



Aktualisierte
Fassung

Anna Lena Hamann

Pflegenetzwerke in Unternehmen gründen und gestalten

Mehrwert für Beschäftigte – unterstützt durch EAP-Dienstleistungen



Inhalt

1	Einleitung	S. 4
2	Der Bedarf für Pflegenetzwerke in Unternehmen	S. 5
3	Ausgangslage analysieren und Netzwerkziele festlegen	S. 7
4	Ausgestaltung des geplanten Pflegenetzwerks	S. 13
5	Kick-off, Rollenfestlegung und Kommunikationsregeln	S. 16
6	Nachhaltige Implementierung und Verfestigung des Netzwerks	S. 21
7	Corporate Benefit eines funktionierenden Pflegenetzwerks	S. 27
8	Zusammenfassung	S. 29

Impressum

awo lifebalance GmbH
Eastend-Tower
Otto-Brenner-Str. 245 · 33604 Bielefeld
Fon 0800 296 2000 (kostenlos)
Fax 0180 1296 329 (zum Ortstarif)
Geschäftsführerin: Karin Esch

E-Mail: info@awo-lifebalance.de
www.awo-lifebalance.de

Text und Konzept: Anna Lena Hamann
Layout: Daniel Labidi
Bildquelle: ©iStockphoto.com: Izabela Habur; alvarez; Orbon Alija; SEIZAVISUALS; koszivu - Fotolia; Nelos - Fotolia

©awo lifebalance GmbH, Mai 2025

1 Einleitung

Immer mehr Unternehmen gründen und fördern Selbsthilfennetzwerke für Beschäftigte mit Pflegeaufgaben – verstärkt auch durch neue öffentliche Programme. Dies ist ein sehr begrüßenswerter Trend, denn Pflegenetzwerke können ein wesentlicher Baustein für die Ver einbarkeit von Pflege und Beruf sein. In Pflegenetzwerken vernetzen sich pflegende Angehörige mit Pflegebedürftigen und unterstützen den Strukturen zur Erleichterung der Pflege. Berufstätige Pflegende erhalten in solchen Netzwerken eine Fülle von Informationen, vielfältige Möglichkeiten zu Austausch und Kommunikation sowie wertvolle Kontakte.

Berufstätige Pflegende sind oft einer hohen Mehrfachbelastung ausgesetzt. Erfahren sie zu wenig Unterstützung, kann das zu Fehlzeiten, Reduktion der Arbeitszeit, gesundheitlichen Problemen oder sogar dem erzwungenen Ausstieg aus dem Beruf führen. Indem Unternehmen eigene Pflegenetzwerke gründen und fördern, tragen sie dazu bei, dass ihre Mitarbeitenden mit Pflegeverantwortung den Belastungen standhalten, beruflich engagiert bleiben und psychisch stabil sind.

In diesem White Paper lesen Sie, wie sich ein Pflegenetzwerk planen, gründen und nachhaltig implementieren lässt. Dafür werden oft nur wenige Ressourcen innerhalb des Unternehmens gebunden. Zudem kann ein EAP-Dienstleister die Gründung und Entwicklung des Pflegenetzwerks auf vielfache Weise unterstützen.

2 Der Bedarf für Pflegenetzwerke in Unternehmen

Zur Philosophie eines jeden Selbsthilfennetzwerks gehört es, das Potenzial der Betroffenen zu heben, ihre Situation aus eigener Kraft zu verbessern, voneinander zu lernen und sich auf unterschiedlichen Ebenen gegenseitig zu unterstützen. Wir als awo lifebalance sind ein EAP-Dienstleister, der in der Wohlfahrtspflege verwurzelt ist und sich den Werten der Solidarität und Subsidiarität verpflichtet weiß. Deshalb ist es uns ein echtes Herzensanliegen, die Gründung von Pflegenetzwerken in Unternehmen anzuregen und tatkräftig zu unterstützen. Wo pflegende Berufstätige einander helfen, Wissenslücken zu schließen, mit den körperlichen und psychischen Belastungen der Pflege gut umzugehen und auch einmal inneren Abstand zur Pflege zu gewinnen, da müssen Pflegeprofis oder Coaches für herausfordernde Lebenslagen oft gar nicht erst tätig werden. Das ist gelebte Solidarität und Subsidiarität!

Berufstätige mit Pflegeaufgaben sind keine winzige Minderheit. Wenn man den Begriff der Pflege praxisgerecht fasst, dann kümmern sich in Deutschland sieben bis acht Millionen Privatpersonen um pflegebedürftige Angehörige. Schätzungsweise zwei Drittel von ihnen sind berufstätig, mehr als ein Viertel sogar in Vollzeit. Nach einer aktuellen Vorausberechnung des Statistischen Bundesamts wird die Zahl der pflegebedürftigen Menschen bis 2055 um rund 37 Prozent steigen – bei gleichzeitig rückläufiger Zahl von Angehörigen, die Pflege übernehmen können.



„ES KOMMT DEM UNTERNEHMEN IN JEDEM FALL ZUCUTE, WENN PFLEGENDE ANGEHÖRIGE SICH AUCH NUR EIN BISSCHEN WENIGER BELASTET FÜHLEN.“

Stephanie Franke, Referentin Öffentlichkeitsarbeit,
Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR)



3 Ausgangslage analysieren und Netzwerkziele festlegen

Angesichts dieser Zahlen verwundert es nicht, wenn Unternehmen, die ihre Beschäftigten zur Möglichkeit der Gründung eines Pflegenetzwerks befragen, oft auf große Resonanz stoßen. Bei einer Organisation im Transportwesen bekundeten rund 1.000 von insgesamt 10.000 Beschäftigten, sie hätten Interesse an einem Pflegenetzwerk im Unternehmen. Eine Rücklaufquote von 10 Prozent positiver Antworten, die uns selbst überrascht hat. Das zeigt, wie groß der Bedarf ist.

Wie alle Selbsthilfegruppen und -netzwerke sind nun aber auch Pflegenetzwerke kein „No brainer“. Ohne Zielklarheit und Bedarfsgerechtigkeit, ohne passende Organisations- und Kommunikationsstrukturen und ohne fundierten fachlichen Input bleibt es oft bei der guten Absicht. Wie also gründet man ein Pflegenetzwerk im Unternehmen? Was gibt es zu bedenken, welche Entscheidungen gilt es zu treffen und wer sollte einbezogen werden? In den folgenden Abschnitten erläutern wir den Prozess Schritt für Schritt.

In einem ersten Schritt gilt es zunächst, die Ausgangslage im Unternehmen zu analysieren und die Ziele für das Pflegenetzwerk entsprechend festzulegen. Normalerweise wird die Personalabteilung nicht wissen, wie viele Beschäftigte eine*n Angehörige*n pflegen. Es macht deshalb Sinn, die Mitarbeitenden zunächst zum Thema zu befragen. Dabei sollte darauf geachtet werden, dass tatsächlich die gesamte Belegschaft von der Befragung erreicht wird. Beschäftigte in einer Produktionshalle zum Beispiel haben oft keinen Computer und keine eigene E-Mail-Adresse. Im Idealfall gibt es sowohl digitale Fragebögen als auch solche auf Papier.

Wer herausfinden möchte, wie viele Beschäftigte tatsächlich Pflegeaufgaben übernehmen, sollte einen erweiterten Begriff der Pflege zugrunde legen, also nicht zur Bedingung machen, dass die jeweils zu pflegende Person einen Pflegegrad besitzt und Anspruch auf Leistungen aus der Pflegeversicherung hat. Die Frage könnte also lauten: „Pflegen Sie privat eine*n Angehörige*n, unabhängig davon, ob diese Person Leistungen aus der gesetzlichen Pflegeversicherung bezieht?“ Eventuell kann auch darauf hingewiesen werden, dass mit Pflege nicht allein „Elder Care“ gemeint ist, sondern auch die Pflege chronisch schwer erkrankter oder schwerstbehinderter Partner*innen, Kinder, Eltern, Geschwister und anderer naher Angehöriger. Eine Befragung der Mitarbeitenden im Rahmen der Bedarfsanalyse bietet die Gelegenheit, noch weitere aufschlussreiche Fragen zu stellen. Eine davon könnte lauten, ob sich der/die Befragte mehr Unterstützung bei den Pflegeaufgaben wünscht, insbesondere seitens des Unternehmens. In einem freien Eingabefeld könnten dazu auch konkrete Wünsche abgefragt werden. Schließlich macht es durchaus Sinn, die Beschäftigten direkt zu fragen, ob sie Interesse an einem Pflegenetzwerk im Unternehmen haben. Dazu sollte kurz erläutert werden, worum es sich bei einem Pflegenetzwerk handelt. Insgesamt ist es ratsam, dass der Fragebogen nicht zu lang ist und sich die Fragen leicht und schnell beantworten lassen. Das begünstigt eine hohe Rücklaufquote.



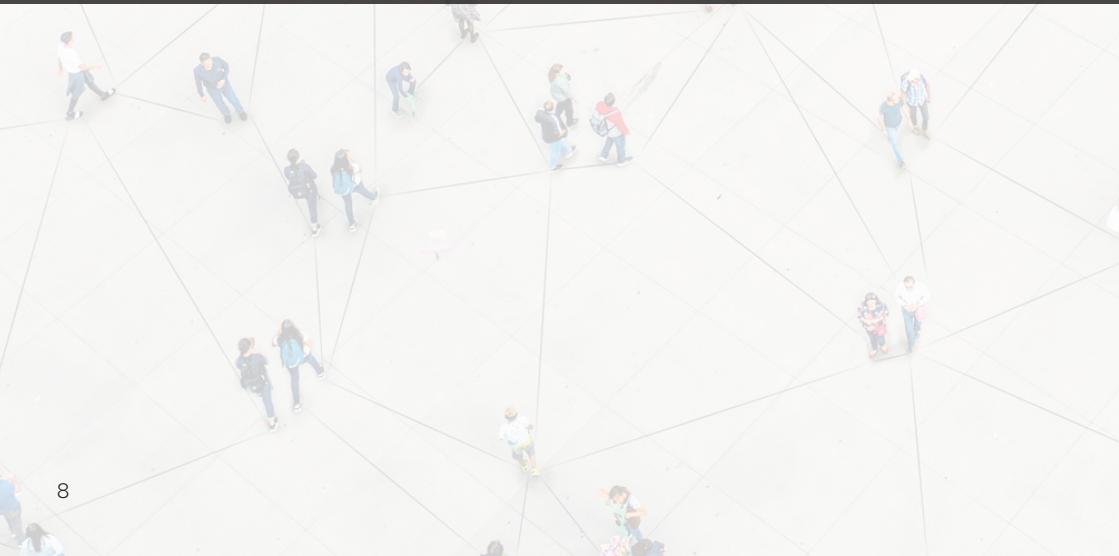
„WIR TAUSCHEN UNS BEI VODAFONE IMMER WIEDER SEHR INTENSIV AUS ZUM THEMA DEMENZ. DABEI WOLLEN ALLE ERFAREN, WIE ANDERE DAMIT UMGEHEN. EIN WEITERER ASPEKT IST AUCH, WIE MITARBEITENDE IHRE MUTTER ODER IHREN VATER ÜBERHAUPT DAZU BRINGEN, HILFE ANZUNEHMEN. DER AUSTAUSCH TUT ANGEHÖRIGEN GUT UND GIBT IHNEN RÜCKHALT.“

Erdmute Thalmann, Managerin Diversity & WorkLife,

Vodafone Germany



Together we can



Nach der Bedarfserhebung – oder parallel dazu – sollte sich das Unternehmen Gedanken über die verbindlichen Ziele des zukünftigen Pflegenetzwerkes machen. Dies sind einige mögliche Ziele:

Aufklärung und Wissensvermittlung

Wissen zum Thema Pflege untereinander zu teilen, ist meist eines der Hauptziele eines Pflegenetzwerks. Vor allem Beschäftigte, die zum ersten Mal mit Pflegeaufgaben konfrontiert sind, haben eine Fülle von Fragen und sind oft verunsichert. Aufgrund der hohen Komplexität des Themas und häufiger gesetzlicher Änderungen müssen aber auch Menschen, die schon länger Angehörige pflegen, ihr Wissen ständig auf dem neuesten Stand halten. Als Folge der gesellschaftlichen Verdrängung des Themas Pflege ist der allgemeine Wissensstand gering, viel geringer als zum Beispiel bei medizinischen Themen. Der Aufklärungsbedarf reicht von der praktischen Organisation der Pflege und den Möglichkeiten zur Bewältigung des Alltags über Pflegegrade und ihre Beantragung bis hin zu möglichen Absprachen am Arbeitsplatz und der Vereinbarkeit der Pflege mit der täglichen Berufstätigkeit. Pflegende Beschäftigte sollten auch Informationen dazu erhalten, wie sie sich selbst entlasten und ihre psychische Stabilität aufrechterhalten können, beispielsweise durch ein Lebenslagencoaching oder dadurch, dass die zu pflegende Person einen Kurzzeitpflegeplatz erhält, damit der/die pflegende Beschäftigte Erholungssurlaub machen kann. Das sind nur Beispiele für die vielen Themenbereiche, zu denen Betroffene immer wieder Aufklärung und Wissen benötigen.

Aufzeigen von Alternativen zur aktuellen Pflegesituation

Die Anforderungen an pflegende Angehörige steigen – auch, weil die durchschnittliche Pflegedauer zunimmt. Während sie bei kürzlich Verstorbenen im Schnitt 3,9 Jahre betrug, wird sie für neu Pflegebedürftige inzwischen auf 7,5 Jahre geschätzt. Besonders – aber nicht nur – bei altersbedingt zu Pflegenden kommt es zu schleichenden oder schubweisen Verschlechterungen der Situation.

Erfahrungsaustausch zur täglichen Pflegepraxis

So müssen viele Pflegende bei der häuslichen Pflege immer wieder abwägen, inwieweit sie den Herausforderungen noch gewachsen sind. Einem Pflegenetzwerk gehören meistens sowohl Beschäftigte an, die selbst pflegen, als auch solche, die eine*n Angehörige*n in einer Pflegeeinrichtung oder Wohngruppe untergebracht haben. Vernetzen sich diese beiden Gruppen, dann können besonders die häuslich Pflegenden immer wieder auch auf Erfahrungen mit Alternativen zurückgreifen und erhalten dazu Hinweise aus Sicht der Betroffenen. Sollte ein Wechsel von der häuslichen Pflege zu einer Einrichtung anstehen, kann sich über das Pflegenetzwerk auch der EAP-Dienstleister direkt einschalten und für ein passendes Arrangement sorgen.

Häusliche Pflege durch Angehörige ist anspruchsvoll. Es kann zu überraschenden Situationen kommen – etwa bei plötzlichem Sturz, Verwirrtheit oder nächtlicher Unruhe. Oft werden dann kurzfristig neue Hilfsmittel wie Pflegebett, Lagerungskissen oder Hausnotruf benötigt. Ein weiteres Ziel eines Pflegenetzwerks ist es daher, den Erfahrungsaustausch über die tägliche Pflegepraxis zu ermöglichen. Was ist zum Beispiel zu beachten, wenn die zu pflegende Person gewaschen werden muss? Welche Möglichkeiten einer gesunden Ernährung gibt es bei Angehörigen, die nicht mehr „normal“ essen können? Hat jemand bereits Erfahrungen mit einem neuen Medikament gemacht, das bei zu Pflegenden mit Demenz aggressive Schübe dämpfen soll? Für solche und viele andere Fragen der täglichen Praxis kann ein Pflegenetzwerk ein Forum sein. Die Beratung der Betroffenen durch Pflegeprofis wird auf diese Weise ideal ergänzt.

Steigerung des Wohlbefindens pflegender Angehöriger

Ein wichtiges Ziel eines Pflegenetzwerks wird es oft sein, das Wohlbefinden und die psychische Stabilität der Betroffenen zu fördern. Dies geschieht meist schon automatisch durch die regelmäßige Kommunikation mit anderen Betroffenen innerhalb des Netzwerks, nach dem Motto: „Geteiltes Leid ist halbes Leid“. Viele Pflegenetzwerke bieten nicht allein Wissen, Kontakte und praktisches Know-how, sondern sind für Pflegende auch ein Forum, in dem einmal „Dampf abgelassen“ oder „sich ausgeweint“ werden kann. Dies ist ein wichtiger Faktor der Psychohygiene und sollte nicht unterschätzt werden. Die Pflege ist für viele – wenn auch nicht alle – Betroffene seelisch stark belastend. Ein Netzwerk von Gleichgesinnten kann hier sehr viel Entlastung bieten und damit zum Beispiel auch Konflikten am Arbeitsplatz aufgrund von Erschöpfung und Gereiztheit vorbeugen.

Soziale Integration

Wie in gewissem Maß bereits die Berufstätigkeit selbst, trägt auch ein Pflegenetzwerk dazu bei, dass Angehörige mit Pflegeaufgaben sozial integriert und in verlässlichen Strukturen bleiben. Ein Ziel eines Pflegenetzwerks ist es insofern auch zu verhindern, dass Betroffene sozial den Anschluss verlieren, was leider oft eine Gefahr für Pflegende ist. Diese Gefahr besteht besonders, wenn mehr als eine Stunde pro Tag für die Pflege aufgewendet werden muss, die zu pflegende Person an einem anderen Ort als dem eigenen Wohnort lebt oder die Betroffenen parallel noch eigene Kinder zu versorgen haben. Die Mehrfachbelastung durch Beruf, Pflege und Familie kann im Extremfall zu einem Einschlafen der meisten anderen Sozialkontakte und zu Isolation führen. Ein Pflegenetzwerk bietet immer wieder Möglichkeiten, Menschen zu begegnen, und aufgrund der ähnlichen Lebenssituation fällt es hier oft auch leicht, neue Kontakte zu knüpfen.

Vernetzung mit externen Kooperationspartnern aufbauen

Ein weiteres Ziel eines Pflegenetzwerks kann es sein, sich mit Kooperationspartnern zu vernetzen, die die Pflege erleichtern oder die finanziellen Belastungen der Pflege reduzieren helfen. Das können zum Beispiel Sanitätshäuser sein, mit denen das Pflegenetzwerk Sonderkonditionen verhandelt. Auch haben Pflegedienste mittlerweile alarmierende Engpässe. Laut Sozialverband VdK lehnen 89 Prozent derzeit neue Kund*innen ab und 91 Prozent müssen ihre Leistungen wegen Personalmangels einschränken. Über das Pflegenetzwerk besteht für Betroffene oft die Möglichkeit, solche Engpässe zu umgehen. Einer der wichtigsten Kooperationspartner des Pflegenetzwerks wird oft der EAP-Dienstleister des Unternehmens sein. Dieser kann die Gründung begleiten, fachliches Know-how einbringen oder Netzwerkertreffen moderieren. Im Bedarfsfall kann der EAP-Dienstleister für einzelne Betroffene auch konkrete Maßnahmen auf den Weg bringen, etwa eine Pflegenotfallbetreuung. Wir werden auf die einzelnen Unterstützungsmöglichkeiten durch den EAP-Dienstleister später noch einmal zurückkommen.

Sobald innerhalb des Kreises der Initiierenden ausreichende Klarheit über Richtung und Ziele besteht, stehen damit auch gewissermaßen „Mission und Vision“ des Netzwerks fest. Es sollte nun leichtfallen, das Vorhaben gegenüber unternehmensinternen Stakeholdern zu beschreiben. Auf die Nutzenargumentation im Sinne der Darstellung eines Corporate Benefits gehen wir weiter unten noch ein.

4 Ausgestaltung des geplanten Pflegenetzwerks

Sobald Bedarfserhebung und Zielklärung abgeschlossen sind, gibt es häufig noch einige allgemeine Ausgestaltungsfragen zu beantworten. Dazu zählt beispielsweise, welchen Rahmen und welche Zielgröße das Netzwerk haben soll. Es gibt Pflegenetzwerke, die zunächst als „Pflegestammtisch“ in Präsenz an einem Unternehmensstandort gestartet sind, während andere direkt bundesweit über mehrere Standorte als virtuelles Netzwerk ausgerollt wurden. Grundsätzlich lassen sich virtuelle Elemente und Formate in Präsenz fast immer miteinander kombinieren, und ein Netzwerk kann sich über die Zeit in beide Richtungen entwickeln. Manchmal kommt zum Beispiel unter den Mitgliedern eines virtuellen Netzwerks der Wunsch auf, sich auch einmal persönlich zu treffen, was dann entsprechend arrangiert wird. Dies lässt sich bei vielen Selbsthilfennetzwerken beobachten, nicht allein im Pflegebereich. Zu klären ist insofern erst einmal nur die Frage, wie man starten möchte.

>>

Wir waren zwei Initiatorinnen, die das Netzwerk angeschoben haben. Ich denke, auch für andere Netzwerke ist es wichtig, dass es eine Handvoll Leute gibt, die sich den Hut aufsetzen und einfach mal machen. Es braucht auf Dauer mindestens zwei bis drei Personen, die sich wirklich dahinterklemmen.“

<<

Stephanie Franke, Referentin Öffentlichkeitsarbeit, Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR)

Gerade bei kleineren Unternehmen kommt auch in Betracht, von Anfang an ein unternehmensübergreifendes Netzwerk zu gründen, etwa gemeinsam mit Partnerunternehmen, mit denen unter Umständen bereits Kooperationen existieren.

Schließlich ist noch zu betrachten, welche Ressourcen benötigt werden, inwieweit diese vorhanden sind und ob das Netzwerk eine Rechtsform erhalten soll. Es gibt Pflegenetzwerke, die von ehrenamtlichen Ansprechpersonen in ihrer Freizeit geleitet werden und deren Mitglieder sich ausschließlich außerhalb der Arbeitszeit treffen. Hier werden so gut wie keine personellen Ressourcen gebunden, aber eventuell Räume oder Infrastruktur zur Verfügung gestellt.

Andere Unternehmen unterstützen ihr Pflegenetzwerk intensiver, etwa durch folgende Regelungen und Aktivitäten:

- Ansprechpersonen des Netzwerks erledigen ihre Aufgaben während der Arbeitszeit.
- Bestimmte Netzwerkaktivitäten dürfen während der Arbeitszeit stattfinden.
- Räume, Videoconferencing-Tools und andere Infrastruktur des Unternehmens dürfen genutzt werden.
- Das Pflegenetzwerk erhält Mittel für eigenes Infomaterial in Form von Flyern, Postern usw. sowie evtl. einen Infostand.
- Das Unternehmen organisiert und finanziert Veranstaltungen des Pflegenetzwerks, etwa Fachvorträge oder Q&As mit Expert*innen, z. B. des EAP-Dienstleisters.
- Schulungen und Fortbildungen, zum Beispiel Ausbildungen zu Pflegelots*innen, werden bezahlt.
- Das Unternehmen gibt dem Pflegenetzwerk eine Rechtsform und trägt die Kosten dafür.
- Ein EAP-Dienstleister wird beauftragt, das Pflegenetzwerk fachlich zu begleiten, Netzwerktreffen zu moderieren, Info-Veranstaltungen durchzuführen usw.

Abhängig davon, mit welchem Anspruch und in welchem Maßstab das Pflegenetzwerk starten soll, dürfen die genannten Punkte entsprechend kalkuliert und finanziert werden. Unter bestimmten Voraussetzungen, unter anderem wenn es sich um ein selbstorganisiertes, regionales Netzwerk handelt, kann eine Förderung aus Mitteln der Pflegeversicherung beantragt werden. Einzelheiten dazu lassen sich bei den Expert*innen des EAP-Dienstleisters erfragen. Die meisten betrieblichen Pflegenetzwerke haben zumindest am Anfang keine Rechtsform. Sie organisieren sich über beauftragte Personen mit definierten Rollen sowie über Absprachen und Kommunikationsregeln (siehe unten). Es ist jedoch auch möglich, das Pflegenetzwerk zum Beispiel als eingetragenen Verein (e. V.) zu organisieren. Zu überlegen ist dann, inwieweit die gesetzlichen Vorgaben für Vereine erfüllt werden können, also z. B. jährliche Mitgliedsversammlungen, regelmäßige Vorstandswahlen oder die Erstellung von Jahresabschlüssen und die Beantragung von Freistellungsbescheiden beim Finanzamt. Ein klarer Vorteil des eingetragenen Vereins besteht darin, dass monatliche oder jährliche Mitgliedsbeiträge erhoben und externe Fördermittel beantragt werden können.

Checkliste: Ausgangslage, Ziele und Ausgestaltung

- Anzahl der Betroffenen im Unternehmen ermitteln
- Mitarbeitende zum Thema Pflege befragen
- Abfragen, wer an einem Pflegenetzwerk interessiert ist
- Verbindliche Ziele des zukünftigen Pflegenetzwerks festlegen
- Vorhaben skizzieren und Nutzenargumentation (für Stakeholder) erarbeiten
- Rahmen und Zielgröße des Netzwerks festlegen
- Entscheiden, ob in Präsenz, virtuell oder hybrid gestartet werden soll
- Klären, ob Kooperationspartner von Anfang an eingebunden werden
- Geplanten Ressourceneinsatz festlegen und Machbarkeit prüfen
- Entscheidung für eine Organisation mit oder ohne Rechtsform
- Finanzierung klären und Fördermöglichkeiten durch Pflegeversicherung prüfen
- Ggf. EAP-Dienstleister bereits zur Unterstützung der Gründung einbinden

5 Kick-off, Rollenfestlegung und Kommunikationsregeln

Sind sämtliche Vorbereitungen abgeschlossen und nötige Managemententscheidungen getroffen, bietet sich an, das Pflegenetzwerk mit einer Kick-off-Veranstaltung zu starten, an der bereits Betroffene teilnehmen, die sich für das Netzwerk engagieren und/oder ihre Ideen einbringen möchten. Die Veranstaltung kann virtuell oder in Präsenz stattfinden. Es entspricht dem Selbstverständnis eines Selbsthilfennetzwerks, dass die nun anstehende Festlegung von Rollen, Abläufen, Funktionen und Kommunikationsregeln möglichst im Konsens mit den Betroffenen und unter Berücksichtigung ihrer Wünsche und Vorstellungen erfolgt.

>> Unser Netzwerk ist vor allem ein Ort des Austauschs, dennoch passt der Begriff Pflegenetzwerk – so hat es sich auch etabliert. Wir treffen uns alle drei Wochen online, an unterschiedlichen Wochentagen und zu unterschiedlichen Uhrzeiten, sodass es für alle mal passt teilzunehmen.

Erdmute Thalmann, Managerin Diversity & WorkLife, Vodafone Germany



Die Benennung von Ansprechpersonen und Verantwortlichen ist in der Kick-off-Phase ein wesentlicher Schritt: Wer kümmert sich um was bis wann? Hier unterscheidet sich ein Pflegenetzwerk nicht von vielen anderen Initiativen, Gruppen oder Projekten. Wichtig ist jedoch zu beachten, dass ein Pflegenetzwerk im Kern von Kommunikation und Austausch sowie dem Teilen von Wissen lebt. Deshalb sollten möglichst früh die Kommunikationswege und -regeln innerhalb des Netzwerks diskutiert und verbindlich beschlossen werden. Hier einige Punkte, über die gesprochen werden sollte:



Kommunikationszentrale

Jedes Netzwerk braucht eine Art „Hub“, einen (virtuellen) Ort, an dem die internen kommunikativen Fäden zusammenlaufen. Hier wird Know-how gebündelt, werden Anfragen angenommen und Inhalte archiviert. Wie soll eine solche Kommunikationszentrale aussehen? Handelt es sich um eine Seite im Unternehmens-Intranet plus einen E-Mail-Verteiler? Oder gibt es einen geschlossenen Bereich oder eine Gruppe auf Social Media, zum Beispiel LinkedIn? Oder bei Messenger-Diensten, wie WhatsApp oder Signal? (Dabei sind ggf. Compliance- und IT-Sicherheitsregeln des Unternehmens zu beachten.) Soll und darf vorhandene Software des Unternehmens genutzt werden wie Microsoft Teams? Ist ein Wiki sinnvoll, um generiertes Wissen zu strukturieren und für alle leicht verfügbar zu halten?

>> Als Erstes haben wir einen eigenen Wiki-Bereich einrichten lassen, ein kleines Wiedererkennungsbild für das DLR-Pflegenetzwerk entwickelt und ein Newsletter-Template angelegt. Dann gab es eine Rundmail an die Adressen, die wir schon hatten. Darin haben wir gesagt: Okay, wir sind jetzt am Start, wir haben ein Postfach und ein Wiki und wollen demnächst regelmäßige Treffen machen. Hier ist schon mal ein Terminvorschlag für ein erstes Treffen.

Stephanie Franke, Referentin Öffentlichkeitsarbeit, Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR)



Moderation und Redaktion

Wo auch immer ein Netzwerk seinen kommunitativen „Hub“ einrichtet, wird es Personen brauchen, die die Moderation übernehmen. Wenn es regelmäßige Informationen an alle geben soll, etwa über E-Mail-Newsletter oder Blogbeiträge, kann es sinnvoll sein, hierfür ein Redaktionsteam zu bilden. In jedem Fall gehört es zu den Absprachen über Rollen und Funktionen, wer über welche Kanäle Informationen verteilen oder Anfragen von Mitgliedern oder Interessierten beantworten soll.

Gruppen- kommunika- tion

Wie in jeder Gruppe sind auch in einem Pflegenetzwerk einige Regeln und Absprachen für die Gruppenkommunikation sinnvoll. Soll es zum Beispiel einen Jour fixe geben? Das kann eine regelmäßige Videokonferenz – zum Beispiel einmal im Monat – oder ein Stammtisch in Präsenz sein. Ist es von Anfang an erwünscht, dass sich Arbeitskreise zum Austausch über spezifische Themen bilden? Und sollen bestimmte Standards und Normen für die Kommunikation innerhalb des Netzwerks festgelegt werden? Bei alledem ist zu beachten, dass Netzwerke dynamisch sind. Man startet also vielleicht mit bestimmten Regeln und Absprachen und passt diese dann später den tatsächlichen Bedürfnissen der Mitglieder oder der Weiterentwicklung des Netzwerks an.

» Bei den Netzwerktreffen muss man sich nicht anmelden, das war uns ganz wichtig. Man klickt sich einfach rein oder wieder raus, wenn man etwas anderes zu tun hat. Das ist also extrem niedrigschwellig. «

Stephanie Franke, Referentin Öffentlichkeitsarbeit,
Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR)

Externe Kommuni- kation

Eine grundsätzliche Frage ist es, ob und inwieweit externe Kommunikation, insbesondere Öffentlichkeitsarbeit stattfinden soll. Letztere kann sinnvoll sein, um zum Beispiel neue Kooperationspartner zu werben oder um potenziellen Bewerber*innen zu signalisieren, was das Unternehmen für die Vereinbarkeit von Pflege und Beruf tut. Auch eine mögliche Ausweitung des Netzwerks über die Unternehmensgrenzen hinaus kann Öffentlichkeitsarbeit vorbereiten. Eventuell gibt es neben der Kommunikationszentrale für die interne Kommunikation noch eine Facebook- oder LinkedIn-Seite, die vorrangig der Außendarstellung dient.

Medien- einsatz und Multiplika- tor*innen

Zum Thema Kommunikation gehört auch die Entscheidung, ob das Netzwerk eigene Medien einsetzen möchte und wenn ja, welche. Soll es zum Beispiel Flyer und Broschüren mit Informationen sowohl über das Netzwerk selbst als auch zu Pflegethemen geben? Sind Poster und Aushänge geplant? Soll es eine eigene Website geben? Oder einen YouTube-Kanal mit informativen Kurzvideos? Auch hier gilt es, Verantwortliche zu benennen sowie ggf. die Finanzierung zu klären. Außer über Medien können Betroffene auch über Multiplikator*innen auf das Pflegenetzwerk aufmerksam werden. Hierzu lässt sich besprechen, ob bestimmte Personen gezielt als Multiplikator*innen auftreten sollen und wie die Ausgestaltung dieser Rolle aussehen könnte.

Spätestens mit dem Beginn der Kommunikation untereinander ist das Netzwerk aktiv! Jetzt gilt es, das Netzwerk nachhaltig zu implementieren und die Netzwerkarbeit zu verstetigen.





6 Nachhaltige Implementierung und Verfestigung des Netzwerks

Ein Pflegenetzwerk lebt von der Beteiligung seiner Mitglieder und braucht Zeit, um zu wachsen und sich zu entwickeln. Gleichzeitig sind Netzwerke keine Selbstläufer. Sie sollten nachhaltig implementiert werden, wozu es vor allem am Anfang genügend Anschub seitens der Verantwortlichen und der engagierten Mitglieder braucht, damit die Aktivitäten nicht bald wieder einschlafen. Deshalb ist es sinnvoll, bereits zu Beginn einen klaren Zeitplan mit Etappenzielen zu definieren und verbindlich zu beschließen. Auch sollte regelmäßig evaluiert werden, wie sich das Netzwerk entwickelt, um bei Bedarf nachjustieren zu können.

Hier einige mögliche Aktivitäten, um den Austausch und die Zusammenarbeit innerhalb des Pflegenetzwerks zu intensivieren:

Arbeitsgruppen bilden

Interessierte Mitglieder innerhalb des Netzwerks können sich in Arbeitsgruppen zu einzelnen Themen und Aufgaben zusammenfinden. Dabei können einerseits Fachthemen im Mittelpunkt stehen, zum Beispiel alles rund um Pflegeversicherung und Pflegegrade, wozu dann Wissen erarbeitet und dem Netzwerk zur Verfügung gestellt wird. Genauso können Arbeitsgruppen sich aber auch einzelnen Aufgaben widmen, also zum Beispiel ein Redaktionsteam für Internet- oder Intranet-Auftritte, Newsletter und Social Media bilden. Oder Kooperationspartner akquirieren und diese als Ansprechpartner*innen betreuen. Die Arbeitsgruppen treffen sich am besten regelmäßig zu festen Terminen.

Infoveranstaltungen und Schulungen

Fachveranstaltungen

Je größer das Unternehmen, desto wichtiger ist es, das Pflegenetzwerk unternehmensweit bekannt zu machen, Informationen an Interessierte zu geben und um Unterstützung zu werben. In Infoveranstaltungen (sowohl digital als auch in Präsenz) können das Netzwerk und seine Ziele sowohl möglichen Betroffenen als auch Führungskräften und potenziellen Multiplikator*innen vorgestellt werden. In Zusammenarbeit mit Pflegeexpert*innen können Schulungen für Führungskräfte, Personal*innen und Betriebsratsmitglieder organisiert werden, in denen diese als Ansprechpartner*innen zum Thema Pflege fortgebildet werden. Sie bilden wichtige Schnittstellen zu den Mitarbeitenden.

In Kooperation mit Expert*innen kann das Pflegenetzwerk in unregelmäßigen Abständen einzelne Fachthemen rund um die Pflege von Angehörigen aufgreifen und in der Tiefe beleuchten. Das kann in Präsenz geschehen, aber zum Beispiel auch als Video-Talk während Mittagspausen. Die Mitglieder des Netzwerks können aktiviert werden, sodass sie selbst Vorschläge machen, welche Themen für sie interessant sind. Sobald das Netzwerk schon etwas etabliert ist, kann es ein besonders interessantes Format sein, einmal einen unternehmensinternen Tag der Pflege zu organisieren. Mitglieder des Netzwerks können sich hier bei Vorbereitung und Durchführung einbringen. Es können aber auch bestehende Veranstaltungen, wie Gesundheitstage, genutzt werden, um das Netzwerk zum Beispiel mit einem Infostand zu präsentieren.

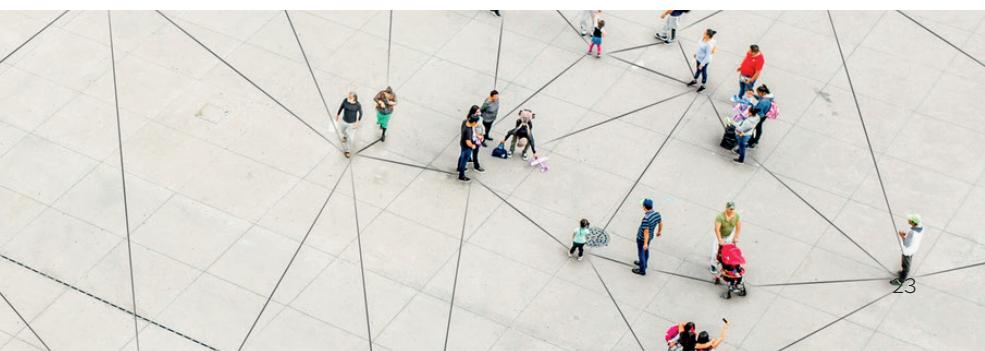
Informationsmaterial erstellen und verteilen

Die Erstellung und Verteilung von eigenen Informationsmaterialien wie Flyern oder Broschüren ist eine gute Möglichkeit, Netzwerkmitglieder zu aktivieren und zu involvieren. Ist im Unternehmen noch kein Betrieblicher Pflegekoffer vorhanden, so kann es sich das Pflegenetzwerk in Zusammenarbeit mit der Personalabteilung oder dem BGM zur Aufgabe machen, dieses umfangreiche Informationspaket rund um Pflegethemen und die Vereinbarkeit von Pflege und Beruf zusammenzustellen und aktuell zu halten.

awo lifebalance ist Mitglied im Landesprogramm „Vereinbarkeit von Beruf & Pflege NRW“. Das Programm unterstützt Unternehmen in NRW beim Aufbau pflegesensibler Strukturen – mit Qualifizierungen für betriebliche Pflege-Cuides, Unterstützung bei Öffentlichkeitsarbeit und Vernetzung sowie kostenfreiem Zugang zum digitalen „Pflegekoffer NRW“. Mehr unter: www.berufundpflege-nrw.de

Wissenssammlungen aufbauen

Im Lauf der Zeit wird das Pflegenetzwerk viele Informationen an seine Mitglieder vermitteln und dabei verschiedene Kanäle und Formate nutzen. Es sollte sich Gedanken darüber machen, wie diese Informationen gebündelt und archiviert werden können. So können zum Beispiel sämtliche Broschüren und Flyer an einen zentralen Ort auch zum digitalen Download bereitgehalten werden. Vorträge und fachspezifische Video-Calls lassen sich aufzeichnen und zum digitalen Re-live zur Verfügung stellen. Digitale Wissenssammlungen können auch in Form eines Wikis strukturiert werden. Doch auch eine Social-Media-Seite eignet sich oft schon recht gut, um Texte, Grafiken und Videos zu posten und damit auch noch nach Jahren abrufbar zu machen.



Vorteilsheft anbieten

Eine gute Möglichkeit, für das Pflegenetzwerk zu werben und gleichzeitig praktische Unterstützung zu leisten, ist ein Vorteilsheft, das sämtlichen Mitarbeitenden kostenlos angeboten wird. Darin lassen sich Hinweise auf Präventionskurse und Seminarangebote ebenso unterbringen wie Gutscheine von Kooperationspartnern, etwa Sanitätshäusern oder Versandapothen. Ergänzend können auch digitale Angebote aufgenommen werden, zum Beispiel Hinweise auf regionale Pflegeberatungsstellen, Online-Pflegekurse der Krankenkassen, alltagstaugliche Checklisten oder Apps zur Organisation von Pflegeterminen und Medikamentengabe. Denkbar sind zudem Vergünstigungen bei Haushaldsdiensten oder Mobilitätsangeboten wie Fahrdiensten zu Pflegeterminen. (Bei sämtlichen Gutscheinen ist darauf zu achten, dass sie echte Vorteile gewähren und es sich nicht um bloß um Lockangebote oder Schein-Rabatte handelt.) Auch auf die für die Beschäftigten kostenlosen Leistungen des EAP-Dienstleisters kann in dem Vorteilsheft hingewiesen werden.

Bei den vielfachen Möglichkeiten, die ein Pflegenetzwerk hat, sollte jedoch auch abgestimmt und klar kommuniziert werden, was durch das Netzwerk nicht geleistet werden kann. Bestimmte Ressourcen werden vom arbeitgebenden Unternehmen zur Verfügung gestellt und in der Personalabteilung oder im BGM verantwortet. Auch sollte Pflegeberatung im engeren Sinn stets ausschließlich durch Profis erfolgen, die zum Beispiel über den EAP-Dienstleister jederzeit eingebunden werden können.



Checkliste: Kick-off, Regeln und Implementierung

- Kick-off-Veranstaltung durchführen
- Benennung von Ansprechpersonen und Verantwortlichen
- Genaugen Zeitplan mit Etappenzielen erstellen
- Einrichtung einer (digitalen) Kommunikationszentrale
- Ggf. Bildung eines Redaktionsteams für sämtlichen Content
- Regeln für Gruppenkommunikation festlegen
- Jour fixe für den regelmäßigen Austausch bestimmen
- Ggf. externe Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit starten
- Medien auswählen und Medienkanäle bespielen
- Multiplikator*innen im Unternehmen für das Netzwerk gewinnen
- Arbeitsgruppen innerhalb des Netzwerks bilden
- Info-Veranstaltungen und Schulungen anbieten
- Fachveranstaltungen organisieren (auch digital und Kurzformate)
- Unternehmensinternen „Tag der Pflege“ organisieren
- Infostand bei bestehenden Veranstaltungen
- Informationsmaterial erstellen und verteilen
- An Betrieblichem Pflegekoffer und dessen Aktualisierung mitarbeiten
- Wissenssammlungen aufbauen, z. B. über Wikis, Social Media, Intranet
- Vorteilsheft anbieten, evtl. zusammen mit externen Partnern

Der Erfolg des Pflegenetzwerks wird entscheidend davon abhängen, inwieweit es wertvolle und verlässliche Informationen für seine Mitglieder bereithält und einen regen Austausch ermöglicht, bei dem sich Betroffene gerne aktiv einbringen. Es empfiehlt sich daher, dass Unternehmen sowohl die Gründung und Implementierung eines Pflegenetzwerks als auch dessen spätere Aktivitäten durch die Pflegeprofis eines EAP-Dienstleisters unterstützen lassen.

Hier einige Beispiele für Unterstützungsmöglichkeiten seitens des EAP-Dienstleisters:

- Beratung bei der Planung sowie der Festlegung von Zielen
- Beratung zu Finanzierung, Organisationsform und benötigten Ressourcen
- Moderation oder Co-Moderation der Kick-off-Veranstaltung
- Bereitstellung von Info-Materialien zum Thema Pflege
- Moderation oder Co-Moderation von Netzwerktreffen (z. B. Jour fixe)
- Durchführung von Fachveranstaltungen („Espresso-Talk“, „Demenz-Talk“ etc.)
- Fachliche Beratung der Mitglieder in allen Fragen rund um Pflegethemen
- Finden von konkreten Lösungen für Betroffene innerhalb des Netzwerks
- Wissenstransfer und Vermittlung von Fortbildungen für Netzwerkverantwortliche

Gerade bei gewissenhafter Planung des Netzwerks empfiehlt es sich, gleichzeitig offen und flexibel zu bleiben. Lassen Sie sich auf mögliche Änderungen von Zielen und Ressourcen ein, wenn Mitglieder oder Stakeholder im Unternehmen dies wünschen. Ein Pflegenetzwerk sollte lebendig und authentisch sein und sich immer wieder neuen Wünschen und Bedürfnissen anpassen können. Dabei ist der Spagat zwischen Freiwilligkeit und Verbindlichkeit die große Kunst. Gelingt dieser, bleiben die Mitglieder des Netzwerks motiviert und engagiert.

Übrigens geht ein lebendiges und authentisches Netzwerk auch Tabuthemen nicht aus dem Weg. Besteht zum Beispiel der Wunsch, sich über Tod und Trauer oder pro und contra Sterbehilfe auszutauschen, sollte das Netzwerk offen dafür sein. Bleiben Sie am Ball! Versuchen Sie, immer wieder herauszufinden, was Mitglieder bewegt und wo sie Austausch und Unterstützung gebrauchen können.

7 Corporate Benefit eines funktionierenden Pflegenetzwerks

Ein Pflegenetzwerk bietet **Mehrwert** sowohl für **pflegende Beschäftigte** als auch für das Unternehmen. Der **Corporate Benefit** eines funktionierenden Pflegenetzwerks liegt in zwei wesentlichen Bereichen: Erstens wird pflegenden Beschäftigten die Vereinbarkeit von Pflege und Beruf noch mehr erleichtert als mit den gesetzlich vorgeschriebenen Maßnahmen sowie den Leistungen, die viele Unternehmen darüber hinaus freiwillig erbringen. Die Wahrscheinlichkeit, dass Mitarbeitende in ihrem Beruf engagiert bleiben – wenn auch vielleicht nicht unbedingt in Vollzeit – steigt erheblich. Zweitens zahlt ein Pflegenetzwerk auf das Employer Branding ein, insbesondere wenn es im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des Unternehmens entsprechend kommuniziert wird. Hier einige **Schlaglichter** zum **Corporate Benefit**:

Höheres Engagement pflegender Mitarbeiter*innen

Steigerung der Loyalität von Mitarbeitenden

Unterstützung des Recruitings

Durch die Förderung der Work-Life-Balance und die Unterstützung bei der Bewältigung von Pflegeträgerverantwortung durch das Pflegenetzwerk können pflegende Mitarbeitende ihre Arbeitsaufgaben effektiver erfüllen und Stress reduzieren. Dies wirkt sich positiv auf Engagement, Produktivität und Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden aus.

Finden Beschäftigte innerhalb des Unternehmens ein solidarisches Netzwerk mit anderen Betroffenen vor, das ihnen Austausch, Rat und Unterstützung bietet, so bindet sie das auch stark an das Unternehmen. Generell gilt: Wer pflegende Beschäftigte tatkräftig unterstützt, sorgt für positive „Moments that matter“.

Ein Pflegenetzwerk signalisiert potenziellen Mitarbeitenden bereits während des Bewerbungsprozesses, dass das Unternehmen eine unterstützende Kultur hat, die auch auf die Bedürfnisse von pflegenden Angehörigen eingeht. Auch Pflegende, die bereits aus dem Beruf ausgestiegen waren, werden ermutigt, sich zu bewerben.

Verbesserung des Onboardings

Neue Mitarbeitende können bereits während des Onboarding-Prozesses auf das Pflegenetzwerk hingewiesen werden – selbst wenn sie aktuell keine*n Angehörige*n pflegen. Dadurch fühlen sie sich von Anfang an in einem Unternehmen willkommen, das die Herausforderungen und Bedürfnisse seiner Beschäftigten versteht.

Vorteile beim Offboarding

Selbst wenn Mitarbeitende das Unternehmen verlassen, können sie weiter Mitglieder im Pflegenetzwerk bleiben und dadurch Unterstützung erhalten. Das stärkt die Verbindung zwischen ehemaligen Mitarbeitenden und dem Unternehmen, zeigt Wertschätzung und fördert eine positive Beziehung auch nach dem Ausscheiden aus der Firma.

Imagegewinn

Ein Pflegenetzwerk demonstriert die unterstützende Kultur eines Unternehmens. Dies kann im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit aufgegriffen und zum Beispiel über Interviews und Storytelling transportiert werden. Außer für klassische PR ist das Pflegenetzwerk auch ein geeignetes Thema für Social-Media-Aktivitäten des Unternehmens. Das alles unterstützt sowohl Employer Branding als auch Bewerbendenmarketing.

Gerade wenn das Pflegenetzwerk noch im Ideen- oder Planungsstadium ist, kann es sinnvoll sein, den Corporate Benefit im Unternehmen breit zu kommunizieren, um möglichst zahlreiche Promoter für das Vorhaben zu gewinnen.

>> Wir bei Vodafone sehen, dass es für die betroffenen Beschäftigten essentiell ist, wenn sie bei der Vereinbarkeit von Pflege und Beruf unterstützt werden. Damit dieses gelingt, müssen Führungskräfte und übrige Mitarbeitende dafür Verständnis haben. **<<**

Erdmute Thalmann, Managerin Diversity & WorkLife, Vodafone Germany

Insgesamt trägt ein Pflegenetzwerk im Unternehmen dazu bei, dass pflegende Angehörige eine positive und unterstützende Employee Journey durchlaufen. Es zeigt die Fürsorge des Unternehmens für seine Mitarbeitenden und fördert eine mitfühlende Unternehmenskultur.

8 Zusammenfassung

Ein Pflegenetzwerk bietet Mitarbeitenden mit Pflegeaufgaben die Möglichkeit, sich mit anderen Betroffenen auszutauschen, eine Fülle von Informationen zu erhalten und konkrete Unterstützung zu bekommen. Das fördert aus Unternehmenssicht die Mitarbeitendenbindung und stärkt das Engagement der pflegenden Beschäftigten, da sie sich in einer Gemeinschaft aufgehoben fühlen und Entlastung im Alltag erfahren.

Soll ein Pflegenetzwerk gegründet werden, ist es zunächst ratsam, die Ausgangslage im Unternehmen zu analysieren und die Ziele für das Netzwerk entsprechend festzulegen. Eine Befragung der Mitarbeitenden kann hier ein sinnvolles Instrument sein. Sie kann Aufschluss darüber geben, wie viele Betroffene es im Unternehmen gibt, was diese sich wünschen und ob Interesse an einem Netzwerk besteht.

Besteht Zielklarheit, sind verschiedene Ausgestaltungsfragen zu bedenken. Sie beziehen sich unter anderem auf Größe und Rahmen des geplanten Netzwerks und den nötigen Ressourceneinsatz. Möglicherweise gibt es auch von Anfang an geeignete Partner für das Netzwerk.

Nach dem Kick-off für ein Pflegenetzwerk sollten Rollen, Abläufe, Funktionen und Kommunikationsregeln möglichst im Konsens mit den Betroffenen und unter Berücksichtigung ihrer Wünsche und Vorstellungen festgelegt werden. Die Art der Kommunikation und die Wahl der Kommunikationsmedien und -kanäle verleihen dem Netzwerk seinen eigenen Charakter.

Netzwerke sollten nachhaltig implementiert werden, damit deren Aktivitäten nicht wieder einschlafen. Zu den Maßnahmen der Verfestigung zählen unter anderem die Bildung von Arbeitsgruppen, Info- und Fachveranstaltungen oder der Aufbau von Wissenssammlungen.

Das Unternehmen kann sowohl die Gründung und Implementierung eines Pflegenetzwerks als auch dessen spätere Aktivitäten durch die Pflegeprofis eines EAP-Dienstleisters unterstützen lassen. Das garantiert fachlich hohe Qualität und schont eigene Ressourcen.



Die awo lifebalance GmbH (gegründet 2006) ist eine sozial nachhaltige Dienstleisterin für Arbeitgeber*innen, die ihre Mitarbeiter*innen darin unterstützen, Leben und Beruf in Einklang zu bringen.

Hierzu bieten wir Beratungs- und Vermittlungsdienstleistungen in den Bereichen der Kinderbetreuung und Pflege, der haushaltsnahen Dienstleistungen und des Lebenslagencoachings und der psychosozialen Beratung an. Weitere Betreuungsangebote wie betriebliche Ferienbetreuung vor Ort (Ferienspiele), Online-Ferien-Beschäftigung, Inhouse-Kinderbetreuung bei Fortbildungen, Veranstaltungen und Kongressen sowie betrieblich unterstützte Kindernotfallbetreuung ergänzen unser Angebot zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben. Unsere awo lifebalance Academy rundet unser Angebot mit Online-Seminaren zu verschiedenen Themenbereichen ab.

Eigentümer der awo lifebalance GmbH sind die 30 Bezirks- und Landesverbände und der Bundesverband der Arbeiterwohlfahrt (AWO) Deutschland. Zu unseren Kunden zählen neben zahlreichen AWO Gliederungen vornehmlich große und mittelständische Unternehmen, (Bundes-)Behörden und DAX-40-Konzerne. Insgesamt sind wir Servicedienstleisterin für über eine Million Mitarbeiter*innen unserer Kund*innen.