

Vernetzte Pflege

Die Einsatzmöglichkeiten des Internets in Alten- und Pflegeeinrichtungen von der Imagepflege bis zum Einkauf.

"Ohne Internet geht es auf Dauer auch in der Pflegebranche nicht mehr. Ob im Kleinen in punkto Image und Öffentlichkeitsarbeit oder im Großen bei den Arbeitsabläufen oder im Einkauf. Die Potenziale sind enorm, doch die Verbreitung ist noch vergleichsweise gering." Dr. Rainer Gerckens ist Experte für Informations- und Kommunikationstechnologien in der Pflege und lehrt an der Universität Hamburg. Seinen Erfahrungen nach verfügen derzeit rund 60 bis 70 Prozent der Pflegeeinrichtungen über einen Internet-Anschluss. Häufig handelt es sich dabei jedoch nur um eine e-Mail-Adresse. Rund die Hälfte der Pflegeeinrichtungen habe eine Website. In rund jeder zehnten Einrichtung hat der Computer laut Gerckens überhaupt noch nicht Einzug gehalten. Damit liege die Pflegebranche noch unter den Werten des Gesundheitswesens allgemein, das ohnehin Schlusslicht im Branchenvergleich ist.

Internet als Image-Faktor

Doch auch in der Pflege werden es mehr, die die Chancen des Computers im Allgemeinen, aber auch des Internet im Besonderen sehen. Da ist zum einen der Image-Faktor Internet. Hierzu ein Blick aus Sicht eines der Pioniere. Rektor Hermann Schoenauer ist Vorstandsvorsitzender der Diakonie Neuendettelsau: "Die Diakonie Neuendettelsau hat schon vor vielen Jahren ihre Öffentlichkeitsarbeit professionalisiert. Im Zusammenhang mit einer strategischen Neuausrichtung des Werkes wurde schon 1997 eine Website installiert, übrigens in einer Zeit, als andere Non-Profit Organisationen dies noch nicht für nötig hielten. Moderne Kommunikationsformen gehören schließlich heute zum Tagesgeschäft aller auf dem Markt tätigen Unternehmen. Unsere Klienten, Kunden und Mitarbeitenden bedienen sich dieses Mediums. Unser Bekanntheitsgrad kann erhöht werden, unsere Angebote können dadurch eine größere Verbreitung finden. Dies wirkt sich wiederum auf unsere Wirtschaftlichkeit aus."

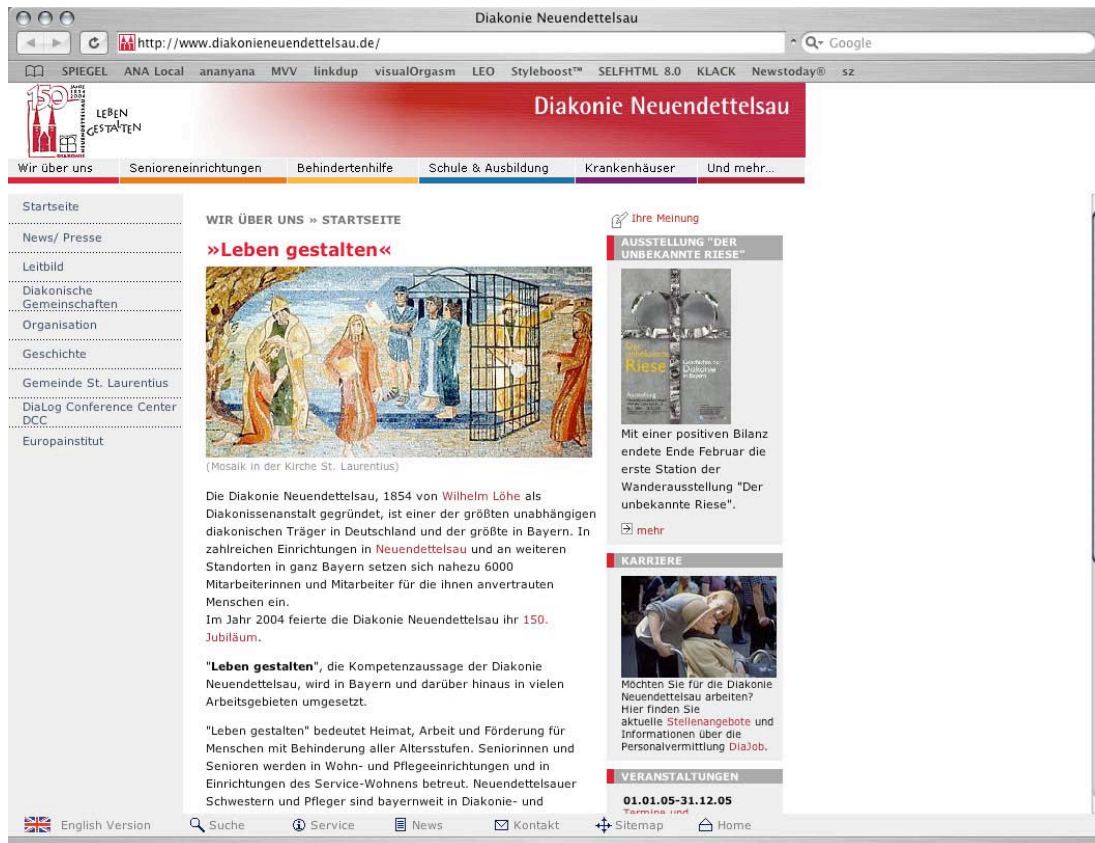


Abb. 1 Klassischer Aufbau, moderne Nutzerführung, immer aktuell durch Content Management: Die Website der Diakonie Neudettelsau ist ein gelungenes Beispiel einer Image Website.

Denn der Trend ist offenkundig: Immer mehr Senioren und deren Angehörige surfen. Laut aktueller Studie des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit sind die Senioren die derzeit größte Wachstumsgruppe bei den Internetnutzern. Den stärksten Zuwachs verzeichnet die Altersgruppe ab 60 Jahren: 17,4 Prozent (plus 2,8 Prozent) dieser Gruppe nutzen das Web. Und je komfortabler die Computernutzung wird, umso mehr werden es von Jahr zu Jahr. In der Altersgruppe zwischen 0 und 59 Jahren surfte 2003 erstmals mehr als die Hälfte der Befragten. Und die 41 Prozent der Deutschen, die das Internet ignorieren, sind im allgemeinen Bürger mit geringer Bildung und niedrigem Einkommen. „Im Umkehrschluss bedeutet dies: Wer Senioren höherer Bildungs- und Einkommenschichten und insbesondere auch deren Angehörige erreichen will, setzt auf eine professionelle Webpräsenz“, betont Jochen Häberle, von der Firma Networkerz in München, die derzeit an Internet-Konzepten für die Pflegebranche feilt. Besonders wichtig sei laut Häberle, dass die Inhalte im Netz auch wirklich aktuell sind, da alles andere die Website-Nutzer vergrault. "Wir können daher nur jeder Einrichtung empfehlen, mit einem Content-Management-System zu arbeiten, damit der Auftritt von verschiedenen Mitarbeitern auch ohne HTML-Kenntnisse auf den neusten Stand gebracht werden

kann", so Häberle. Und auch ein barrierefreier Zugang für behinderte Web-Nutzer ist im sozialen Bereich eine Frage, die zunehmend an Bedeutung gewinnt. Noch jedoch kapitulieren viele Website-Betreiber vor den Kosten.

Doch was sollte eine soziale Einrichtung dann generell bei der Erstellung ihrer Website beachten? Susanne Hassen ist Pressesprecherin der Diakonie Neuendettelsau: "Wichtig war für uns bei der Konzeption unserer Website, dass die zu erreichenden Zielgruppen das finden, was sie suchen. Dass sie uns finden Stichwort: Anmeldung bei Suchmaschinen. Und dass sie alles webgerecht finden können - Stichwort: Navigation. Dabei helfen beispielsweise Zurück-Buttons, eine Sitemap, nicht zu viele Ebenen, eine entsprechende Farbführung zur Orientierung. Gerade im Non-Profit und Sozial-Bereich, denen leider häufig noch ein etwas biederes Image anhaftet, ist es dabei von zentraler Bedeutung, eine professionell erstellte Website zu präsentieren, die sich an modernen Erkenntnissen grafischer, ergonomischer und technischer Art orientiert."



Abb. 2 Einkaufen am PC: AWO-Küchenchef Peter Sippel spart so Zeit und Geld.

Susanne Hassen wehrt sich gegen das Argument, die Zielgruppe sei ungeübt im Umgang mit neuen Medien. "In unseren Senioreneinrichtungen stehen häufig PCs mit Internetanschluss, die auch viel genutzt werden. Diejenigen, die z. B. für ihre pflegebedürftigen Angehörigen einen Pflegeplatz oder ähnliches suchen, tun das heute natürlich ebenfalls über das Internet."

Vereinfachung der alltäglichen Kommunikation

Und auch im Umgang mit den Behörden wird das Internet eine immer wichtigere Informations- und Kontaktquelle. Unter dem Oberbegriff „eGovernment“ sind inzwischen bereits 73 der über 400 Dienstleistungen der Bundesverwaltung online verfügbar. Und jeder zweite Internetnutzer besucht nach einer Studie vom Ende vergangenen Jahres bereits Behörden im Netz. Für Pflegeeinrichtungen steht dabei ganz pragmatisch die Vereinfachung der alltäglichen Kommunikation mit den Behörden im Vordergrund: Denn die e-Mail hat auch in den kommunalen Behörden Einzug gehalten und sorgt dort für reibungslose, schriftlich dokumentierte Absprachen "zum Nachlesen".

Effiziente Kommunikation, Image und öffentliche Präsenz einer Einrichtung soll das Internet also unterstützen. Adresse und Telefonnummer irgendwo im Netz zu "parken", genügt nicht mehr. Regelmäßig abgerufene e-Mail-Adressen und eine professionelle Webpräsenz sind das Mindeste, um in der Öffentlichkeit ein kompetentes Bild abzugeben. Dies beweisen auch die ständig wachsenden Zugriffszahlen auf den einschlägigen pflege- und anderen fachbezogenen Seiten im World Wide Web.

Online-Marktplatz für die Pflegebranche

Doch dies ist noch längst nicht alles, was das Internet zu bieten hat. Dr. Thomas Behrens ist Vorstand der sensano ag, die den einzigen Online-Marktplatz für die Pflegebranche betreibt. Zwar gibt es weitere Marktplätze für das Gesundheitswesen, diese sind jedoch ausschließlich auf medizinische Bedürfnisse ausgerichtet. Auf sensano.com dagegen sind alle wichtigen Lieferanten der Pflegebranche vertreten. Als Experte für den Aufbau von Lieferantennetzwerken in Pflegeeinrichtungen gibt Behrens zu bedenken: „Das Internet vereinfacht insbesondere den standardisierten Informationsaustausch bei Routineabläufen. Dazu muss man es jedoch richtig einsetzen.“ Er erklärt dies am Beispiel Einkauf. Denn bei der Beschaffung und Verwaltung von Ver- und Gebrauchsgütern wie Pflegebedarf, Lebensmittel, Hauswirtschaftsartikeln kann das Internet seine Stärken vollständig ausspielen.

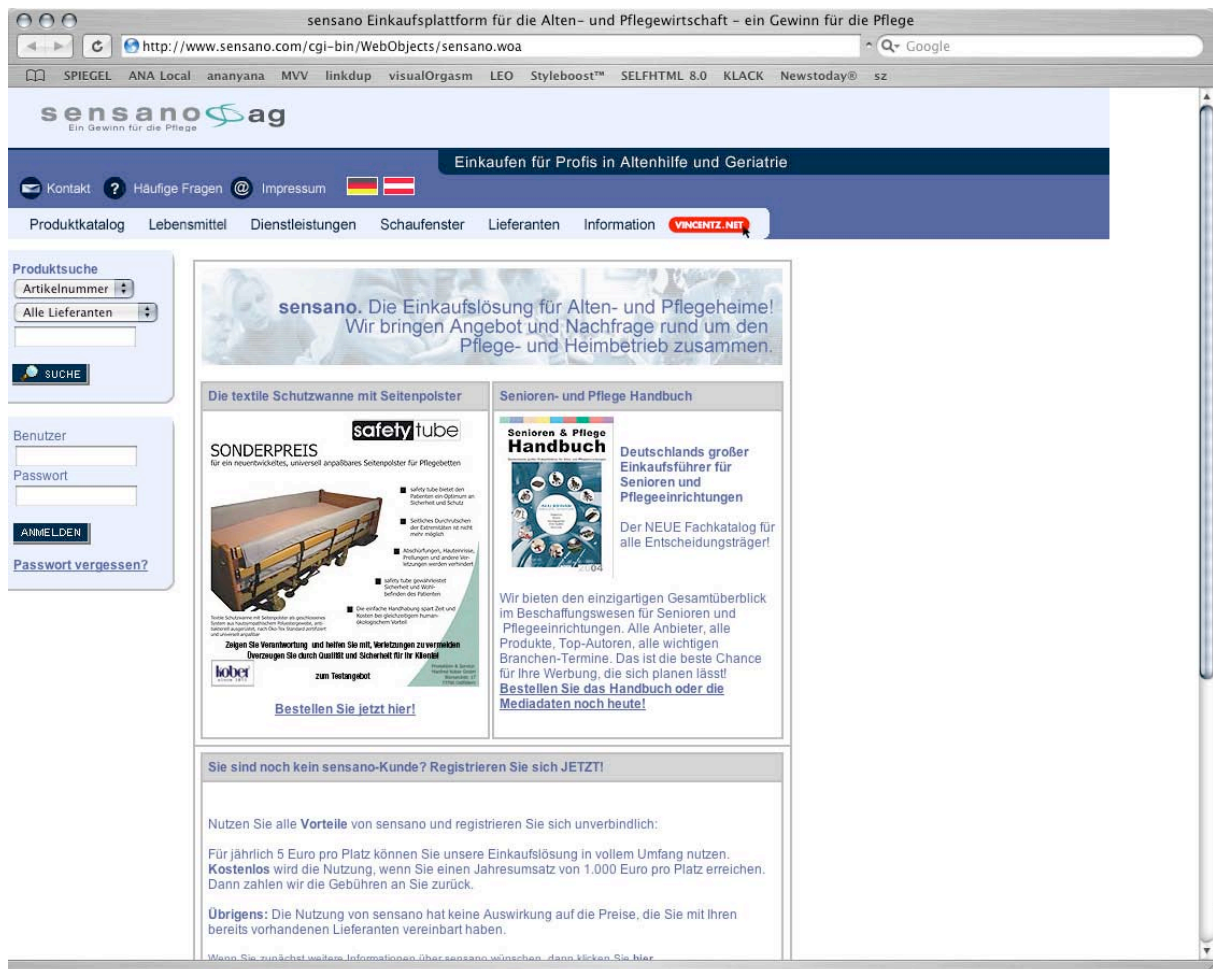


Abb. 4 Elektronische Beschaffung für Pflegeeinrichtungen: sensano.com
Ist das einzige Online-Portal, das auf Pflegeeinrichtungen spezialisiert ist.

Betrachtet man den Einkauf für eine Großküche einer Einrichtung, sieht dies am Beispiel der AWO-Senioreneinrichtung in Memmingen so aus: Der Küchenchef öffnet im Internet www.sensano.com, gibt seine persönliche Kennung ein und kann auf die übersichtlichen Daten der vorher eingepflegten Bestelllisten zurückgreifen. Er muss lediglich die neuen Mengen eingeben und auf "absenden" klicken. Schon geht die Bestellung per e-Mail an den Großhändler und ein Ausdruck bleibt zum Überprüfen der Lieferlisten und als Gedankenstütze in der Küche. Rund eine Stunde dauert der Grundeinkauf, den der Küchenchef zweimal pro Woche macht. Wenn er besondere Posten benötigt, natürlich auch schon einmal länger. Das Gleiche funktioniert auch für die anderen Bereiche des Marktplatzes wie Pflegeartikel oder Bürobedarf. Mehr als 300 Einrichtungen nutzen die Online-Bestellmöglichkeit regelmäßig. "Das geht viel schneller, als Kataloge zu wälzen und Artikelnummern herauszusuchen", bilanziert Sippel. Insbesondere der Überblick über die Bestellungen sei erheblich erleichtert. Wo früher einzelne Bestellzettel abgeheftet waren, gibt es nun einen ordentlichen PC-Ausdruck, auf dem alle Posten aufgelistet sind. Bestell-Reporting und Kostenübersicht inklusive. Bei größeren Ausrüstungsgegenständen gibt es darüber hinaus auch die Möglichkeit, online Preisanfragen an die Lieferanten abzusetzen und auf diese Weise

komfortabel Vergleichsangebote einzuholen. So hilft nun auch bei komplexen Bestellungen das Internet: Wo zuvor Kataloge gewälzt, Preise verglichen, Vertreter empfangen wurden, formuliert der Einkäufer nun seine Anfrage möglichst präzise per eMail. Einsparungen von zehn Prozent der Einkaufskosten und mehr konnten Einrichtungen durch die hiermit verbundene strukturelle Umstellung ihres Beschaffungswesens bereits realisieren.

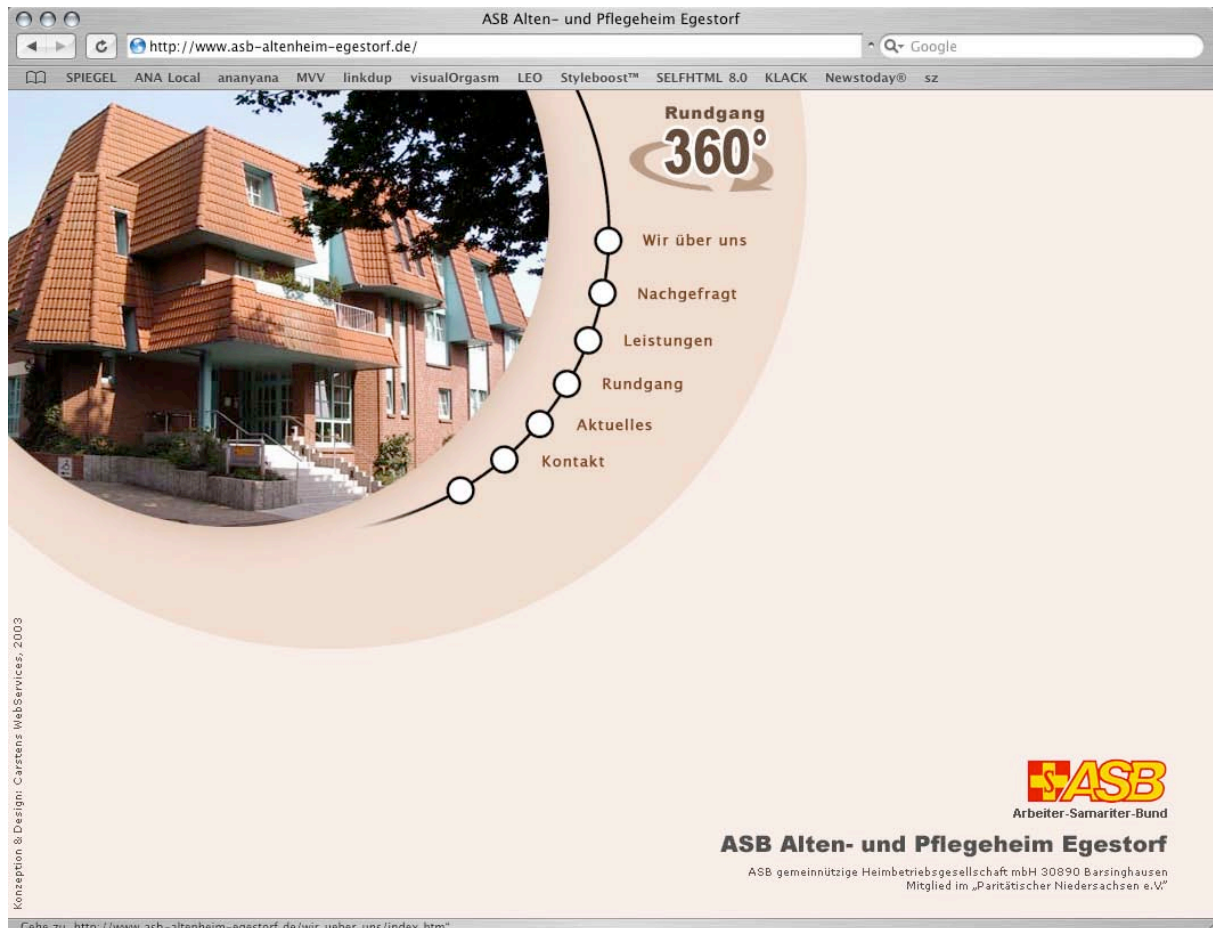


Abb. 3 Ungewöhnlicher, interessanter Einstieg mit viel Nutzwert: Die Website einer Pflegeeinrichtung in Niedersachsen.

Denn warum nicht auch in der Pflege verwenden, was privat längst gelernt ist? Die vor kurzem veröffentlichten Daten des jährlichen (N)onliner-Atlas von TNS Emnid und Initiative D21 zeigen, dass die Zahl der privaten Online-Shopper ständig zulegt. Von 2002 auf 2003 wuchs sie erneut um 15 Prozent (Quelle: Infratest/Enigma). Ob eBay oder Amazon, Karstadt/Quelle, Otto, Tchibo oder ein Musik- oder Computerhandel. Einkaufen im Internet gehört längst zum Alltag von 23 Millionen privaten deutschen Internetnutzern. Viele haben die damit verbundenen Bequemlichkeits- und Kostenvorteile längst realisiert. "Warum nicht auch in der Pflegebranche?", fragt Branchenexperte Dr. Rainer Gerckens von der Hamburger Universität.

Dabei gilt es selbstverständlich realistisch zu bleiben. Die Experten sind sich einig: Gehen Sie strukturiert vor, analysieren Sie, holen Sie Tipps von Kollegen ein und helfen Sie Ihren Mitarbeitern, ihre Fähigkeiten am Computer bedarfsgerecht zu entwickeln. Dann sind die Pflegeeinrichtungen auch für die neuesten Kommunikationsherausforderungen gerüstet. Man denke nur an die forcierte Vernetzung stationärer und ambulanter Pflege oder die ständig wachsenden Dokumentationsanforderungen.

Miriam Leunissen-Weiki
HEIMPFLEGE 36, 1 (2005)