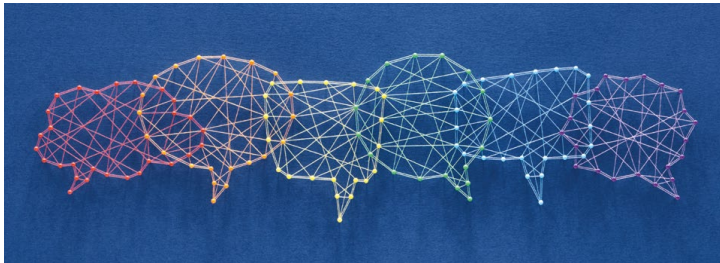


NACHRICHTEN

Kommunikation in der Krise

In der Krise richtig kommunizieren mit externer Hilfe



Kommunikation in einer Krisensituation ist nach außen und innen eine hochsensible Angelegenheit. Foto: AdobeStock/pogonici

Gerade in der Corona-Krise müssen Führungskräfte in der Altenpflege häufig schlechte Nachrichten überbringen. Dann sind Sensibilität und Empathie gefragt. Die richtige Kommunikation kann man lernen – und frühzeitiges Handeln.

Von Anna Kiefer

Kroge // Besuchseinschränkungen, wechselnde Regelungen in den Bundesländern oder Corona-Fälle im eigenen Haus. In der Krise sind es vor allem schlechte Nachrichten, die Führungskräfte überbringen müssen. Was können Einrichtungsleitungen tun, um bei all den Emotionen angesichts höherer Gewalt für eine gute Kommunikation zu sorgen? Im St. Anna-Stift in Kroge ist Gila Thieleke, Diplom-Politologin mit Schwerpunkt Psychologie, für die Krisenkommunikation zuständig. In Zusammenarbeit mit der Hamburger care&creation GmbH entwickelte sie ein Kommunikationspaket, das Pflegeeinrichtungen mit Videos, E-Books und Briefvorlagen während der Corona-Krise unterstützt. Auf der Berliner Pflegekonferenz wurde das Paket mit dem Marie Simon Sonderpreis ausgezeichnet.

„In Krisenzeiten ist viel Sensibilität gefragt“, erklärt Thieleke. „Vor allem eines ist von unfassbarem Wert: Empathie. Das klingt so einfach. Und viele Menschen glauben sicherlich, dass sie sich in die Situation eines anderen hineinversetzen können. Oftmals hakt es hier jedoch. In einer Krise sind Menschen aufgrund ihrer Emotionen und Benommenheit zum

Großteil nicht in der Lage, die Perspektive zu wechseln. Sie betrachten vieles aus ihrer Brille und kommunizieren dann aus einer anfänglichen Ohnmacht und „Opferrolle“ heraus an den Bedürfnissen des Gegenübers vorbei. Das ist zwar sehr menschlich, jedoch selten konstruktiv.“

Auch die Kommunikation nach außen sei dabei hochsensibel. „Wenn wir in einer Pressemitteilung nur ein einziges ungünstiges Wort verwenden, kann die Nachricht in einen falschen Kontext rücken und zu einem kleinen Skandal innerhalb der Krise werden. Das gilt es zu vermeiden.“ Damit Angehörige nicht erst aus Zeitung oder Nachrichten erfahren, wie die aktuelle Situation im St. Anna-Stift aussieht, habe sie sich zunächst ein Wettrennen mit der Presse geliefert. „Immer dann, wenn durch den Landrat Informationen an die Journalisten gegeben wurden, habe ich die Briefe für die Bewohner und Angehörigen zuvor angefertigt. Zusätzlich kommen Presseanfragen. Dabei spielt das „Wie“ eine große Rolle. Ehrlich, unaufgeregt, einfühlsam und transparent. Im zweiten Schritt habe ich Gesundheitsamt, Landrat und Presse sensibilisiert, ob es wirklich notwendig ist, wie bei einem „Presse Live Ticker“ die Bevölkerung über jede gesundheitli-

che Veränderung der Bewohnerinnen und Bewohner im St. Anna-Stift auf dem Laufenden zu halten. Von hier an wurde es allmählich „ruhiger“, wir haben Nachrichten gebündelt und alle Beteiligten ungefähr im ein- bis zweiwöchentlichen Rhythmus wohl dosiert informiert, um nicht unnötige Unruhe zu schaffen.“

Das ehemalige Kloster St. Anna-Stift in Kroge (Landkreis Vechta/Niedersachsen) ist eine stationäre Einrichtung der Zerhusen und Blömer GmbH. Dort leben 50 Ordensschwester und 31 weltliche Bewohner. Ul-

rich Zerhusen, geschäftsführender Gesellschafter von Zerhusen und Blömer, plädiert gerade in der Krise für eine Aufgabenteilung, damit Einrichtungsleitungen sich auf ihre eigentlichen Aufgaben konzentrieren können. „Als ich Zerhusen & Blömer 2011 übernahm, habe ich mich gefragt: Warum läuft das eigentlich komplett anders als alles, was ich im internationalen Management gelernt habe? Themen wie Führung und Kommunikation schienen zweitrangig. Natürlich steht auch für mich der Mensch im Mittelpunkt. Ich möchte Pflegebedürftigen ein liebevolles und professionelles Dach schenken“, so der Betriebswirt. „Einige Einrichtungen sind in meinen Augen komplett überlastet, da die Leitung oder Geschäftsführung selbst viele Stunden in der Pflege aktiv ist. Das ist einerseits sehr ehrbar. Andererseits ist man mit der Führung eines Unternehmens bereits voll ausgelastet. Zusätzlich kommuniziert unsere Branche zum Teil unzureichend und veraltet, da die nötige Zeit fehlt.“

Diese Beobachtungen seien für ihn der Anlass gewesen, gemeinsam mit Anna Carina Thygs die care & creation GmbH zu gründen, eine Werbeagentur, die Pflegeeinrichtungen im Marketing unterstützen soll und sich mit Gila Thieleke in der Corona-Situation Hilfe von außen zu holen. „Sie hat die Briefe geschrieben, die passenden Worte gefunden, angepasst an die entsprechende Ziel-

gruppe. In meinem Namen wurden die Briefe dann verteilt“, so Zerhusen. Dass auch erfahrene Führungskräfte zunächst vor allem reagieren, statt zu agieren, ist laut Thieleke normal, wenn man von einer unvorhergesehenen Krise förmlich überrollt wird. „Es gilt dann, sich freizuschwimmen, zu sortieren, Aufgaben umzuverteilen“, so die Expertin. „Das Gefühl, wieder ein Stück ‚Kontrolle‘ zurückzuerlangen, ist in der Krise unfassbar wichtig.“

Thieleke zufolge gibt es Grundmechanismen, die bei vielen Krisen ähnlich sind, mentale Phasen von Schock, Widerstand über einen depressiven Zustand bis hin zur Öffnung und Akzeptanz. Und doch: „Es macht einen Unterschied, ob ich einem Menschen über einen Verlust hinweghelfe, ein Unternehmen in der Kommunikation von wichtigen Veränderungsprozessen oder Entlassungen berate oder eine Pflegeeinrichtung während Corona betreue“, befindet Thieleke. „Corona ist durchaus besonders: Viele Menschen erleben so eine Situation zum ersten Mal: Die ganze Welt ‚sitzt zu Hause‘.“


„Für Pflegeeinrichtungen gilt es in dieser Zeit den schwierigen Spagat zu schaffen zwischen Einschränkungen und notwendigen Maßnahmen zum Schutze aller einerseits und der Freiheit des Einzelnen andererseits. Das erfordert viel Fingerspitzengefühl, auch in der Kommunikation.“

Altenheim
Lösungen fürs Management

Die nationale Corona-Teststrategie

Wie ist die aktuelle Coronavirus-Testverordnung in den Pflegeeinrichtungen umzusetzen? Wer ist von wem zu testen? Stehen Tests zur Wahl oder sind sie Pflicht? Wie ist ein Testkonzept zu entwickeln? Professor Ronald Richter, der Junst mit dem speziellen Blick auf die Altenhilfe, unterstützt hier das Management in Pflegeeinrichtungen. Er erläutert

die rechtlichen Zusammenhänge für eine hausinterne Teststrategie und zeigt, wie konkrete Lösungen in die Praxis umzusetzen sind. So vermittelt er mit diesem Ratgeber Sicherheit und stellt beispielhaft ambulante, teil- und vollstationäre Testkonzepte vor. Mit Checklisten und Musterschreiben.



Ronald Richter
Die nationale Corona-Teststrategie
So sind Sie rechtssicher in der Pflege
2021, 34,90 €, Best.-Nr. 21668

Vincenz Network
T +49 511 9910-033
F +49 511 9910-029
bucher@vincenz.net
www.altenheim.net/shop

Jetzt bestellen!
www.altenheim.net/shop



VINCENZ