

Peter Wawrik, Lukas Wawrik, Karla Kämmer

...noch mehr Best Practice in der (Senioren-)Tagespflege

Weitere 50 strategische und inhaltliche Ideen und Vorschläge für Führungskräfte aus der Praxis für die Praxis in der (Senioren-)Tagespflege

Mit den Schwerpunkten „Belegungsmanagement“ und „Tagespflege im Quartier“

Peter Wawrik, Lukas Wawrik, Karla Kämmer

... noch mehr Best Practice in der (Senioren-)Tagespflege

Weitere 50 strategische und inhaltliche Ideen und Vorschläge für Führungskräfte aus der Praxis für die Praxis in der (Senioren-)Tagespflege

Mit den Schwerpunkten „Belegungsmanagement“ und „Tagespflege im Quartier“

Sämtliche Angaben und Darstellungen in diesem Buch entsprechen dem aktuellen Stand des Wissens und sind bestmöglich aufgearbeitet. Der Verlag und die Autoren können trotzdem keine Haftung für Schäden übernehmen, die im Zusammenhang mit Inhalten dieses Buches entstehen.

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwendung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Eine Weitergabe der digitalen Arbeitshilfen zu diesem Buch an Dritte ist unzulässig. Die Wiedergabe von Warenbezeichnungen, Handelsnamen und sonstigen Kennzeichen in diesem Buch berechtigt nicht zu der Annahme, dass diese von jedermann frei benutzt werden dürfen. Vielmehr kann es sich auch dann um eingetragene Warenzeichen oder sonstige geschützte Kennzeichen handeln, wenn sie nicht eigens als solche gekennzeichnet sind.

Alle Rechte vorbehalten.

© Wawrik Pflege Consulting, Bad Sassendorf, 2021.

Print: ISBN 978-3-347-46134-5

E-Book-Formate:	pdf:	ISBN	978-3-347-46141-3
	epub:	ISBN	978-3-347-46141-3
	mobi:	ISBN	978-3-347-46141-3

Besuchen Sie uns im Internet: www.wawrik-pflege-consulting.de
www.kaemmer-beratung.de

Verlag & Druck & Distribution: tredition GmbH, Halenreihe 40-44, 22359 Hamburg
Foto Titelseite: Adobe Stock / deagreez

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	3
Vorwort	6
1 Eine gute Belegung in der Tagespflege	8
1.1 Marketing für Tagespflegen	10
1.2 Akquise für Tagespflegen	19
1.3 Aktive Beratung bei Ihren Gästen und ambulanten Patienten	21
2 Außendarstellung und Alleinstellungsmerkmale	24
2.1 Die Vorteile einer kleinen Tagespflege kommunizieren	24
2.2 Facebook und soziale Medien	26
2.3 Die Rückseite des Schnuppergutscheins	27
2.4 Schnuppergutschein mit Gedicht	28
2.5 Weitere Slogans als Ideen	30
2.6 Den Eingang stimmungsvoll gestalten	33
2.7 Im Eingangsbereich Gästesprüche aushängen	34
2.8 Zur Begrüßung ein Spruch zum Tag	35
2.9 Tagespflege in 3 Minuten präsentieren	36
2.10 Aktive Beratung mit Schlüsselworten	38
2.11 Tagespflege mit segregativer Betreuung	40
2.12 Tagespflege in zwei Schichten	41
2.13 Tagespflege für jüngere Pflegebedürftige	43
3 Gäste und Aktivitäten	44
3.1 Rollator-Parcours	46
3.2 Tiere in der Tagespflege	48

3.3 Märchen – ein Thema für Generationen	50
3.4 Lebensqualität und Beweglichkeit verbessern	52
3.5 Talente der Gäste nutzen	54
3.6 Blumenkasten-Paten	55
3.7 Basketball, Fußball und mehr	56
3.8 Aktivitätenboard	58
3.9 Therapiepuppen in Tagespflegen	60
3.10 Ein (therapeutisches) Hochbeet	62
3.11 Ein (therapeutischer) Zaubertisch	64
3.12 Fahrradtouren und Gesundheitsförderung	66
3.13 Laptop, Tablet, Smartphone, Drohne	69
4 Mitarbeiter*innen	72
4.1 Den Prozess „Übergabe“ verbessern	72
4.2 Digitalisierung in der Tagespflege	75
4.3 Mitarbeiter*innen von Ideen überzeugen	79
4.4 Die Geschäftsführung von Ideen überzeugen	83
4.5 Die Tagespflege als TOP-Ausbildungsbetrieb	86
5 Tagespflege im Quartier	90
5.1 Das neue Wohnen und Leben im Alter	90
5.2 Als Tagespflege das Quartier mitgestalten	91
5.3 Exkurs: Was bedeutet „Quartier“ und wozu ist es nützlich?	92
5.4 Tagespflege im Quartier vernetzen	108
5.5 Aufsuchende Beratung und Nachbarschaftshilfe	110
5.6 Blühwiese – ein Nachhaltigkeitsprojekt	111
5.7 Tagespflege-Aktion zum Muttertag	114
5.8 Leckerer regionales Essen für die Tagespflege	116
5.9 Trainingsparcours für Rollatoren	117

5.10 Adventsbasteln für das Quartier	119
5.11 Generationen verbinden	120
5.12 Nachhaltigkeit in der Tagespflege	121
5.13 Café Zeitlos und Tagespflege	124
5.14 Herbstzauber am Straßenrand	126
5.15 Tagespflege als Notfall-Ort bei Katastrophen	127
6 Zum Abschluss	130
6.1 Eine jährliche Standortbestimmung	131
6.2 Suchen Sie sich Netzwerkpartner	139
6.3 Mehr Differenzierung ist in Zukunft wichtig	140
6.4 Gehen Sie mutig in die Zukunft	142
Anlagen	143
Anlage I Arbeitshilfen im Downloadbereich	143
Anhang II Literatur-/Quellenverzeichnis	144
Anhang III Best-Practice Übersicht	145
Die Autoren	147

Vorwort

... noch mehr Best Practice Ideen für die Tagespflege?

Nach der Veröffentlichung unseres ersten Buches „Best Practice für die (Senioren-)Tagespflege“ haben wir viel Zustimmung erhalten und positive Rückmeldungen, dass die vorgestellten Ideen und Praxisbeispiele auch in anderen Tagespflegen übertragen wurden.

Das hat uns sehr gefreut. So haben wir uns das auch gewünscht.

Wir haben in den letzten Monaten, auch in der Corona-Zeit mit seinen besonderen Belastungen neue Ideen entwickelt oder erhalten, die den Alltag der Mitarbeiter*innen, aber auch den Tag für die Gäste, erleichtern oder verbessern können und die wir in diesem zweiten Band nun aufgreifen.

Wir sehen für die nächste Zeit drei besondere Herausforderungen für Tagespflegen:

- Den Tagespflege-Gästen und ihren Angehörigen nach den Corona-Lock-Down-Zeiten und Beeinträchtigungen wieder Mut zu machen, die Tagespflege als sichere, sinnvolle Alltagsergänzung für Pflegebedürftige zu sehen.
- Die eigene Tagespflege in einer Zeit von zunehmendem Wettbewerb besser in der Beratung, in der Akquise und im Marketing darzustellen, um die Belegung zu steigern.
- Die Tagespflege im Quartier, im Stadtviertel und im Gemeinwesen gut zu vernetzen und zu verankern.

Neben vielen kreativen Best-Practice-Ideen werden in diesem zweiten Buch weitere Impulse gesetzt und diese Fragen beantwortet:

- Wie kann die Alltagsunterstützung für die Gäste noch differenzierter, kreativer und vielleicht auch humorvoller gestaltet werden?
- Wie können Angehörige oder das Quartier mit in die Arbeit der Tagespflege einbezogen werden?
- Wie kann man (auch nach Covid-19) und bei zunehmendem Wettbewerb neue Gäste gewinnen?

- Welche zusätzlichen oder vielleicht auch ausgefallenen Aktivitäten können wir unseren Gästen anbieten?



Auch mit dieser neuen Sammlung der Best-Practice-Ideen für Tagespflegen möchten wir Ihnen wieder Mut machen: Trauen Sie sich bestehende, neue und eigene Ideen auszuprobieren und weiterzuentwickeln. Befragen Sie Ihre Mitarbeiter*innen und Gäste regelmäßig nach Ideen oder Wünschen, die umgesetzt werden könnten. Ihre Mitarbeiter*innen und Gäste haben mit Sicherheit interessante Hobbys und versteckte Fähigkeiten. Vielleicht spielt ein Mitarbeiter Saxofon oder ein Gast war ein ehemaliger Gärtner?

Zwei Anmerkungen noch vorab:

1. Je nach Bundesland wird von der Tagespflege oder Senioren-Tagespflege gesprochen. Wir sprechen im Buch immer von der Tagespflege, meinen aber das gleiche.
2. Das Buch hat mehrere Kapitel mit vielen Best-Practice-Ideen. Welches Kapitel Sie zuerst lesen, bleibt Ihnen überlassen. Sehen Sie das Buch als Arbeitshilfe, das Sie immer wieder zur Hand nehmen können.

Wir danken allen Tagespflege-Leitungskräften für ihre Best-Practice-Ideen und Lisa Bosbach (www.lisabosbach.de) für ihre Illustrationen.

Wir hoffen, dass Ihnen dieses Praxishandbuch im Berufsalltag eine Hilfe darstellt. Senden Sie uns gerne weiterhin Ihre Ideen/ Umsetzung (im besten Fall mit einem Foto) an info@wawrik-pflege-consulting.de.

Auch für dieses Buch gilt: Nachmachen ist nicht nur erlaubt, sondern ausdrücklich erwünscht.

Bad Sassendorf, Essen im November 2021

Peter Wawrik, Lukas Wawrik, Karla Kämmer

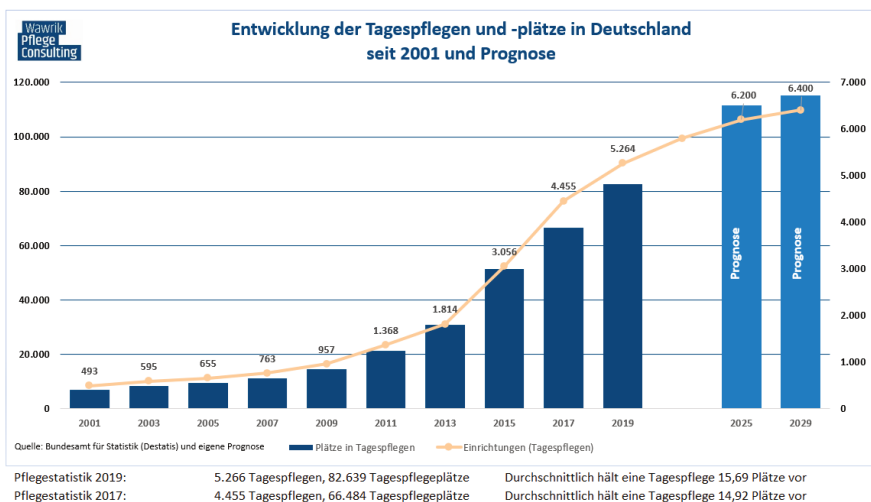
1 Eine gute Belegung in der Tagespflege

Eine Tagespflege ist trotz verbesserter Rahmenbedingungen durch die letzten Pflegestärkungsgesetze kein Selbstläufer. Es gibt Chancen aufgrund der demographischen Entwicklung der Bevölkerung, aber auch hohe Risiken z.B. durch kurzfristige Absagen (z.T. bis zu 30 % der Gäste pro Tag), die eine hohe wirtschaftliche Belastung darstellen können.

In den vergangenen Jahren nahmen daher in unserer Unternehmensberatung die Anfragen nach Beratung zur Belegungssteigerung, zu differenzierten Konzepten, zur wirtschaftlichen Verbesserung und nach Pflegesatzverhandlungen zu.

Warum ist in Zukunft gute Beratung, Akquise und Marketing auch für bisher gut belegte Tagespflegen wichtig und warum beginnen wir dieses Best-Practice-Buch II mit diesem Themenschwerpunkt?

Folgende Grafik stellt eine Übersicht dar, wie sich die Tagespflegen in Deutschland seit 2001 entwickelt haben (mit einer Prognose bis 2029):



Daraus leiten wir vier Thesen ab:

1. In Zukunft konkurrieren Tagespflegen mehr als in der Vergangenheit.
2. Weiterhin werden zukünftig Tagespflegen, die eine hohe Auslastung hatten, ebenfalls aktiv um Gäste werben müssen.
3. Die Tagespflege bewirbt sich beim „Bewerber“, nicht mehr andersrum.
4. (Zielgruppengerechte) Ansprache und Kommunikation wird in zweierlei Weise wichtiger: a) bei der Führung eines Teams (Lebensphasenorientierte Personalpolitik / 4 Generationen in der Tagespflege) b) bei der Akquise und Beratung von Tagespflegegästen.

Sie sollten deshalb die Beratung bestehender und die Akquise neuer Tagespflegegäste und Ihr Marketing mit entsprechenden Arbeitshilfen ganz oben auf Ihre Agenda setzen, damit Ihre Tagespflege weiter erfolgreich ist und gut angenommen wird.



Und wenn es Ihnen nun so geht:

„Auch das noch? Ich habe doch schon im Alltag viel zu tun.“

Keine Sorge: Sie sind nicht allein!

Sie können sich dabei von Ihrer Öffentlichkeitsabteilung (sofern vorhanden), kreativen Mitarbeitern (Jung oder Alt), diesem Best-Practice-Buch oder Dritten helfen lassen.

Wir beschreiben im Folgenden nun die einzelnen Themen genauer und stellen Ihnen die ersten Best-Practice-Beispiele und Empfehlungen vor:

1.1 Marketing für Tagespflegen

Womit wirbt eine Tagespflege eigentlich?

Ruf	Image	Klassische Werbemittel	(soziale) Medien	Sonstiges
Gästezufriedenheit	Erscheinungsbild (Fremdbild kann vom Eigenbild abweichen)	KFZ (Der! Werbeträger)	Homepage	Aktivitäten
Mitarbeiterzufriedenheit	Slogan und Leitbild	Radio, Wochenblatt	Facebook (Instagram, Twitter)	Tag der offenen Tür, Sonderveranstaltungen
Wahrnehmung in der Öffentlichkeit	Corporate Identity (Farben, Logo, Layout)	Flyer, Schnupergutschein	Arbeitgeber Bewertungsportale	Kooperationspartner

Diese Bereiche gehören zum Feld der „Öffentlichkeitsarbeit“ oder dem Marketing.

Vorab: Wenn eine Tagespflege zu einem Trägerverbund von mehreren Einrichtungen gehört, dann ist die Art der Öffentlichkeitsarbeit mit dem gesamten CI (Corporate Identity) und CD (Corporate Design) des Trägers abzustimmen, damit eine Wiedererkennung und die Zugehörigkeit erkennbar werden.

Die einzelnen Marketing-Faktoren stellen wir nun kurz vor:

Der Ruf

Kundenzufriedenheit ergibt sich aus:

- guter Betreuungs- und Pflegequalität, über die z.B. durch die Gäste oder Angehörige berichtet wird.
- Verlässlichkeit, die z.B. ein Arzt in den Absprachen mit der Tagespflegeleitung erlebt.
- guter Kommunikation, die Gäste sollen sich „wie Zuhause“ fühlen.

Mitarbeiterzufriedenheit ergibt sich aus:

- sinnstiftenden Tätigkeiten
- verlässliche Dienstplanung
- überschaubaren Überstunden
- gutem Leistungsverhalten der Vorgesetzten

Wahrnehmung in der Öffentlichkeit ergibt sich aus:

- Erzählungen von der Tagespflege
- Gerüchten über die Tagespflege
- Erfahrungen mit der Tagespflege

Unser Tipp:



Zur Überprüfung und Reflexion des Rufes sind regelmäßige Mitarbeiter- und Tagespflegegästebefragungen sinnvoll (z.B. 1x im Jahr). Weiterhin sollte beachtet werden, wie in der Öffentlichkeit von der Tagespflege gesprochen wird. Entsprechend der Ergebnisse und der Auswertungen sollten Veränderungen bzw. Weiterentwicklungen vorgenommen werden.

Das Image

Eine Tagespflege wirbt mit seinem zu der Zielgruppe passenden und zukunftsfähigen Erscheinungsbild, das mit dem Fremdbild möglichst übereinstimmen sollte.

Dazu sollten auch die Farben und Darstellungen passen.

Was ist damit gemeint?

Wenn wir z.B. in ein Einkaufszentrum oder in eine Wohnung oder ein Büro gehen, entwickelt sich sofort bei uns ein Eindruck und ein Erscheinungsbild von diesem Ort. Dies geschieht nonverbal innerhalb von sehr kurzer Zeit und prägt unseren ersten Eindruck.

Leitfragen zum Fremdbild:

- Was sehen Tagespflegegäste oder deren Angehörige, wenn sie in Ihre Einrichtung kommen? Sehen sie ein altes Gebäude oder eine alte Eingangstür, einen verschmutzten Außenputz, abgestoßene Ecken?
- Sehen sie ein neues Gebäude oder helle Räume, freundliche Farben an den Wänden?
- Werden sie von der Mitarbeiterschaft freundlich begrüßt?
- Riecht es in Ihrer Tagespflege angenehm oder nach abgestandener Luft?
- Wie empfinden Sie oder Dritte die Atmosphäre, die Stimmung?

Machen Sie als Tagespflegeleitung selbst einen Test und versuchen Sie mit „fremden Augen“ in Ihre Einrichtung zu gehen oder nehmen Sie eine Person Ihres Vertrauens mit und besichtigen Sie zusammen die Tagespflege. Halten Sie alle Punkte fest, die Ihnen auffallen und versuchen Sie ggf., diese „Schritt für Schritt“ zu verbessern.

So wie Sie (bei einem solchen Test) nehmen auch Ihre potenziellen Tagespflegegäste und deren Angehörige Ihre Tagespflege wahr.

Fragen Sie auch direkt Ihre Gäste oder Angehörigen oder Mitarbeiter*innen nach deren Wahrnehmungen, da Verbesserungsabsichten i.d.R. positiv ankommen.

Selbstbild:

Wenn Sie schon länger in Ihrer Einrichtung arbeiten, kann sich das Fremdbild von Ihrem Selbstbild weiter entfernen. „Es war doch schon immer so“, „der Boden sieht zwar nicht mehr so gut aus, aber geht doch noch“, „die Wandfarbe hat doch früher auch allen gefallen“, „wir haben nach dem Mittagessen immer alle Gäste zum Ruhen hingelegt“ sind möglicherweise typische Aussagen im Rahmen des Selbstbildes.

So wie Sie selbst und alle Menschen sich im Laufe der Zeit verändern, so sollte auch in der Tagespflege immer wieder darauf geachtet werden, dass Sie Ihr Selbstbild mit dem Fremdbild abgleichen und entsprechende Veränderungen und Weiterentwicklungen durchführen.

Zwei Aspekte sind unseres Erachtens noch wichtig:

a) Die Stimmung in der Tagespflege

Ein Szenario: Eine Tagespflege wird neu gebaut. Modern, im Bad anthrazitfarbene und weiße Fliesen, große Spiegelflächen im Flur. Die Farben finden sich auch im Küchen- und Aufenthaltsbereich wieder. Der Gartenbereich ist pflegeleicht mit weißem Kies und wenigen Zierpflanzen gestaltet. Der Architekt gestaltet die Möbel in Farbakzenten mit Stahlblau, Wiesen grün und Weiß.

Fühlen sich die älteren Tagespflegegäste in dieser Tagespflege wohl?

Ein weiteres Szenario:

Sie richten eine Tagespflege neu ein. Sie achten auf seniorengerechte Möbel, Tische und Stühle. Mitarbeiter bieten Ihnen einen alten schönen Schrank und eine Pendeluhr an. Im Flur soll ein Ohrensessel stehen. Der Garten erhält sowohl Bewegungsflächen als auch Hochbeete für die Rollstuhlfahrer.

Wie wohl werden sich die älteren Tagespflegegäste hier fühlen?

Die Stimmung wird u.a. über die Möblierung, aber auch über Radio/Musik, vielleicht einem kleinen Zimmerspringbrunnen, Gesang, Gelächter, Lebendigkeit in der Tagespflege beeinflusst. Das wird ebenso im Rahmen des Ersteindrucks und Fremdbildes wahrgenommen und dient mit zur Entscheidungshilfe, die Tagespflege aufzusuchen und zu nutzen.

b) Die Farben in der Tagespflege

Eine sterile Tagespflege ist genauso wenig ansprechend wie eine allzu bunte Tagespflege. Daher sollte die Farbgebung in der Tagespflege bewusst geplant werden. Farben aus dem Corporate Design des Trägers

können und sollten auch eingesetzt werden. Nehmen Sie z.B. die Farben aus dem Logo auf.

KFZ

KFZ sind DIE Werbeträger für ambulante Pflegedienste und Tagespflegen. Warum?

Gehen wir von folgender Annahme aus: Die Tagespflege hat einen eigenen Fahrdienst mit zwei KFZ. Morgens und spätnachmittags finden die täglichen Fahrten für die Tagespflegegäste über eine Strecke von je 60 km statt.

Die beiden Tagespflege-KFZ werden (geschätzt) täglich von ca. 200 oder mehr Personen gesehen. D.h. im Monat von mehr als 3.000 Personen (gewisse Überschneidung von gleichen Menschen einmal unterstellt).

Grundsätzlich muss das KFZ zum Image des Trägers passen, auffallen und sollte klare Farben nutzen.



Unser Tipp:



Investieren Sie in ein passendes und ansprechendes Design Ihrer Tagespflege-KFZ. Es ist eine gute und lohnende Investition für eine bessere Belegung Ihrer Einrichtung.

Falls Sie keinen eigenen Fahrdienst vorhalten, fehlt Ihnen diese Marketing-Option. Vielleicht können Sie aber mit dem beauftragten Fahrdienst

vereinbaren, dass er für Sie wirbt und entweder über Magnetfolien oder eine Teilbeschriftung seiner KFZ auf Ihre Tagespflege hinweist.

Homepage, Flyer und soziale Medien

a) Homepage:

In Zeiten des Internets sollte und muss die Tagespflege natürlich auch im Internet zu finden sein. Daher sollte eine aussagekräftige Homepage für die Tagespflege erstellt und entsprechend gepflegt werden. Die Homepage sollte bei Google leicht zu finden, Smartphone und Tablet optimiert sein und eine einfache Navigation haben. Überprüfen Sie dies bitte.

Der Inhalt auf der Homepage sollte ansprechend gestaltet sein, z.B. durch emotional ansprechende Fotos und eher weniger Text.

Unser Tipp:



Die Beschäftigung mit der Homepage und das Vermitteln eines guten Eindrucks scheint zweitrangig zu sein im Vergleich zur täglichen Arbeit. Da aber immer mehr Menschen (auch Senioren) sich im Internet über die vorhandenen Angebote erkundigen, kommen Sie nicht umhin, auch dort Ihre Präsenz gut und positiv darzustellen. Es gibt ja auch andere Tagespflegen, die um Ihre potenziellen Gäste werben!

b) Flyer:

Neben der Homepage werden Sie als Tagespflegeleitung für potenzielle Gäste oder interessierte Senioren und Angehörige schriftliche Unterlagen erstellen. Bevor Sie jedoch sofort bei jeder Anfrage eine Informationsmappe mit Pflegevertrag etc. herausgeben, sollten Sie i.d.R. einen informativen Flyer vorhalten und diesen zunächst anbieten.

Was fällt Ihnen bei dem nachstehenden Flyer auf?

Das Deckblatt des Flyers beschreibt unseres Erachtens neue Wege: Hier wird die Tagespflege, die auf zwei Etagen in einem bestehenden Haus eingerichtet wurde, als „Wohlfühl-Tagespflege“ beschrieben. Das Konzept ist ebenfalls auf dieses Hauptziel ausgerichtet.

Im Vordergrund wird ein Senior und (so sieht es zumindest aus) der Sohn (und keine Betreuungskraft) dargestellt.



Dass die Familie (Vater und Sohn) gemütlich im Vordergrund auf der Bank sitzt (und die Tagespflege im Hintergrund steht), setzt einen anderen Schwerpunkt als auf Flyern, die häufig eine pflegende oder betreuende Situation darstellen.

Ein Optimum wäre, wenn diese Tagespflege den gleichen Flyer mit „Mutter-Tochter Motiv“ hätte und Sie als Tagespflegeleitung je nach Anfragesituation zwei geschlechterbezogene Flyer zur Verfügung hätten.

Wichtig ist, dass Sie sich bei der Erstellung der Flyer Gedanken über die Wirkung machen, die die Flyer haben sollen. Es gibt keine richtigen oder falschen Flyer! Die Flyer müssen hauptsächlich zu Ihrer Einrichtung, Ihrem Image, Ihrer Art und Ihren Inhalten passen.

Das gleiche gilt auch für einen Schnuppergutschein. Dieser ist eine Einladung und ein „Geschenk“ für den potenziellen Gast. Sie sollten den Schnuppergutschein bei einer Beratung dem potenziellen Gast oder einem Angehörigen mit nach Hause geben. Der Schnuppergutschein soll „Appetit“ auf einen Probetag bei Ihnen machen. Emotional ansprechende Bilder und kurze, aussagekräftige Texte sind auch hier wichtig.

Ein Beispiel mit positiver Ansprache, Personalisierungsmöglichkeit und einem konkreten Tagesablauf:





Tagespflege Nettetel
Im alten Rathaus

Schnuppergutschein

für:

Unser Geschenk an Sie:
Besuchen Sie uns einen Tag in der Tagespflege - kostenfrei und unverbindlich

Das erwartet Sie: Wenn Sie möchten, holt unser Fahrdienst Sie von Zuhause ab. Danach frühstücken wir gemeinsam und Sie können an unterschiedlichen Gruppenangeboten teilnehmen. Wir kochen zum Beispiel gemeinsam regionale Heimatküche. Nach einem leckeren Mittagessen können Sie sich in unserem Ruheraum oder auf der Terrasse ausruhen und erholen. Wir singen gemeinsam und es gibt frischen Kaffee und leckeren Kuchen. Gegen Abend bringt unser Fahrdienst Sie sicher wieder nach Hause. Wir freuen uns auf Sie!



Vereinbaren Sie Ihren Wunschtermin mit uns:
 Ihre Ansprechperson: **Petra Beck** **Telefon: 02153 / 916416**
 Caritas-Tagespflege Nettetel, Lambertmarkt 1, 41334 Nettetel



Schnuppergutschein der Tagespflege Nettetel „Im alten Rathaus“ vom Caritasverband für die Region Kempen-Viersen. Gemeinsam konzipiert und erstellt von Lukas Wawrik, www.StudioWawrik.de.

Unser Tipp:



Übernehmen Sie nicht ungeprüft Vorschläge von Werbeagenturen oder z.B. von Mitarbeitern, die einen Flyer „mal nebenher“ erstellt haben. Zeigen Sie den Entwurf verschiedenen Menschen und hören Sie auf deren Rückmeldung. Beachten Sie berechtigte Kritik und verändern Sie daraufhin Ihre Entwürfe.

Auch ein Flyer und ein Schnuppergutschein sind Aushängeschilder Ihrer Tagespflege-Einrichtung.

c) Soziale Medien:

Facebook, Twitter und andere Angebote scheinen zunächst Medien zu sein, die für die Zielgruppe der Tagespflegegäste weit entfernt sind. Geben Sie unter Facebook aber mal den Begriff „Tagespflege“ ein, und Sie werden sich als Tagespflege-Leitung möglicherweise wundern, was Sie dort für Einträge und Kommentare und „Traffic“ (Bezeichnung für Datenverkehr im Internet) finden.

Soziale Medien sind sicher für die Tagespflegegäste nicht die vorrangige Informationsquelle, aber wie schätzen Sie das für die nahen Angehörigen oder Enkelkinder ein? Weiterhin sind die sozialen Medien auch Informations- und Werbemöglichkeiten um vorhandene oder potenzielle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter!

Eine Tagespflege hat auf Facebook nachfolgende Stellenanzeige gepostet:



Wie gehen Sie mit den sozialen Medien wie Facebook, Twitter, Xing, Kununu oder auch den Google Bewertungen (Google My Business) um? Wir stellen fest, dass soziale (digitale) Medien immer wichtiger werden. Zur aktuellen Zeit besonders für Angehörige, bestehende und neue Mitarbeiter und Kooperationspartner. In Zukunft jedoch auch für ihre potenziellen Gäste.

Jedes der sozialen Netzwerke spricht verschiedene Zielgruppen an. Lernen Sie deshalb zielgruppengerecht zu kommunizieren. Sie können dazu beispielsweise die Erfahrung jüngerer Mitarbeiter nutzen (die Facebook/ oder

Twitter übernehmen). Ihre Personalabteilung (sofern vorhanden) übernimmt Xing, Kununu und Google My Business.

Mit der Zunahme von sozialen Medien werden auch Videos immer wichtiger. Welchen Vorteil haben kurze Videos im Gegensatz zum Bild oder Text? Sie zeigen authentisch die Realität und können Stimmungen einfacher und schneller transportieren.

So stellen immer mehr Tagespflegen ihre Räumlichkeiten, das Team, aber auch den Alltag der Tagespflege in einem 1-2-minütigen Video vor. Dies ist dann auf der Startseite der Homepage, bei Facebook und ggf. bei Youtube zu finden. Das Video können Sie potenziellen Gästen zeigen, aber auch für die Mitarbeiterwerbung nutzen. Lassen Sie Gäste oder Mitarbeiter über oder von der Tagespflege erzählen.

Einen Hinweis auf ein positives Beispiel möchten wir Ihnen mit dem Internet-Link zur Tagespflege des Pflegedienstes Kremer in Hessen geben: https://pflegedienst-kremer.de/wp-content/uploads/videos/Kremer_Tagespflege_Edit_v05_1-smaller.mp4



Oder scannen Sie mit Ihrer Kamera-App den QR-Code einfach dazu ein.

Werbeaktivitäten und regelmäßige Kundenkontakte müssen unbedingt auch bei voller Auslastung beibehalten werden. Nur wenn eine Tagespflege bekannt ist, kann man sich für diese entscheiden. Es muss aber auch immer wieder überlegt werden, wie die Zielgruppen erreicht werden können und wie die Werbeinstrumente platziert werden.

1.2 Akquise für Tagespflegen

Neben einem entsprechenden Marketing für Ihre Tagespflege ist eine zielgerichtete und regelmäßige Akquise von neuen Gästen wichtig.

Dies bedeutet unter anderem, die Tagespflege nach außen hin darzustellen, um weitere Gäste zu gewinnen und die Belegung steigern zu können.

Sie werden vermutlich Kontakte mit Kindergärten, Schulen, Sportvereinen, Seniorentreffs, Kirchengruppen, Schützenvereinen etc. haben. Pflegen Sie

diese Kontakte nach dem Zufallsprinzip, oder halten Sie strategisch und regelmäßig Kontakt mit den dortigen Ansprechpartnern? Wir empfehlen eine Netzwerkmatrix zu erstellen und zu führen, die Sie regelmäßig pflegen und die Sie in der Anlage 1 (Arbeitshilfen im Download-Bereich) erhalten können.

Akquise bedeutet auch, immer wiederkehrend Ihre Tagespflege nach außen hin darzustellen. Zum Beispiel indem von Aktivitäten berichtet wird, die gegeben falls auch mit Dritten geplant und durchgeführt werden. Dafür können auch Kooperationsvereinbarungen geschlossen werden, die eine höhere Verbindlichkeit bedeuten, gleichzeitig aber auch die Akquise verbessern helfen.

Wenn z.B. der Schützenverein eine „Patenschaft“ für Ihre Tagespflege übernimmt, findet sicherlich nicht nur einmal jährlich ein Besuch des Königspaares in der Tagespflege statt. Gegenseitige Einladungen zu Veranstaltungen des Schützenvereins oder in die Tagespflege hätte diese Patenschaft zu folge. Gleichzeitig erreicht die Tagespflege, dass mehr „Schützen“ erfahren und erleben können, wie sinnvoll eine Tagespflege für Pflegebedürftige ist. Diese „Schützen“ sind somit auch Multiplikatoren und helfen Ihnen indirekt bei der Belegung der Tagespflege mit.

Seien Sie stets vorbereitet und nutzen Sie Arbeitshilfen wie z.B. laminierte Fotos mit Aktivitäten aus Ihrer Tagespflege oder ein Fotobuch oder einen ansprechenden Power-Point Foliensatz etc., um bei kurzfristigen Anfragen Ihre Tagespflege kurz und knapp und interessant vorstellen zu können.

Unser Tipp:

Üben Sie, Ihre Tagespflege in maximal drei Minuten interessant vorzustellen. Nutzen Sie dabei Bilder, Beispiele oder Geschichten aus der Tagespflege. Halten Sie Aussagen der Gäste über deren Zufriedenheit fest.