

«Cafi Momo»

«Wir haben
in der Kürze der Zeit
Zeit genug,
wenn wir sie uns schenken»

Margot Bickel

Zeit ist ein kostbares Gut, aber auch Mangelware im Berufsalltag der Pflegenden. Nicht mehr Zeit für die Pflegeempfänger haben steht oft im Gegensatz zum persönlichen Berufsethos. Die Autorin des folgenden Abschnittes wirft Fragen auf zum Zeiteinsatz den die Pflegenden leisten und zu dessen Preis und zeigt eine mögliche Lösung auf: «Zeit haben» – «Cafi Momo» als Chance, als Lösung für das «Handelsprodukt Zeit»?

Ein paar weiterführende Gedanken zum Artikel im «Seitenblick» vom Mai 2005 und zur Zukunftswerkstatt «Cafi Momo» in der Zeitschrift Krankenpflege Juni 2005

■ Die Nachfrage

- Können wir für «Zeit» Geld verlangen?
- Oder verlangen wir das Geld für die Leistung, die in dieser «Zeit» erbracht wurde?
- Was aber ist «Leistung» in der Pflege und wer definiert sie?
- Sind es die Krankenkassen und der Staat als Geldgeber?
- Sind es wir Pflegenden als Anbieter?
- Sind es unsere Kunden, die so genannten Pflegeempfänger – oder wäre es gar sinnvoller, von Pflegebedürftigen zu sprechen?

Bedürftige haben Bedarf an *Etwas*, was sie nicht haben, dessen sie bedürfen. Empfänger erhalten *Etwas* was sie kaufen, *Etwas* worauf sie ein Anrecht haben oder *Etwas* was ihnen geschenkt wird, ohne dessen notwendigerweise bedürftig zu sein.

■ Das Produkt

Worum handelt es sich bei diesem Produkt, für das anscheinend eine Nachfrage besteht und womit wir Pflegenden letztendlich «handeln»? *Es ist Wohlergehen und Gesundheit!* Es ist ein Gut, das wir Menschen empfangen und dessen wir extrem bedürftig sind, wenn wir es nicht empfangen. Aber ist Wohlergehen und Gesundheit ein Gut, das wir erwirtschaftet haben und auf das wir somit ein Anrecht und ein Recht auf Vergütung haben? – Oder handelt es sich um ein Geschenk?

■ Das Angebot

Was können wir Pflegenden anbieten? Bieten wir einen Katalog voller Leistungen und Pflegehandlungen nach Taxpunkten an, aus denen der Kunde auswählt und die er gemäss Liste bezahlt?

Oder bieten wir Pflegenden unser gesamtes Wissen und Können, basierend auf Fachkenntnissen, Erfahrung und Intuition, an? Und ist dies eine Leistung – oder ein Geschenk?

■ Das Preis-Leistungsverhältnis

Nach Taxpunkten abzurechnen ist analytisch klar und nachvollziehbar. Aber was geschieht, wenn wir für unser wertvollstes Gut, unseren Reichtum an Wissen, Können und Erfahrung, unser Sein und unsere Zeit, einen Preis verlangen? Geben wir dadurch nicht gerade das Wesentliche, die Essenz der Pflege preis?

■ Cafi Momo als Chance

Wir kommen nicht umhin, uns diesen Fragen zu stellen! Sind wir auch bereit, darauf zu antworten, nach Lösungen zu suchen? Zu handeln und etwas zu unternehmen? Oder setzen wir uns auf die Anklagebank, um auf bessere Zeiten zu warten? Wagen wir es, unternehmerisch, auch im wirtschaftlichen Sinne des Wortes, zu werden!

■ Eine Marktlücke

Die Nachfrage nach Gesundheit und Wohlbefinden ist gross, das Bedürfnis danach ebenso. Eine riesige Marktlücke öffnet sich, in die wir Pflegenden, selbständig und unabhängig von Geldgebern mit unseren ureigensten Ressourcen investieren können: Handeln wir!

Definieren wir als Pflegende unsere Leistung: Bieten wir als Pflegende das Produkt an das der Kunde am meisten will: Das Stillen seines Bedürfnisses nach Wohlbefinden. Erfüllen wir dieses Verlangen und stärken damit seine Gesundheit, indem wir unsere grösste Stärke einsetzen. Schenken wir unser Da-Sein und unsere Zeit, wie es Momo im Buch von Michael Ende mit ihrem blossen Zuhören getan hat. Suchen wir Nischen, wo wir dies im pflegerischen Alltag ein- und umsetzen können und gehen wir jeden Tag das unternehmerische Risiko ein, das zu tun und zu sein, was wir sind, nämlich: *Pflegende, die in der Kürze der Zeit, Zeit genug haben, wenn wir sie uns schenken.*

Mirjam Schlatter, Pflegefachfrau

Anmerkung der Redaktion:

Liebe Leserinnen und Leser, der Text von Mirjam Schlatter wirft einige Fragen in einem sensiblen Bereich auf. Schreiben Sie uns Ihre Meinung dazu in Form eines Leserbriefes den wir im nächsten Seitenblick gern veröffentlichen würden, um eine Diskussion zu diesem Thema anzuregen. Beiträge einsenden bis zum 7. August an redaktion@sbk-zh.ch.