

# Öffentlichkeitsarbeit für die Tagespflege

SERIE  
Auslastung der  
Tagespflege

Eine gute und kontinuierliche Auslastung der Tagespflege ist keine Glückssache. Machen Sie deutlich, welchen Nutzen Kund:innen und ihre Angehörigen von Ihrer Tagespflege erwarten können. Teil 2 der Serie: Auslastung der Tagespflege.

Von Ilse Buchgraber

Presseberichte sind ein hervorragendes Mittel, um Ihre Dienstleistungen bekannt zu machen und den guten Ruf der Einrichtung zu festigen. Denn im Unterschied zu Werbung werden Presseberichte als authentischer wahrgenommen. Pflegen Sie den Kontakt zu Lokal-Redaktionen, um als „Tagespflege-Profi“ in der Redaktion bekannt zu sein. Wenn überregionale Pflege-Themen auf der Politik-Seite beschrieben werden, versuchen Redaktionen häufig, den regionalen Bezug für die Leserschaft herzustellen.

Denkbar ist zum Beispiel ein Interview mit Ihnen: „Wie wirkt sich das neue Gesetz denn auf unsere Region aus – was sagen Sie als Tagespflege-Expert:in hier im Ort dazu?“ Wenn Sie so in Ihrer Region als Unternehmen mit Fachexpertise dargestellt werden, erhöht das die Aufmerksamkeit für Ihre Dienstleistung und kann Vertrauen in Ihre Expertise aufbauen.

Öffentlichkeitsarbeit kann sich an die breite Öffentlichkeit wenden, beispielsweise in Form von Presseberichten in der örtlichen Lokalzeitung, oder auch an ein Fachpublikum durch Vorträge auf Kongressen oder an Angehörige und Gäste, die ins Haus kommen durch Aushänge oder Fotodokumentationen.

Oftmals finden schon viele gute Aktionen in den Einrichtungen statt, jedoch erfährt die Öffentlichkeit nicht davon, seien es Angehörige, Interessenten oder Menschen in der Umgebung.

Nutzen Sie daher alle Möglichkeiten, Ihre Leistungen in der örtlichen Presse, aber auch in hauseigenen Publikationen „ins rechte Licht zu rücken“, denn nur über das, was bekannt ist, kann – positiv – gesprochen werden. Öffentlichkeitsarbeit



Eine gute Vernetzung im Quartier kann Ihre Öffentlichkeitsarbeit weiter stärken.

Foto: AdobeStock/Photographiee.eu

beschränkt sich wie schon erwähnt nicht nur auf den Bereich der Presse. Öffentlichkeitsarbeit beinhaltet alles, was Sie umsetzen, um über Ihre Leistungen zu informieren. Weitere Beispiele können sein:

- Begrüßungsschreiben für neue Gäste.
- Eine kleine feine Hauszeitung oder ein Newsletter, der regelmäßig Angehörige, Gäste und Netzwerkpartner auf dem Laufenden hält.
- Quartiersaktivitäten, wie z. B. ein Sing- und Spielnachmittag mit der benachbarten KiTa oder eine Gymnastikstunde mit der ortsansässigen Volkshochschule oder Sportvereinigung.
- Ausführliche Leistungsbeschreibung in einer Willkommensmappe für neue Gäste.
- Und natürlich werden alle öffentlichkeitsrelevanten Er-



„Überlegen Sie gemeinsam mit allen Mitwirkenden, welche Ereignisse im Jahresverlauf stattfinden und in welchen Medien Sie darüber berichten möchten.“

Ilse Buchgraber

ignisse durch Presseartikel begleitet.

Für die Darstellung in den virtuellen Medien gilt: mindestens eine gut gepflegte Homepage gehört dazu. Platzieren Sie auch da eine aussagefähige und einladende Leistungsbeschreibung mit Ihrer Positionierung und nutzen Sie den Raum für „Aktuelles“. Vorsicht: Wenn Sie eine Rubrik „Aktuelles“ nutzen, sollte diese auch aktuell gepflegt sein – und nicht die Fotos der Faschingsfeier von vor drei Jahren zeigen. Dieses Gebot der Aktualität gilt ganz besonders für den Auftritt in Social Media: Ein Account auf Instagram oder Facebook ist nur dann wirksam, wenn er regelmäßig mit Bildern und Beiträgen gefüttert wird.

**Tipp:** Wägen Sie ab, ob Sie das leisten wollen. Probieren Sie,

ob Sie es schaffen, monatlich einen aktuellen Beitrag auf Ihre Homepage zu setzen. Gelingt Ihnen das über einen längeren Zeitraum (mindestens sechs Monate), können Sie überlegen, ob Sie das auf Social Media umsetzen möchten.

Eine gute Vernetzung im Quartier kann Ihre Öffentlichkeitsarbeit weiter stärken: profitieren Sie vom fachlichen Austausch unter Pflege-KollegInnen und planen Sie gemeinsame Aktionen.

Gerade die Kooperation mit ambulanten Pflegediensten und Pflegeheimen bietet sich an. So können Sie im Sinne Ihrer Kund:innen eine Versorgungskette aufbauen und gemeinsam Sicherheit und Kompetenz kommunizieren.

Professionelle Öffentlichkeitsarbeit benötigt eine sorgfältige und frühzeitige Planung.

Diese Arbeit lohnt sich und der Erfolg wird sein, dass somit

- alle Beteiligten genügend Zeit haben, sich auf Aktivitäten einzustellen und
- rechtzeitig geklärt ist, wer für was verantwortlich ist.

Überlegen Sie gemeinsam mit allen Mitwirkenden, welche Ereignisse im Jahresverlauf stattfinden und in welchen Medien Sie darüber berichten möchten. Um die Wirksamkeit Ihrer Öffentlichkeitsarbeit besser nachzuvollziehen, hilft es, wenn Sie sich Ziele setzen und eine Jahres- und Budgetplanung aufstellen. So können Sie Aufwand und Erlös Ihrer Mühe nachvollziehen.

**Tipp:** Möchten Sie eine kleine und wenig aufwändige „Marktforschung to go“ betreiben? Fragen Sie in Ihrer Nachbarschaft oder im näheren und weiteren Umfeld Ihrer Mitarbeitenden nach: „Welche drei Stichworte verbinden Sie mit unserer Tagespflege“ oder „Was fällt Ihnen ein, wenn Sie an unsere Tagespflege denken“ oder „In welchem Zusammenhang sind Sie hier im Ort auf unsere Tagespflege aufmerksam geworden?“ Ihrer Fantasie sind keine Grenzen gesetzt – je kürzer und einfacher, desto höher ist die Rücklaufquote.

So erhalten Sie Rückmeldungen zu Ihrem Image und der Wahrnehmung Ihrer Positionierung, Feedback aller Art und vielleicht auch Aufschluss über die Wirksamkeit Ihrer Öffentlichkeitsarbeit.

Ilse Buchgraber berät mit Ihrer Unternehmensberatung B&S Alzenau, belegungsichern.de, unter anderem auch Pflegeeinrichtungen. Sie ist Referentin auf dem TP Kongress 2024 vom 12. bis 13. Juni in Essen. Das Thema lautet „Entlastungs-Training für gesunde Arbeit in der Tagespflege“. Mehr zum Programm unter [tp-kongress.de](http://tp-kongress.de).