

Den Kopf in den Sand zu stecken, ist keine Option

Der Fachkräftemangel setzt der Pflegebranche heftig zu. Den Akteuren bleibt nichts anders übrig, als das Beste unter den bestehenden Bedingungen herauszuholen und an einigen Stellschrauben zu drehen.

Von Daniel Beckers & Rebekka Oppermann

Wie man Personal erfolgreich gewinnt und bindet, beschäftigt derzeit nahezu alle Branchen in Deutschland. Für einen Dienstleistungssektor wie die Sozialwirtschaft ist es vielleicht sogar das alles bestimmende Thema, denn ohne Personal kann die Dienstleistung am Menschen schlichtweg nicht erbracht werden. Immer häufiger wird berichtet, dass Plätze in Pflegeheimen stillgelegt werden müssen, weil es an Personal fehlt. Und das, während die Nachfrage gleichzeitig erheblich steigt.

Den Akteuren bleibt keine andere Möglichkeit, als unter den bestehenden Bedingungen das Beste herauszuholen. Doch wie? Nachfolgend die aus unserer Sicht wichtigsten Stellschrauben:

Die öffentliche Wahrnehmung der Pflege und die des Pflegeberufs nachhaltig verbessern: Die Pflege und der Pflegeberuf erhalten in der Öffentlichkeit traditionell leider nicht die Wertschätzung, die sie verdienen. Schließlich bringen Berichte über Pflegeskandale oder immer krassere Pflegegenotstände mehr Klicks und Auflage, als solche über engagierte Mitarbeiter:innen, innovative Pflegekonzepte oder eine qualitativ hochwertige Versorgung. Zudem liegt eine der zentralen Herausforderungen für Unternehmen darin, dass sie das öffentliche Bild nicht allein verändern können, sondern dies eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe ist.

Was Unternehmen beitragen können, sind immer wieder positive Botschaften und Berichte

sowie innovative Ideen, die die Pflege in ein anderes Licht rücken. Ein gutes Beispiel hierfür ist die Verleihung des Pflegeherz im Kreis Heinsberg. Hier zeichneten die „Starken Partner“, ein Verbund der katholisch-caritativen Einrichtungen der stationären Altenhilfe und der ambulanten Pflege in der Region Heinsberg, bis zum Beginn der Coronakrise jedes Jahr Menschen aus, die sich professionell oder ehrenamtlich besonders im Bereich der Pflege verdient gemacht haben. Das Besondere dabei: Die Kandidat:innen wurden von der Öffentlichkeit vorgeschlagen. Über solche Aktionen hinaus gilt es für die Pflege auch noch stärker zu widersprechen, wenn negativ bzw. ungerecht über die Pflege berichtet wird.

(Junge) Menschen für den Pflegeberuf begeistern und Zugangsmöglichkeiten schaffen: Erste wichtige Voraussetzung, um wieder mehr (junge) Menschen für den Pflegeberuf zu begeistern, ist die im vorherigen Punkt beschriebene, positive öffentliche Wahrnehmung und Anerkennung. Denn: Wer möchte schon in einem Beruf arbeiten, den „jeder kann“ oder für den es nur Applaus von Balkonen gibt, wenn eine Pandemie uns vor Augen führt, wie relevant eigentlich Pflegekräfte, oder auch LKW-Fahrer:innen und Supermarktkassierer:innen, für das Funktionieren unseres Gesellschaftssystems sind. Wir müssen jungen Menschen deutlich machen, wie viel Sinnhaftigkeit, Relevanz und persönliche Entwicklungsmöglichkeiten im Pflegeberuf vorhanden sind. Auch wenn sich hier nach wie vor Ausbaupotenziale verbergen.

Wer es als Arbeitgeber schafft, Mitarbeitende nicht nur zu beeindrucken, sondern



Was Unternehmen zu einem anderen Berufsbild beitragen können, sind positive Botschaften sowie innovative Ideen, die die Pflege in ein anderes Licht rücken.

Foto: Adobe Stock/Karin & Uwe Annas

von sich, seiner Branche und seiner Mission zu begeistern, kann sich langfristig eine gute Position auf dem Arbeitsmarkt sichern. Als Investition in die Zukunft gilt es also, Menschen

Wer Menschen von sich und seiner Mission überzeugt, kann Arbeitskräfte gewinnen und langfristig an sich binden.

die Pflege als überzeugenden und verlässlichen Partner für das Berufsleben näher zu bringen. Hierzu müssen in einem ersten Schritt die Zugangsmöglichkeiten verbessert werden, so dass junge Menschen überhaupt

den Weg in die Pflege finden. Brachte beispielsweise der Zivildienst Jahrzehnte lang Menschen dem Pflegeberuf nahe, die diesen sonst vielleicht nie für sich entdeckt hätten, kann sein Nachfolger, der Bundesfreiwilligendienst, diesen in seiner Wirkung leider nicht ersetzen. Hier bedarf es neuer, innovativer Ideen.

Weitere wichtige Grundvoraussetzungen sind eine attraktive Vergütung und angemessene Entwicklungsmöglichkeiten.

Die Arbeitgeberattraktivität steigern: Auch innerhalb der aktuellen Rahmenbedingungen ist es möglich, die Erfolgchancen des eigenen Unternehmens am Arbeitsmarkt signifikant zu verbessern. Hierbei reichen Einzelmaßnahmen allerdings nicht mehr aus. Wer seine Arbeitgeberattraktivität nachhaltig steigern will, muss sich den Herausforderungen mittels eines strategischen und umfassenden Ansatzes stellen.

Die Basis bildet dabei der Aufbau einer Employer Brand (Arbeitgebermarke). Diese muss für jedes Unternehmen individuell entwickelt werden, da sie nur dann nachhaltig wirksam sein kann, wenn sie authentisch ist. Dabei muss sie im Einklang mit der Unternehmensmarke, Personalstrategie sowie Unternehmenskultur stehen. Im Entwicklungsprozess sollten Arbeitgeber herausfinden, was Sie als Arbeitgeber ausmacht und Sie positiv von Ihren Konkurrenten abhebt, um daraus passende Maßnahmen und Benefits für die Gewinnung und Bindung der Mitarbeitenden abzuleiten.

Was in diesem Prozess oft vergessen wird, ist, dass eine Arbeitgebermarke nicht nur von gut formulierten Botschaften und ansprechenden Bildern lebt. Sie kann nur dann erfolgreich sein, wenn Bewerber:innen, neue Mitarbeiter:innen sowie Bestandsmitarbeiter:innen die versprochenen Wer-

te und Mehrwerte sowie das positive Image auch vom ersten Kontakt an konsequent in der Organisation erleben können. Hierzu ist es erforderlich, auch die zugehörigen Prozesse des Personalmanagements auf den Prüfstand zu stellen, weiterzuentwickeln und auf die Ausrichtung der neu entwickelten Arbeitgebermarke hin anzupassen. Um die zu bearbeitenden Prozesse zu identifizieren, sollten zunächst alle Prozesse, vom Bekanntwerden des Personalbedarfs bis hin zum Ausscheiden von Mitarbeitenden, erfasst und anschließend bewertet werden. Ein beispielhafter, sehr elementarer Prozess ist das Onboarding. Hier muss es Unternehmen schnell und effizient gelingen, neue Mitarbeitende nicht nur fachlich, sondern insbesondere auch menschlich, also sozial zu integrieren.

Trotz schwieriger Rahmenbedingungen bleiben Unternehmen noch diverse Spielräume, um sich effektiver gegen die wachsende Konkurrenz des Arbeitsmarktes durchzusetzen. Strategisch, ganzheitlich und dennoch individuell heißt hier die Devise. Wer Menschen von sich und seiner Mission überzeugt, kann Arbeitskräfte gewinnen und langfristig an sich binden. Klar ist aber auch, dass es aktuell zahlreiche Einschränkungen und Herausforderungen gibt, die die Unternehmen nicht allein lösen können, sondern die gesamtgesellschaftlich angegangen werden müssen.

Der Autor ist Geschäftsbereichsleiter HR und die Autorin Fachberaterin bei der Rosenbaum Nagy Unternehmensberatung in Köln. Info: rosenbaum-nagy.de

Hygienesicherheit steht im Fokus

Schneidereit Professional bietet ein schlüssiges Gesamtpaket für hygienisches Waschen

Überall im Sozial- und Gesundheitswesen, wo vulnerable Personen besonderen Schutz brauchen, ist Hygienesicherheit ein wichtiges Thema. Das betrifft neben Reinigung vor allem auch das desinfizierende Waschen. Bei der Wäschehygiene ist auf klinisch saubere, hundertprozentige Desinfektion zu achten.

Hundertprozentige Hygiene kann allerdings nur bei gleichbleibenden Parametern sichergestellt werden. Und genau darauf ist die Waschtechnik von Schneidereit Professional ausgerichtet, teilt das Unternehmen mit.

Bereits die kleinsten Maschinen der Produktlinie cleanic, die speziell für Einrichtungen im Sozial- und Gesundheitswesen entwickelt wurden, seien desinfektionsfähig.

Um die Desinfektionswirkung sicherzustellen, wird die Waschtechnik turnusmäßig überprüft, werden Prozesse optimal aufeinander abgestimmt, Waschzyklen genau dokumentiert. Dazu gehören zum Beispiel ein Bioindikatortest, die Prüfung der Temperaturhaltekurve und die Einhaltung der vorgegebenen Chemiekonzentration. Jeder Desinfekti-

onsprozess mit wasch- und desinfektionsrelevanten Prozessparametern wird lückenlos dokumentiert und ist damit wichtige Dokumentationsgrundlage für das Gesundheitsamt und Hygienebeauftragte. Die Daten können der Hygienekommission per USB-Stick oder App vorgelegt werden.

Damit werden auch die Richtlinien des RKI zur Desinfektion erfüllt.

Die Waschtechnik von Schneidereit Professional bietet dem Sozial- und Gesundheitswesen nach eigenen Angaben ein ganzheitliches System für ei-

ne sichere Wasch- und Trockentechnik, die aus vier Bausteinen besteht: Hygienesicherheit, einfacher Bedienung, fundierter Schulungen im Rahmen des Akademie-Programms und einen Rundum-Sorglos-Service. Das Full-Service-Mietmodell beinhaltet Planung, Lieferung, Installation und Konfiguration der passenden Maschinen und die Anpassung des Waschprozesses an die spezifischen Anforderungen, heißt es in der Pressemitteilung.

schneidereit.com

Neuartige Desinfektion

Nachhaltiges Hygienesystem spart Zeit und Kosten

„Uns begeistert das Handling, da PurityNow die Arbeit in Pflege und Hauswirtschaft wesentlich vereinfacht. Wir sparen Zeit und reduzieren drastisch Plastikmüll, chemische Reinigungs-/Desinfektionsmittel und Wasser. Ich würde sagen, es hat sich gelohnt,“ so Gerhard Geiger, Leiter der Pflegeeinrichtung Haus zum Fels bei Heilbronn, in der Pressemitteilung.

PurityNow von Terranow habe sich bereits in vielen Branchen bewährt. Auf Basis von Licht, Luft, Wasser und Salzen, nutze es dieselbe selbstdesinfizierende Wirkung wie

die Erdatmosphäre. So zersetze es Mikroben wie Viren, Bakterien, Schimmelpilzsporen und chemische Verbindungen wie VOCs, teilt der Hersteller mit. Dies wurde in EN-Tests namhafter Institute bestätigt.

Durch die CleanCoat-Beschichtung entstanden selbstdesinfizierende Oberflächen mit bis zu 365 Tagen Langzeitwirkung. Zusammen mit dem ECA Wasser für die tägliche Reinigung bilde es ein nachhaltiges Hygienesystem, heißt es.

raumklimaderzukunft.de