

Reaktionen erwünscht

Drei Fragen zur Imagekampagne der pflegimuri an Dr. Franz Hold und Thomas Wernli

Rund um das Löwen-Fest und den 50. Basar tritt die pflegimuri mit einer Imagekampagne in die Öffentlichkeit. Das Ziel der Kampagne ist einfach und plakativ: Die pflegimuri spricht mit wenigen, markanten Sätzen hartnäckige Vorurteile an, mit denen sich eine Pflegeinstitution regelmässig konfrontiert sieht und lädt damit ein, diese Vorurteile durch das persönliche Kennenlernen der pflegimuri zu widerlegen. Dr. Franz Hold, Präsident Verein pflegimuri, und Thomas Wernli, Direktor der pflegimuri, nehmen Stellung zur Kampagne.

Warum soll ein Pflegeheim Werbung machen beziehungsweise warum engagiert sich der Verein pflegimuri in dieser Sache?

Franz Hold: Ich finde, ein Pflegeheim kann Werbung machen insbesondere, weil wir einerseits lokal immer noch das Image eines Heimes in Sinne der 1960er-Jahre haben und andererseits, weil Heime in der letzten Zeit auch angegriffen werden in den Medien. Überdies haben wir absolut keine Berührungängste mit der Öffentlichkeit. Wir haben nichts zu verstecken, sind innovativ, frech und kontern mit dieser Kampagne genau die gängigen Vorurteile. Der Verein pflegimuri ist die Trägerschaft der Institution. Wir stehen hinter der Kampagne, weil wir überzeugt sind, dass wir dadurch ein besseres Image bekommen und über die pflegimuri gesprochen wird.

Thomas Wernli: Wenn wir keine Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit machen, zementieren wir damit letztlich die Bilder, die Ausenstehende immer noch haben von Pfleg-

einstitutionen. Werbung heisst für mich auch, den Bewohnerinnen und Bewohnern Wertschätzung zu bieten. Ein alter Mensch sollte nicht stigmatisiert werden, nur weil er in einem Pflegeheim leben muss. Ich möchte Aussenstehenden die Zuversicht vermitteln, dass ein Aufenthalt in der pflegimuri nebst allen Unwägbarkeiten durchaus positive Aspekte haben kann.

Die Kampagne der pflegimuri greift klassische Vorurteile gegenüber dem Heim auf. Warum halten sich diese Klischees so hartnäckig?

Franz Hold: Die Vorurteile halten sich so hartnäckig, weil ein Pflegeheim das ist, was es ist und man dort nicht nur fröhliche Leute sieht, die im Gang rumtanzen. Die achtsame Pflege und alles im Hintergrund sind weniger augenfällig. Bezeichnend dafür sind Aussagen von Angehörigen, die Sie uns mitteilen, dass sie gar nicht gewusst hätten, dass es bei uns so professionell zu und her gehe mit der Pflege, Betreuung etc. Viele sind freudig überrascht und sogar begeistert.

Thomas Wernli: Ein geplanter Aufenthalt beziehungsweise der Aufenthalt in einem Pflegeheim ist für die Betroffenen, insbesondere aber auch für Ihre Familien, belastend: Eine eigentliche Lebenskrise, welche Familien mit existentiellen Themen konfrontiert. Diese Situationen sind mit vielen Emotionen verbunden, mit Schuldgefühlen, einem schlechten Gewissen. In diesem Kontext ist es durchaus nachvollziehbar, dass sich Vorurteile bestätigen. Wenn wir unseren Job gut machen, widerlegen sich diese Vorurteile in der Regel rasch.



Wie will die pflegimuri ganz konkret diese Vorurteile widerlegen?

Franz Hold: Mit Aufklärung und Öffnung. Wir wollen die Menschen neugierig machen und zeigen, was hinter den Klostermauern abgeht. Nämlich, dass für uns das Wohl der Bewohnerinnen und Bewohner der pflegimuri an erster Stelle steht.

Thomas Wernli: Die Imagekampagne ist das Eine. Entscheidend ist für uns, den Bewohnerinnen und Bewohnern der pflegimuri ein gutes Leben bieten können. Das gelingt in der Regel gut, aber auch wir machen ab und zu Fehler. Eine gute Fehlerkultur, Begegnungen auf Augenhöhe und «miteinander reden» sind deshalb essentiell und führen dazu, dass wir uns weiterentwickeln, verbessern und damit die individuellen Bedürfnisse der Bewohnerinnen und Bewohner immer besser erfüllen können.

