

Wettbewerbsvorteil: Emotionale Kompetenz

*Was macht die Pflegebranche stärker, als alle anderen Wirtschaftszweige?
Es sind Menschen, die nicht nur mit Hand, sondern auch mit Herz „dabei“ sind.*

Die emotionale Kraft, die in den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eines jeden Pflegeunternehmens präsent ist, hat auch Schattenseiten, die besonders dann sichtbar sind, wenn die rationalen Argumente nicht zu fruchten scheinen. Management, man kennt es von Aldi, Lidl und Co., ist gewohnt, mit Nüchternheit und einem klaren Appell auf die Vernunft zu arbeiten. Zahlen, Daten, Fakten sind es, die das betriebliche Steuerungswesen beherrschen.

Vielfach wurde jedoch in Studien nachgewiesen, dass es den rational denkenden Menschen, das homo oeconomicus, eigentlich gar nicht gibt. Zu viele Angebote, Alternativen und Entscheidungen prasseln auf uns ein und in den Zeiten dieser modernen „Zuviel-isation“ besinnt man sich auf das beste Entscheidungsorgan: auf den Bauch.

Wir erfühlen unser Umfeld, lassen uns von Markenversprechen und emotionalen Zusatznutzen leiten. Der Mensch und der zwischenmenschliche Umgang, deren Qualität, rücken immer mehr im Mittelpunkt unseres (Berufs)lebens. Eine Selektion durch die Messmethoden der klassische Arbeitsqualität ist nicht mehr möglich: schon heute erhalten 80 % der Produkte von der Stiftung Warentest „gut“, die Pflegeeinrichtungen bei Qualitätsprüfungen mehrheitlich „sehr gut“.

Die neue Qualität, die emotionale Kompetenz, lässt sich nicht so einfach verschriftlichen. Sollte dennoch der Versuch in einem Dienstleistungsbereich unternommen werden, sind die wohltuenden Wirkungen auf die Arbeits- und Lebensatmosphäre bald spürbar.

Kodexe, wie das Qualitätsmanagement diese Werke nennt, versuchen das emotionale Erlebnis in einem Unternehmen zu gestalten und in Form eines Leitfadens die gewünschten „Knigge-Regeln“ formulieren.

Diese Regeln werden dringend benötigt, denn die Vielfalt der familiären und beruflichen Wertesysteme kein Selbstverständnis mehr erlauben. Der frühere Gedanke: „das weiß man doch, wenn man eine gute Erziehung hatte...“ gilt nicht mehr, da wir alle unterschiedlich sind. Verhaltensregeln, die den Alltag besser machen, da aus dem Leben verschwunden, müssen neu erlernt werden.

Unternehmen, in denen Einfühlungsvermögen und der Mut, selbst Gefühle zu zeigen, bislang nicht gewünscht waren, müssen sich diesen Weg mühsam erschließen.

Nicht so die Pflegebranche.

Pflegende haben meistens den Beruf gewählt, weil sie genau das wollten und konnten. Sie suchten eine Plattform, wo zwischenmenschliche Beziehungen Teil des Berufsalltages sind und wo sie ihr Können sinnstiftend einsetzen können.

Der Arbeitsmarkt heute und in Zukunft toleriert keine Ignoranz der emotionalen Bedürfnisse der Beschäftigten und Manager.innen, außer die Organisation ist bereit, die wirtschaftlichen Verluste, die aus Fluktuation, Arbeitsverweigerung, Dienst nach Vorschrift, Krankenstand in Kauf zu nehmen.

Das ist die Stärke der gesamten Branche und macht Pflege zum Leuchtfeuer der deutschen Industrie und Handel. Wer kennt nicht die Erfolgsgeschichten des Berufes, in denen Kranke, Alte, bedürftige Menschen plötzlich zu Fähigkeiten und Lebensqualität gelangen konnten, die früher undenkbar waren. Nicht nur die rein medizinische Versorgung schaffte es, sondern die emotionale Kompetenz der Pflegekräfte, die heilende Wirkung zu haben scheint.

Es wird Zeit, in allen Managementebenen die Ur-Kompetenz der Pflege zu erkunden und die eigene emotionale Intelligenz zum Leben zu erwecken. Es wird sich lohnen.

Der Weg zu Ihrem hausinternen emotionalen Erlebnis:

- Werden Sie sich dessen klar, welche Werte Sie persönlich verkörpern.
- Beschreiben Sie, wie diese Werte in alltäglichen Situationen erkennbar werden
- Sortieren Sie, welche von denen einen allgemeingültigen Charakter haben
- Denken Sie darüber nach, wie diese auf andere Menschen wirken würden
- Formulieren Sie die ausgewählten Werte/Situationen als Regeln
- Sorgen Sie für die Implementierung des Kodexes in Ihr Qualitätsmanagement - von Qualitätszielen bis zu Ergebnisevaluationen.
- Geben Sie die Informationen nach Innen und Außen, schulen Sie und klären Sie auf.
- Nutzen Sie den Sog-Effekt für Ihr Personal- und Kundenmanagement.

Elisabeth Trczinski
Dipl. Kauffrau, Heilpraktikerin
C.A.R.E. Professionals e.G.
elisabeth.trczinski@care-professionals.de
www.care-professionals.de

