

Im Gespräch

mit Marc Schreiner, Geschäftsführer der Berliner Krankenhausgesellschaft e.V.

Der Fachkräftemangel in der Pflege ist in aller Munde – mit der Corona-Pandemie rückt das Problem noch stärker in den Fokus. Sie haben 2020 eine Kampagne #PflegeJetztBerlin initiiert. Wie ist die Kampagne ausgelegt?

Einer Studie des Deutschen Krankenhausinstituts DKI zufolge brauchen wir in der Metropolenregion Berlin in den kommenden zehn Jahren 10 000 Pflegekräfte zusätzlich. Mit ein paar bunten Broschüren allein ist das Problem nicht zu beheben: Komplexe wirtschaftliche, gesetzgeberische und politische Verhältnisse prägen den Pflegesektor. Deshalb haben wir gemeinsam mit allen, die für Pflege Verantwortung tragen, den Krankenhausleitungen, den Kostenträgern, den Gewerkschaften, der Senatsverwaltung, der Agentur für Arbeit und anderen Playern, das Problem erörtert, gemeinsame Standpunkte für eine Strategie definiert und klare Botschaften gesetzt.

Die bisherigen Maßnahmen werden nicht ausreichen, um weiter für qualitativ hochwertige und patientengerechte Abläufe in Krankenhäusern und Pflegeeinrichtungen zu sorgen. Pflege muss zur starken Zukunftsbranche werden.

Pflege muss sichtbarer werden und ein starkes Selbstverständnis entwickeln. Pflege soll eine starke Zukunftsbranche werden, dafür ziehen wir alle an einem Strang. Zusammen haben wir einen Masterplan entwickelt in Berlin mit einem 10 Punkte-Plan und mehr als 150 konkreten Einzelmaßnahmen.

Jetzt wurde ein Beirat einberufen, der die Kampagne voranbringen soll.

Der Kampagnen-Beirat – ein Expertinnenbeirat aus hochqualifizierten Praktikerinnen – wird die vielen komplexen Einzelmaßnahmen der Kampagne gewichten und ihre geballte professionelle Expertise einbringen. Wir haben viel vor: Den umfassenden Maßnahmenkata-

log, den wir erarbeitet haben, müssen wir abarbeiten. Die Expertinnen, zu denen unter anderen die Vorstandsvorsitzende der DRK-Schwesternschaft Berlin, Oberin Doreen Fuhr, die Pflegedirektorin der Charité – Universitätsmedizin Berlin, Judith Heepe, und die Leiterin des Direktorats Pflegestrategie und Betreuungsmanagement des Vivantes Netzwerk für Gesundheit, Kathrin Leffler, gehören, werden auch als Multiplikatoren helfen, die Maßnahmen zu verbreiten.

Auf wen zielt die Aktion?

Natürlich geht es in erster Linie darum, neue Pflegekräfte zu gewinnen und die aktiven Pflegekräfte im Beruf zu halten. Wünschenswert wäre es auch, die Teilzeitquoten zu reduzieren. Wir wollen auch qualifizierte Pflegekräfte, die ausgestiegen sind und in anderen Branchen arbeiten, zurückgewinnen, die „stille Reserve“ zurückholen. Dafür wollen wir uns nicht darauf beschränken, junge Menschen anzusprechen, um sie zu einer Pflegeausbildung zu motivieren. Wir müssen auch das Problembewusstsein etwa bei den Arbeitsagenturen schärfen. Hat der Bewerber oder die Bewerberin früher bereits in der Pflege gearbeitet? Gibt es Qualifikationen, die für die Pflege prädestinieren? Wir wollen die Mitarbeiter der Arbeitsagenturen zu Pflegeexperten machen, damit sie für den Pflegeberuf motivieren können.

Wie wollen Sie junge Menschen erreichen und motivieren?

Wir produzieren beispielsweise einen 360-Grad-Film über ein Tag im Leben einer Auszubildenden in der Pflege. Diesen Film wollen wir Schülerinnen und Schülern zeigen, die sich den Film mit einer Virtual-Reality-Brille anschauen können. Wir arbeiten hier eng mit der „Jungen Pflege“, der Arbeitsgruppe von Auszubildenden und Berufsanfängern in Berufsverband für Pflegeberufe (DBfK) zusammen. Wir möchten im Herbst

kommenden Jahres Auszubildende im dritten Ausbildungsjahr quasi als „role models“ in die Klassen schicken, in die Jahrgänge, in denen sich junge Menschen mit Entscheidungen zur Berufswahl befassen. Mit den VR-Brillen können sich die Schüler spielerisch, aber realistisch, ein Bild vom Pflegeberuf machen. Die Pflege-Azubis werden hierfür geschult und trainiert, den Pflegeberuf vorzustellen und für ihn zu werben.

Das Image der Pflege als Beruf ist nicht sehr gut. Stichworte wie zunehmende Überlastung und ungünstige Arbeitszeiten prägen das Bild, im Zuge der Pandemie wird von „Pflege am Limit“ berichtet. Kann die Kampagne das ändern?

Da muss ich widersprechen: Das Image des Pflegeberufs ist nicht schlecht. Im Gegenteil: Die Pflege wird hoch geschätzt. Es geht um die medizinische Versorgung, der Beruf ist mit hoher Verantwortung verbunden und ohne Zweifel höchst sinnvoll. Und der Bedarf an qualifiziertem Personal wächst rasant. Die Pflege ist ein krisensicherer Beruf, eine Arbeit, die wirklich gebraucht wird. Es geht, und auch dies hat sich in der aktuellen Krise immer wieder gezeigt, auch um Menschlichkeit. Trotzdem entscheiden sich zu wenige für diesen Beruf, zu viele steigen zu früh aus. Das muss sich unbedingt ändern.

Die Arbeitsbedingungen haben einen weniger guten Ruf, das ist richtig. Und da haben wir uns mit der Kampagne auch einiges vorgenommen. Es geht darum, Verlässlichkeit der Zeitplanung zu schaffen, den Ruf aus dem „Frei“ zu vermeiden. Die Arbeit muss auf mehr Schultern verteilt werden. Wir müssen auch die Leiharbeit in der Pflege zurückdrängen. Die Arbeit mit Leasingkräften schafft Ungerechtigkeiten, stört den Betriebsfrieden und geht oft sogar auf Kosten der Behandlungsqualität. Leasingkräfte haben kein Netzwerk in der Kli-



Marc Schreiner, Geschäftsführer der Berliner Krankenhausgesellschaft e.V. Foto: BKG

nik, kennen sich weniger aus, fallen oft kurzfristig aus.

Sehr wichtig ist auch das Thema Wertschätzung der Pflege. Dabei geht es nicht nur um Applaus, auch die Frage der Vergütung steht nicht im Vordergrund. Es geht vor allem um die Frage: Welche Rolle hat die Pflege im Team? Die BKG zusammen mit der Ärztekammer, mit dem Pflegerat und den Trägern müssen gemeinsam analysieren, was Wertschätzung der Pflege gegenüber bedeutet und wie sie verbessert werden kann. Das ist vielleicht auch eine Frage der Kommunikation zwischen den verschiedenen Berufsgruppen im Team. Wertschätzung

bedeutet aber vor allem, die Pflege mit ihrer Kompetenz einzubinden in Behandlungs- und Managemententscheidungen.

Welche Maßnahmen sind darüber hinaus geplant, um für den Pflegeberuf zu werben?

Um den Beruf attraktiver zu machen, muss die Pflege entbürokratisiert werden. Hier kann zum Beispiel die Digitalisierung helfen, um Dokumentation zu erleichtern. Um qualifizierte Pflegekräfte nach Berlin zu holen, können aber auch investive Maßnahmen eine große Rolle spielen: Wenn etwa bezahlbarer Wohn-

raum für die Pflegenden und Azubis geschaffen würde, wäre dies ein erheblicher Anreiz. Sogar über das gute alte Schwersternheim auf dem Campusgelände wird wieder nachgedacht. Auch Investitionen in die Infrastruktur, in öffentliche Verkehrsmittel und eine zumutbare, belastbare Pendelstruktur würden helfen.

Wir wollen und müssen die Bedürfnisse der Pflegenden ernst nehmen. Wir wollen den Pflegenden mit der Kampagne zeigen: Wir brauchen Euch, und wir wollen die Bedingungen für Euch verbessern. Wir wollen ihnen zeigen: Wir haben verstanden. ■