

Mobbing im Krankenhaus? Null Toleranz!

Warum Wegschauen keine Option ist

Von Sabine Loh

Professor Dr. med. Hans-Jürgen Hennes, der über Jahrzehnte als Klinikgeschäftsführer Verantwortung getragen hat, formuliert es in einem aktuellen Interview so: „Null Toleranz bei einem solchen Verhalten. Nicht irgendwann und nicht erst, wenn ein Fall öffentlich wird. Sondern von Anfang an.“ Das klingt selbstverständ-

lich. Ist es aber keineswegs, wie die aktuelle öffentliche Diskussion zeigt.

Gerade im Krankenhaus sind Hierarchien ausgeprägt, Abhängigkeiten unmittelbar. Wer als Ärztin in der Weiterbildung auf die Beurteilung eines Vorgesetzten angewiesen ist, wer als Pflegekraft einen Dienstplan nicht gefährden möchte oder wer fürchtet, nach einer Beschwerde als „schwierig“ zu gelten, wird die Missstände eher nicht ansprechen. Das belegen auch die Ergebnisse der Befragung des Marburger Bundes aus diesem Jahr. Lediglich ein Drittel der Befragten gab an, Vorfälle dieser Art zu melden.

Realität und Marketing-Claims: Ein Match?!

Eine zentrale Aufgabe von Marketing und Unternehmenskommunikation ist es daher, eine problematische Realität nicht mit schönen Botschaften zu überdecken, um zu einem positiven Image zu gelangen. Es muss gemeinsam mit der Leitung dafür gesorgt werden, dass Anspruch und Realität übereinstimmen. Unternehmenskultur und die Frage nach einem Leitbild werden damit zur Führungsaufgabe und zugleich zur Kommunikationsaufgabe: Transparenz, Vertrauen und Offenheit. Dazu gehören auch neutrale Ansprechpartner und die Möglichkeit, Hinweise zunächst anonym abzugeben. Die Unternehmenskommunikation kann solche Strukturen bekannt machen. Aber sie kann fehlendes Verantwortungsbewusstsein der Leitungsebene nicht ersetzen.

Genau hier sollten eben diese Verantwortungsträgerinnen und -träger und die Unternehmenskommunikation eng zusammenarbeiten. Marketing kann kein glaubwürdiges Arbeitgeberimage erfinden. Es kann sichtbar machen, wofür ein Krankenhaus steht: Wie wird geführt? Wo finden Beschäftigte Hilfe? Was geschieht nach einer Meldung? Welche Haltung vertritt die Klinik gegenüber Machtmissbrauch? Und erleben Patien-

tinnen und Patienten dieselbe Kultur von Respekt und Verantwortung?

Marketing als Spiegel der Unternehmenskultur

Was zählt ist die Erfahrung der Beschäftigten und Patientinnen und

Mobbing im Krankenhaus ist kein zwischenmenschliches Missverständnis. Es ist ein Machtproblem. Wer Mitarbeitende systematisch einschüchtert, ausgrenzt oder herabwürdigt, ist verantwortlich für die Konsequenzen, die daraus resultieren – in Hinblick auf die Betroffenen, die Patientinnen und Patienten und das Image des Krankenhauses.

Keywords: Kommunikation, Marketing

Patienten: Wenn ich etwas melde, wird mir zugehört. Wenn ich mich gegen Machtmissbrauch wehre, verliere ich nicht meine berufliche Existenz. Und wenn jemand seine Position missbraucht, bleibt das nicht ohne Konsequenzen. Ein Krankenhaus sollte ein Ort sein, an dem Menschen Verantwortung übernehmen – auch füreinander. Zielgerichtete Kommunikation beginnt deshalb nicht mit einer Kampagne. Sie beginnt mit einer Kultur, die eine Kampagne nicht nötig hat, um glaubwürdig zu sein.

Wie eine Null Toleranz-Kultur geschaffen werden kann und was Führungskräfte und die Unternehmenskommunikation tun können, beleuchtet der ausführliche Fachartikel zum Thema in der Oktoberausgabe. ■

Sabine Loh

Gründerin von create for care
Agentur für Gesundheitsmanagement &
slow.media.solutions.

4. Lunchtalk

Diskriminierungsfreies Arbeiten im Krankenhaus

Diskriminierung im Arbeitsalltag ist auch im Gesundheitswesen Realität. In unserem Webinar beleuchten wir das Thema Diskriminierung im Krankenhaus aus verschiedenen Blickwinkeln – rechtlich, strukturell und alltagsnah. Hochkarätige Expertinnen und Experten aus Recht, Medizin und dem Marburger Bund teilen ihr Wissen und ihre Erfahrungen und zeigen auf, wie Krankenhäuser eine diskriminierungsfreie Kultur aktiv gestalten können.

8. September, 12 Uhr
online im KU-Lunchtalk

Informationen und Anmeldung:
<https://ku-gesundheitsmanagement.de/veranstaltung/ku-veranstaltungen/4-ku-lunchtalk>

