in der Demenzpflege nicht sträuben – stattdessen muss sie diese gut prüfen und vermehrt zum Vorteil aller Beteiligten nutzen lernen. Dabei wäre es wünschenswert, dass die Spitex sich schweizweit auf einige wenige solcher Hilfsmittel einigen könnte, um effizient zu bleiben.

Bis 2040 dürfte sich die Zahl der Menschen mit Demenz in der Schweiz auf über 300 000 verdoppeln. Bisher hat die Nationale Demenzstrategie laut Beteiligten viel erreicht, um die Versorgung all dieser Menschen zu verbessern – nur die Finanzierungsfrage konnte sie nicht klären (vgl. Spitemagazin 3/2020). Insbesondere werden Betreuungsleistungen für Menschen mit Demenz durch Krankenkassen und Restfinanzierer nur lückenhaft bezahlt. Erleben Sie dies im Alltag genauso?

BHE: Leider ja. Krankenkassen unterscheiden künstlich zwischen Pflege und Betreuung und sträuben sich oft gegen die Finanzierung der Betreuung. Der grösste Streitpunkt in

Bezug auf Demenz ist diesbezüglich seit vielen Jahren das Essen: Manche Kassen wollen es nicht bezahlen, wenn die Spitex für Menschen mit Demenz eine Mahlzeit zubereitet oder sie zum Essen anleitet. Dabei bereitet die Spitex zum Beispiel eine Fertigmahlzeit für einen Klienten zu, weil er jeweils zu essen vergisst und nur dann etwas zu sich nimmt, wenn er eine Mahlzeit vor sich sieht. Einige Kassen akzeptieren dies als Personenhilfe und bezahlen darum pro Mahlzeit 10 Minuten für solche Leistungen. Andere weisen die Finanzierung solcher Leistungen hingegen schlicht zurück, da sie nur die Beschreibung der Handlung berücksichtigen und sie infolgedessen als Hauswirtschaft beurteilen, für welche laut Gesetz der Klient aufkommen müsse. Doch solche Hilfeleistungen stehen im direkten Zusammenhang mit der Demenz und sind darum eine pflegerische Notwendigkeit. Es ist unbegreiflich, wieso manche Kassen gerade in Bezug auf das Essen von Menschen mit Demenz so wenig auf das Fachwissen und die Effizienz der Spitex vertrauen. Daran muss sich dringend etwas ändern.

SSA: Wenn eine Spitex-Fachperson immer wieder «En Gue- te» sagt, damit der Klient eine Gabel voll Nahrung zu sich nimmt, ist dies ein wichtiger Beitrag an seine Selbstständigkeit. Auch ein Bundesgerichtsurteil besagt, dass die Hilfestellungen zur Nahrungsaufnahme

klar als Massnahmen klassifiziert werden müssen, welche es der versicherten Person ermöglichen, weiterhin in ihrem eigenen Zuhause zu wohnen. Hier handle es sich nicht um eine Sachhilfe, sondern um eine Personenhilfe zur Alltagsbewältigung, und diese sei durch die Versicherungen zu finanzieren. Aber obwohl wir auf dieses Urteil verweisen, beissen wir bei manchen Krankenkassen auf Granit, weswegen die Kosten auf den Klienten abgewälzt werden. Es ärgert mich, dass die künstliche Trennung von Pflege und Betreuung dazu führt, dass eine notwendige Versorgung von Menschen mit Demenz zu einer Frage des Geldes wird.

Wir haben darüber gesprochen, dass die Spitex auch Angehörige von Menschen mit Demenz begleitet. Wie man hört, ergeben sich auch in diesem Bereich Finanzierungsprobleme?

BHE: Die Krankenkassen verstehen meistens, wie wichtig die Beratung der Angehörigen ist. Nicht alle unsere Leistungen in diesem Bereich sind aber verrechenbar. Zum Beispiel stellen wir für überlastete Angehörige zeitweise eine Auswahl an Angeboten für ein Ferienbett zusammen, was die Krankenkassen nicht als Koordination werten. Weil es an der Finanzierung von Betreuungsleistungen wie diesen hapert, sind glücklicherweise viele Betreuungsfonds entstanden, von denen auch die Spitex profitieren kann.

«Die notwendige Versorgung von Menschen mit Demenz wird zur Frage des Geldes.»

Sonja Santi

SSA: Mit Spenden klappt es meist schneller und unkomplizierter, Betreuungsleistungen zu finanzieren. Dies freut uns, denn auch bei der Spitex Knonaueramt kommt es durchaus vor, dass Krankenkassen die Bezahlung von Leistungen für Angehörige verweigern, zum Beispiel weil sie diese als Begleitung/Betreuung und nicht als Beratung einstufen und sie folglich nicht finanzieren wollen. Solche Probleme sind aber – anders als diejenigen beim Essen – eher selten.

Welche menschlichen Folgen der mangelnden Finanzierung von betreuenden Leistungen beobachten Sie in der Demenzpflege?

SSA: Der OBSAN-Bericht 2013 hält die meist unbezahlte Care-Arbeit von Angehörigen als grossen Kritikpunkt unseres Finanzierungssystems fest. Aus dem Bericht geht auch hervor, dass die Spitex wegen der künstlichen Trennung von Pflege und Betreuung die Bedürfnisse vieler pflegender Angehöriger nicht genügend decken kann. Solche Angehörigen beschäftigen dann oftmals Care-Migrantinnen als Alternative – sofern sie überhaupt die Möglichkeit haben, Alternativen aus der eigenen Tasche zu bezahlen. Unsere Politik muss dafür sorgen, dass Pflege und Betreuung künftig angemessen finanziert werden. Nur dann müssen pflegende Angehörige keine finanziellen Einbussen erleiden. Und nur dann hängt es nicht vom finanziellen Status ab, ob und wie ein Mensch seinem Bedarf an Pflege und Betreuung angemessen versorgt wird.

BHE: Wir haben bereits diskutiert, wie überfordert Angehörige manchmal mit der Betreuung von Menschen mit Demenz sind. Dies würde sich ändern, wenn sie sich eine Entlastung durch professionelle Betreuung leisten könnten. Unsere Gesellschaft kann die Betreuung von Menschen mit Demenz nicht gesamthaft auf die Angehörigen abschieben. Darunter droht auch die Qualität der Versorgung von Menschen mit Demenz zu leiden.

Um die Finanzierung der Versorgung von Menschen mit Demenz zu verbessern, haben Verbände der ambulanten Pflege und Pflegeheime kürzlich einen Vorschlag erarbeitet, wie Demenz-spezifische Pflegeleistungen in die Krankenpflege-Leistungsverordnung (KLV) aufgenommen werden könnten. Erhoffen Sie sich dadurch eine Verbesserung?

SSA: Bereits jetzt haben wir im KLV einen sehr umfassenden Leistungskatalog festgehalten. Fügen wir immer weitere Differenzierungen hinzu, hat dies vor allem zur Folge, dass die Dokumentation in der Pflege noch komplizierter wird.

BHE: Es wäre besser, ein System einzuführen, welches das Finanzieren der Demenzpflege generell vereinfacht. Könnte ich wählen, würde ich mich für eine Pauschale entscheiden: Experten würden festlegen, für welche Stufe von Demenz wie viel Spitex-Zeit erlaubt wird. Wie die bewilligten Stun-

den und Minuten konkret genutzt werden, könnte die Spitex gemeinsam mit den Klienten und ihren Angehörigen festlegen.

SSA: Dank einer Pauschale könnte sich die Spitex auf die Versorgung der Menschen mit Demenz konzentrieren, statt andauernd zu «minüteln» und ihr Vorgehen immer wieder zu rechtfertigen. Die Finanzierung der Demenzpflege steht und fällt mit der präzisen Dokumentation unserer Leistungen, und der administrative Aufwand hierfür ist für die Spitex und die Krankenkassen riesig geworden. Eine Vereinfachung des Systems wäre eine Erleichterung für alle Beteiligten.

BHE: Wenn man allerdings die demografische Entwicklung betrachtet, wird es in Zukunft wohl nicht möglich sein, dass die Finanziierer der Pflege für alle Betreuungsleistungen aufkommen werden. Darum ist es wichtig, dass sich auch

Zu den Interviewten und der Demenzpflege in ihren Organisationen

Sonja Santi, Spitex Knonaueramt: Sonja Santi ist Pflegefachfrau HF mit Schwerpunkt Psychiatrie mit einem MAS in Care Management und einem cand. CAS in Forensic Nursing. Sie arbeitet seit 2018 bei der Spitex Knonaueramt ZH als Care Managerin und Mitarbeitende des Qualitätsteams. Alle ihre rund 160 Mitarbeitenden verfügen über ein aktuelles Basiswissen zu Demenz und versorgen Klientinnen und Klienten mit Demenz gemeinsam. Die Organisation hat zudem eine erfahrene Fachexpertin für Demenz in ihren Reihen, die alle Mitarbeitenden und Zentren in komplexen Fällen berät. Sonja Santi wird als Care Managerin hinzugezogen, wenn es in Bezug auf Demenz komplexe finanzielle Fragestellungen gibt. Künftig will die Spitex Knonaueramt auf sogenannte Kontinuitäts-Teams setzen: Derzeit wird in einem ersten Zentrum ein solches Team aufgebaut, das sich ausschliesslich um Klienten mit Demenz kümmern wird. www.spitexka.ch

Barbara Hedinger, Spitex Stadt Luzern: Barbara Hedinger ist Pflegeexpertin HöFa II und seit 13 Jahren Mitglied der Geschäftsleitung der Spitex Stadt Luzern, wo sie unter anderem für den Fachbereich Demenz zuständig ist. Sie hat einen DAS in Coaching sowie in Demenz und Lebensgestaltung und leitet viele interne und externe Kurse und Beratungen zum Thema Demenz. Alle ihre rund 350 Mitarbeitenden verfügen über eine Grundschulung im Bereich Demenz. Eine höhere Ausbildung ist laut Barbara Hedinger vor allem im zentralen Bereich des Assessments wichtig. Die Luzerner Spitex setzt zudem seit gut fünf Jahren auf Kontinuitäts-Teams: Menschen mit Demenz werden von einem festen Team aus zwei diplomierten Pflegefachpersonen und zwei Fachfrauen Gesundheit (FaGe) betreut. Wenn Einsätze am Abend anfallen, übernimmt ein zweites Team. Die Demenz-Expertinnen beraten zudem alle anderen Mitarbeitenden, zum Beispiel in Bezug auf die Früherkennung von Demenz. Laut Barbara Hedinger bewährt sich das Kontinuitäts-System, weil sich die Spitex-Mitarbeitenden und die Klienten mit Demenz dadurch mit grosser Regelmässigkeit sehen, was das gegenseitige Verständnis und Vertrauen fördert. www.spitex-luzern.ch

viele Freiwillige für Menschen mit Demenz engagieren. Die Spitex Stadt Luzern hat darum selbst eine Gruppe aus solchen freiwilligen Helferinnen und Helfern aufgebaut.

Um in der Gesellschaft einen Nährboden für ein solches Engagement zu schaffen, ist man im Rahmen der NDS darum bemüht, die Gesellschaft für das Thema zu sensibilisieren. Denn Demenz gilt nach wie vor als Tabuthema. Wie kann die Spitex gegen die verbreiteten Berührungängste vorgehen?

BHE: Die Berührungängste entstehen auch durch die Ungeduld in unserer Leistungsgesellschaft, denn Menschen mit Demenz brauchen viel Zeit und Geduld. Damit das Verständnis für die Betroffenen wächst, müssen wir weiterhin viel Aufklärungsarbeit leisten. Die Spitex kann zum Beispiel an Veranstaltungen mitwirken, die der Bevölkerung den Austausch mit Betroffenen ermöglicht. 2019 gab es in Luzern ein offenes Singen, an dem Menschen mit Demenz sich beteiligten. Viele Gesunde waren erstaunt, dass die Erkrankten zwar nicht mehr gut sprechen, aber wunderbar singen konnten. Solche Anlässe bauen Barrieren ab – wir werden dadurch aber nie erreichen, dass die Krankheit ihren Schrecken verliert. Alle Menschen haben Angst davor, dass sie selbst oder ihre Liebsten allmählich ihre Hirnleistung verlieren.

SSA: Demenz führt uns gewissermassen langsam unsere Endlichkeit vor Augen. Damit können viele Menschen nicht umgehen. Um die Integration von Betroffenen dennoch zu verbessern, ist auch die öffentliche Hand gefragt: Beispielsweise kann eine Gemeinde das Label «Demenzfreundliche Gemeinde» anstreben und in diesem Rahmen sämtliche Bewohnerinnen und Bewohner für das Thema sensibilisieren.

Kommen wir zum Schluss auf das anfängliche Thema zurück: die COVID-19-Pandemie. Experten halten jede Krise auch für eine Chance, weil man daraus lernen kann [vgl. S. 25]. Was kann die Schweiz in Bezug auf die Versorgung von Menschen mit Demenz aus den Erfahrungen der vergangenen Monate lernen?

SSA: Eine positive Seite der Krise war die ausserordentlich gute Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Gesundheitsorganisationen bei uns im Kanton Luzern. Ich hoffe, dass dadurch das Bewusstsein für die integrierte Versorgung auch in normalen Zeiten gefördert wird. In Bezug auf Menschen mit Demenz kann man während einer allfälligen nächsten Pandemie einiges besser machen. So müsste man überlegen, wie man die schädliche Isolation von Menschen mit Demenz künftig verhindern kann, zum Beispiel durch strenge hygienische Massnahmen. Ich hoffe, dass unsere Gesellschaft langfristig aus den Erfahrungen mit COVID-19 lernt, statt die Erfahrungen wie im Falle von früheren Pandemien nach kurzer Zeit zu vergessen.

BHE: In Luzern konnten wir in den vergangenen Jahren durchlässige Angebote für Menschen mit Demenz etablie-

ren: Ist ein Angehöriger überfordert, kann ein Mensch mit Demenz innert einer Stunde in ein Heim ziehen und dort so lange bleiben, bis alle Beteiligten eine gute FolgeLösung gefunden haben. In Zeiten von COVID-19 wurde diese Durchlässigkeit nun aber komplett ausser Kraft gesetzt. Und dies, obwohl die Zahl der überlasteten Angehörigen wegen der geschlossenen Entlastungsangebote regelrecht explodiert ist. Künftig sollte man auf solch radikale Massnahmen verzichten. Zum Beispiel könnte man während der nächsten ausserordentlichen Lage sicherstellen, dass der Besuch von Tagesstätten sowie Heimeintritte für Menschen mit Demenz weiterhin möglich sind. Auch ich hoffe sehr, dass wir aus dieser Pandemie lernen, denn zu viele pflegende Angehörige sind dadurch in eine Notlage geraten, und zu viele Menschen mit Demenz haben unter der verordneten Isolation gelitten.

Interview: Kathrin Morf

Anzeige



*Ihr Leben.
Unser Arbeitsmodell.*

Pflegefachfrau/-mann HF/FH
Temporär. Fest. Springer.
Pool: Wir finden für Sie jenes Arbeitsmodell, das zu Ihrem Lebensplan passt. Neben beruflichen Herausforderungen bieten wir Ihnen attraktive Sozialleistungen, Vergünstigungen und gezielte Weiterbildungen.

Wann sind Sie zur Stelle?

careanesth 
www.careanesth.com
T +41 44 879 79 79
gesundheitswesentlich

Seit über 15 Jahren der Smartphone-Partner für Ihre Spitex

Wir betreuen seit über 15 Jahren zahlreiche Spitex-Organisationen in der ganzen Deutschschweiz. Dadurch konnten wir ein grosses Wissen über die spezifischen Anforderungen an die mobile Kommunikation für Spitex-Mitarbeitende aufbauen.

Unsere Profis unterstützen Sie gerne bei der Auswahl Ihrer Geräte und dem passenden Zubehör. Spezialsoftware wie Perigon und zusätzliche Apps installieren wir auf Ihren Geräten und übernehmen auch die

Schulung Ihrer Mitarbeitenden. Als Partner von Swisscom, Sunrise und Salt können wir Sie jederzeit über das für Sie optimale Abo beraten. Auch die Aufschaltung von Zusatzdiensten oder die Suspendierung von einzelnen Nummern können wir für Sie veranlassen.

Wir bieten Ihrer Spitex-Organisation ein Rundum-sorglos-Paket für die mobile Kommunikation. Gerne beraten wir auch Sie über allfällige Optimierungsmöglichkeiten.

Kontaktieren Sie uns unverbindlich für ein Gespräch:

AMS

All Mobile Service AG

AMS All Mobile Service AG
Technikumstrasse 59, 8400 Winterthur
Telefon 052 212 50 00
info@ams.ch, www.ams.ch

Gesundheitsförderung heisst Wertschätzung statt Kontrolle



Damit Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) Früchte trägt, muss ein Arbeitgeber offen und transparent mit seinen Mitarbeitenden kommunizieren. Wie das geht, zeigt das Beispiel Puntreis aus dem schönen Bündnerland. Auch das Arbeitsumfeld von Pflegekräften will gepflegt sein. Davon ist Diego Deplazes, Geschäftsführer des Pflegezentrums Puntreis im bündnerischen Disentis / Mustér, überzeugt. Absenzen belasten die verbleibenden Teammitglieder.

Um diesem Anspruch gerecht zu werden, hat Diego Deplazes Visana als externen Partner für ein BGM herangezogen. Umgesetzt wurden drei Massnahmen: systematische Rückkehrgespräche, regelmässiger Kontakt während Absenzen sowie ausführliche Krankheitszeugnisse.

Offenheit und Transparenz bei der Einführung eines BGM lohnen sich. Interesse und Verständnis zeigen hilft gegen beruflichen Stress und motiviert. visana.ch



Lobos 3.X Spitex Lösungen



Reibungsloses Zusammenspiel mit anderen Bausteinen von Lobos 3.X.

Die SpiteX ist neben den Hausärzten die wichtigste Akteurin beim Erbringen ambulanter Dienstleistungen und fungiert als Drehscheibe der integrierten Versorgung. Das SpiteX-Modul von Lobos 3.X bietet sowohl reinen SpiteX-Organisationen als auch diversifizierenden Heimen eine umfassende Administration, neu mit Dienst- und Einsatzplanung. Mit vielen praktischen Funktionalitäten er-

leichtert Ihnen Lobos 3.X den SpiteX-Betrieb im Alltag. Die SpiteX-Administration kann hervorragend mit anderen Lobos 3.X-Modulen ergänzt werden.



LOBOS Informatik AG
Auenstrasse 4, 8600 Dübendorf
Tel. +41 44 825 77 77

Im Alter zu Hause leben

Der Trend ist unübersehbar, einerseits steigt unsere Lebenserwartung, andererseits liegt uns viel daran, so lange wie möglich in den eigenen vier Wänden zu wohnen.

Und das ist meistens auch sehr gut möglich, denn eine Vielzahl von Spitex-Organisationen unterstützt ältere Menschen und es gibt ein umfassendes Angebot an Hilfsmitteln.



Es stellen sich viele neue Fragen: wird ein Pflegebett, eine spezielle Matratze oder andere Hilfsmittel

benötigt? Was macht mehr Sinn: mieten oder kaufen? Welche Kosten kommen auf mich zu, und was übernimmt die Krankenkasse oder ein anderer Kostenträger?

Die heimelig betten AG verfügt über dreissig Jahre Erfahrung in der Vermietung und dem Verkauf von Pflegebetten, Matratzen und weiteren Hilfsmitteln. Was für Patienten und Angehörige oft über Nacht



zu einem grossen Problem werden kann, die Verfügbarkeit von Spezialbetten und Zubehör, das Erledigen von Formalitäten und die Klärung ganz neuer Fragen, sind für das heimelig-Team tägliche Routine. Die heimelig betten AG unterstützt Kunden in der ganzen Deutschschweiz.

Anzeige



SmartLife
Care

Zeit für Selbstbestimmung

Möglichst lange in den eigenen vier Wänden leben und sich dabei frei und sicher fühlen. Unsere stilvollen, dezenten Notrufuhren schenken Ihnen wertvolle Zeit, das Leben selbstbestimmter zu geniessen – und dabei jede Sekunde zu wissen, dass Sie im Notfall auf schnelle Hilfe vertrauen können.



Wir beraten Sie gerne:
Hotline 0848 65 65 65 (täglich von 6.30 bis 20.00 Uhr).
www.smartlife-care.ch

SmartLife Care AG ist ein gemeinsames Unternehmen von:



5 Fragen an Daniel Koch

«Der Beitrag der Spitex an die Bewältigung der Krise war riesengross»



Daniel Koch. Bild: BAG

Der 65-jährige Experte für übertragbare Krankheiten und «Mister Corona» Daniel Koch erzählt, wie es ihm nach der Zeit im Rampenlicht ergeht, welche Macke er hat – und wieso er sich bei einer ganz bestimmten Mitarbeiterin der Spitex besonders bedanken möchte.

Spitex Magazin: Herr Koch, Sie waren in den vergangenen Monaten gewissermassen das Gesicht der Corona-Krise in der Schweiz, standen Sie doch fast täglich für das Bundesamt für Gesundheit (BAG) im Rampenlicht. Ende Mai traten Sie mit einigen Wochen Verspätung in den Ruhestand. Wie haben Sie den Übergang von den wohl turbulentesten Wochen Ihrer Karriere hin zum Leben als Rentner erlebt?

Daniel Koch: Natürlich arbeite ich nun zu Hause und nicht mehr fürs BAG, aber im Allgemeinen hat sich mein Alltag nicht gross verändert: Ich bin immer noch voll und ganz mit dem Beantworten von Anfragen beschäftigt, auch wenn diese sich nun vermehrt um meine Person statt um fachliche Themen drehen. Auch nicht geändert hat sich, dass mich auf der Strasse viele Menschen erkennen, was erst gewöhnungs-

bedürftig war. Mittlerweile kann ich mit dem Rampenlicht aber gut umgehen und es sogar geniessen. Die Medien haben mich stets fair behandelt und die Schweizerinnen und Schweizer sind sogar äusserst nett zu mir und danken mir oft für meine Arbeit. Sie haben mir auch eine Vielzahl schöner Briefe und E-Mails zugesandt, die ich eines Tages hoffentlich alle zu beantworten schaffe. Auch das Thema COVID-19 lässt mich in meiner Rente nicht los. Einerseits beschäftige ich mich mit entsprechenden Beratungsmandaten und werde zu Vorträgen eingeladen. Andererseits ist es mir ein Anliegen, mich über Kanäle wie Social Media weiterhin für das Einhalten der Massnahmen des Bundes einzusetzen. Denn die Schweizer dürfen nicht zu früh glauben, die Krise sei überstanden. Wenn sich die respiratorischen Erkrankungen im Herbst und Winter wieder ausbreiten, wird sich die Situation wieder schwieriger gestalten. Darauf müssen wir uns jetzt vorbereiten, indem wir die Infektionszahlen noch weiter senken. Dass ich trotz Rente so viel zu tun habe, ist nicht schlimm, denn viele meiner ursprünglichen Pläne wurden wegen der Pandemie sowieso gestrichen. Zum Beispiel wollte ich häufiger den Hundesport Canicross betreiben und an internationalen

Wettbewerben teilnehmen, die nun nicht stattfinden. Ich muss aber auch zugeben, dass mein Training unter der vielen Arbeit der vergangenen Monate gelitten hat. Ich wäre definitiv nicht fit genug für Wettbewerbe.

Sie sind als Leiter der BAG-Abteilung Übertragbare Krankheiten im ganzen Land bekannt. Sie haben aber auch schon als Arzt gearbeitet oder fürs IKRK. War eine solche Beschäftigung bereits in jungen Jahren Ihr Ziel – oder von welchem Beruf träumten Sie früher oder tun es vielleicht immer noch?

Das ist eine schwierige Frage, schliesslich ist das schon eine ganze Weile her [lacht]. Ich komme aus einer Ärztesfamilie, entsprechend war es nicht abwegig, dass ich ebenfalls diesen Weg einschlug. Ich habe aber nicht immer vom Arztberuf geträumt, sondern mich relativ kurzfristig am Ende meiner Zeit im Gymnasium entschieden, das Medizinstudium einmal zu versuchen. Ich habe immer gesagt: Schaffe ich es nicht, werde ich eben Lastwagenchauffeur, denn auch dieser Beruf hat mir stets gefallen. Heute will nur noch meinen Ruhestand geniessen und vor allem wieder genügend Zeit für den Hundesport haben. Eine weitere Karriere strebe ich also nicht an, auch wenn ich mich in letzter Zeit als Schriftsteller betätigt habe: Im August wird ein Buch unter dem Titel «Daniel Koch: Stärke in der Krise» erscheinen. Zum Glück musste ich dieses nicht allein schreiben: Mein Co-Autor Ruedi Grüning hat das meiste verfasst, ich habe nur einzelne Kapitel übernommen.

Die Medien und die Bevölkerung haben sich stets auch für «den Mann hinter dem Pandemie-Experten» interessiert. Bitte verraten Sie uns doch eine Macke und ein Talent, welche in der Öffentlichkeit bisher kaum Thema waren.

Leider kann ich nur von einer Macke berichten: Ich kann nicht gut erziehen. Meine Töchter

ter sind zwar sehr gut erzogen – aber nicht dank mir, sondern dank meiner Ex-Frau. Dass ich diese Macke habe, sieht man leider auch an meinen schlecht erzogenen Hunden. Für eine gute Erziehung bin ich wohl einfach nicht konsequent genug. Ein besonderes Talent ist mir trotz viel Grübeleien nicht eingefallen. Ich habe mit 65 Jahren noch einen völlig gesunden Körper, was mich sehr freut, da ich so viel Sport treiben kann. Dies ist aber eher meinem Glück als meinem Talent zuzuschreiben.

Auch ein Prominenter kann ein Fan sein. Welche bekannte Person würden Sie gerne einmal treffen?

Diese Antwort musste ich mir gut überlegen, aber ich entschied mich schliesslich für den Schweizer Psychiater und Abenteurer Bertrand Piccard. Ich habe kürzlich im Fernsehen einen Bericht über ihn geschaut und finde ihn einen faszinierenden Menschen. Natürlich gefällt mir auch, was er alles geleistet hat; aber vor allem halte ich seine Art, seine Lebenseinstellung und seine Sicht auf die Welt für wahnsinnig beeindruckend.

Und weil dies das Spitex Magazin ist: Welche persönlichen Erfahrungen haben Sie mit der Spitex gemacht?

Ich habe von zwei super Erfahrungen zu berichten: Erstens hatte ich selbstverständlich im Rahmen der COVID-19-Pandemie mit der Spitex zu tun. Bundesrat Alain Berset hat mich auf einen Besuch bei der SpiteX Kőniz BE mitgenommen. Ich war vom

grossen Engagement der SpiteX während der Pandemie beeindruckt – und von ihrer grossen Nähe zu all denjenigen Menschen, die es während der Krise besonders zu schützen galt. Mit welchen Herausforderungen die SpiteX in dieser Zeit zu kämpfen hatte und wie sie diese trotz aller Schwierigkeiten meisterte, fand ich bemerkenswert. Die SpiteX leistete und leistet mit Sicherheit einen riesengrossen Beitrag dazu, dass die Schweiz diese Krise zu bewältigen vermag. Die zweite Erfahrung war eine persönliche: An meinem alten Wohnort – ich

bin vor Kurzem umgezogen – hat mich eine SpiteX-Mitarbeiterin erkannt, was ja angesichts meines Aussehens nicht allzu schwer ist [lacht]. Daraufhin hat sie mir zum Dank für meine Arbeit kurzerhand einen Kuchen gebacken und vor meine Tür gestellt: Leider hat sie keine Adresse hinterlegt, weshalb ich mich nie für das wunderbare Geschenk bedanken konnte. Ich hoffe, ich kann diesen Dank nun über das SpiteX Magazin nachholen.

Interview: Kathrin Morf

Zur Person

Daniel Koch ist 1955 geboren und studierte Medizin an der Universität Bern. Daraufhin war er einige Jahre lang als Assistenzarzt tätig. Ab 1988 arbeitete er für das Internationale Komitee des Roten Kreuzes (IKRK), unter anderem als medizinischer Koordinator in Krisengebieten wie in Sierra Leone während des Bürgerkrieges. 1996 ergänzte er seine Ausbildung in den USA mit einem Master in Öffentlicher Gesundheit (MPH). 2002 wechselte er ins Bundesamt für Gesundheit (BAG), ab 2008 leitete er dort die Abteilung Übertragbare Krankheiten – und in dieser Funktion stand er im Rahmen der COVID-19-Pandemie monatelang im Rampenlicht. Ende Mai trat der Berner mit einigen Wochen Verspätung in den Ruhestand. Der 65-Jährige hat zwei erwachsene Töchter und setzt sich für den Tierschutz ein. Zudem hat er zwei Hunde und betreibt in seiner Freizeit leidenschaftlich die Sportart Canicross: einen Geländelauf, bei dem ein Sportler mit einem Hund durch eine flexible Leine verbunden ist. Das Buch «Daniel Koch: Stärke in der Krise» erscheint Ende August im WERD & WEBER VERLAG; es kann vorbestellt werden. www.weberverlag.ch

Anzeige



Wollen auch Sie es wissen?

«Die Klient*innenbefragung der derwort consulting AG kann ich sehr weiterempfehlen. Es ist der praxistauglichste Fragebogen, den ich je gesehen habe. Übersichtlich gestaltet, mit einfachen, klaren, prägnant formulierten Fragen, die hilfreiche und aussagekräftige Ergebnisse liefern.»

Andrea Hornstein,
Geschäftsleiterin SPITEX St. Gallen-Ost



derwort consulting AG
www.derwort-consulting.ch

Wissen muss leben

Kontinuierliche Verbesserung mit der healthy+ KnowledgeBase



Bei allen Spitex-Organisationen liegt zu unzähligen Themen Wissen brach, weil die Informationen schlecht auffindbar, nicht mehr

Suche ermöglicht es, sich mit den vorhandenen Inhalten wie Standards, Richtlinien, Wegleitungen effizient auseinanderzusetzen.

aktuell sind oder zu umfassend geschrieben sind.

Dies muss nicht sein, gibt es heute doch digitale Helfer wie die healthy+ KnowledgeBase.

Mit der KnowledgeBase wird die Behandlungsqualität verbessert und es wird ermöglicht, Wissen zeit- und nutzergerecht sowie ortsunabhängig zur Verfügung zu stellen.

Die strukturierte Erfassung, Ablage und schnelle



Erst die strukturierte Erfassung und die umfassende automatische Indexierung ermöglicht die einfache Suche und somit das Finden von Informationen.

Nutzen Sie die Ressource Wissen optimal, damit Effizienz, Qualität und Sicherheit im Alltag gesteigert wird. Mehr Informationen finden Sie unter: www.healthyplus.ch

Oder reservieren Sie sich direkt eine unverbindliche 30-minütige Demo der healthy+ KnowledgeBase.



www.healthyplus.ch

Anzeige

Zu Hause ist es am schönsten!



Ein wohnliches Pflegebett von Embru macht das möglich. **Kaufen** oder **mieten** – wir sind gerne für Sie da.

Embru-Werke AG
Bettenfachgeschäft
Rapperswilerstrasse 33
CH-8630 Rüti ZH

T +41 55 251 15 15
F +41 55 251 19 49
bfg@embru.ch
www.embru.ch

embru
möbel ein leben lang

Sudoku

a		8		5		7	9	
9	4		3			2	6	5
	1			6	b	8	4	
6				2	4		7	8
	5			8	9		3	4
8	7	4	6	3	1	c	2	
4			1		5			
1		3	d	9		4		7
7	8					3	9	

Lösung per Postkarte oder E-Mail an:

Spitex Magazin, Wettbewerb
Effingerstrasse 33, 3008 Bern
wettbewerb@spitexmagazin.ch

Einsendeschluss: 14. Oktober 2020

Teilnahmeberechtigt sind alle Leserinnen und Leser des Spitex Magazins. Ausgenommen sind Mitarbeitende von Spitex Schweiz und deren Familienangehörige. Die Gewinner werden ausgelost und benachrichtigt. Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Impressum

Herausgeber

Spitex Schweiz, Effingerstrasse 33, 3008 Bern
Telefon +41 31 370 17 59
admin@spitex.ch, www.spitex.ch

Redaktion

Spitex Magazin, Effingerstrasse 33, 3008 Bern
Telefon +41 31 370 17 59
redaktion@spitexmagazin.ch
www.spitexmagazin.ch

ISSN 2296-6994

Erscheinungsweise

6 x jährlich als Printmagazin und als App

Redaktionsschluss/ Insetateschluss

22. September 2020 (Ausgabe 5/2020)

Gesamtauflage 6500 Exemplare

4200 Exemplare Deutsch
1900 Exemplare Französisch
400 Exemplare Italienisch (Beilage)

Abonnemente

Abodienst Spitex Magazin
Industriestrasse 37, 3178 Bödingen
Telefon +41 31 740 97 87, abo@spitexmagazin.ch

Redaktion

Kathrin Morf: Leitung (KM), Flora Guéry (FG),
Madeline Monney (MM), Annemarie Fischer (FI),
Christa Lanzicher (CL), Stefano Motta (SM),
Nicole Hermann (NH)

Mitarbeit an dieser Ausgabe

Patrick Oberholzer (Illustrationen),
Beatrix Bächtold, Francesca Heiniger

Korrektorat

Ilse-Helen Rimoldi

Übersetzungen

Kathrin Morf, Francesca Heiniger. Texte auf den
Seiten 5, 17 und 19 wurden aus dem Französischen
übertragen.

Anzeigen

Stutz Medien AG; Christine Thaddey, Verlagsleiterin
Einsiedlerstrasse 29, 8820 Wädenswil
Telefon +41 44 783 99 11
Mobile +41 79 653 54 83
christine.thaddey@stutz-medien.ch
www.stutz-medien.ch

Visuelle Konzeption/ Layout

Pomcanys Marketing AG, www.pomcanys.ch

Druck

Stutz Medien AG, Wädenswil
www.stutz-medien.ch

gedruckt in der
schweiz

Premiumpartner von Spitex Schweiz

Cosanum, der Spitex-Logistiker für Pflege-
und Hauswirtschaftsprodukte

Neuroth, der Spitex-Partner in den Bereichen
Hörschutz und Akustik

Verwendung der Artikel nur mit Genehmigung
der Redaktion. Für unverlangte Manuskripte
wird jede Haftung abgelehnt.

Gewinnen Sie eine Geschenkkarte der Medbase Apotheken im Wert von CHF 50.–. Einlösbar in einer Medbase Apotheke Ihrer Wahl. Haben Sie Fragen rund um Ihre Gesundheit und Ihr Wohlbefinden? Wir beraten Sie gerne. Die Medbase Apotheken sind Ihre Anlaufstellen für Ihre gesundheitlichen Themen. Sie finden alle Standorte der Medbase Apotheken unter www.medbase-apotheken.ch

Unter den Einsendungen verlosen wir:
**4 x Gutschein im Wert von
je CHF 50.–**



Gesponsert von
Medbase Apotheken

Filmtipp

Drei römische Rentner wollen ins Ausland



Red. Man ist nie zu alt, um sein Leben noch einmal komplett zu ändern. Dies ist die Botschaft des italienischen Films «Cittadini del Mondo», der – nach einer Verschiebung wegen COVID-19 – am 27. August in die Schweizer Kinos gelangt. Das Werk von Regisseur Gianni Di Gregorio erzählt die Geschichte von drei auf unterschiedliche Weise leidgeprüften Römer Rentnern, die sich entschliessen, ihr altes Leben im Quartier aufzugeben und sich im Ausland niederzulassen, wo sich das Trio mehr Möglichkeiten im Alter erhofft. Wo genau dieses Ausland sein soll, ist allerdings nur eine der vielen offenen Fragen, welche es im Verlauf des Films auf tragisch-lustige Art und Weise zu klären gilt.



BECAUSE NUTRITION MATTERS. resource®

RESOURCE® ULTRA

Hochkonzentrierte Trinknahrung mit bester Proteinqualität in 5 Geschmacksrichtungen

RESOURCE® 2.0 (FIBRE)

Energiereiche Trinknahrung mit Nahrungsfasern in 9 Geschmacksrichtungen



JETZT

Gratismuster erhalten

Bestellen Sie unter **0848 000 303** Ihr gratis Resource® Musterpaket mit 8 Trinknahrungen (4x Resource Ultra + 4x Resource 2.0).



Resource® wird von der Grundversicherung für medizinische Indikationen gemäss GESKES Richtlinien rückerstattet.