

# Menschlich bleiben



Fotos: Pflegeeinrichtung von domino-world

## Eva-Susanne Krah

Menschlich pflegen, aber trotzdem effizient und mit höchster Kundenorientierung – das setzt das Unternehmen domino-world™ mit Erfolg um. Im diesjährigen Wettbewerb um „Deutschlands Kundenchampions®“ 2010 gewann es deshalb den zweiten Platz.

**W**ir haben es mit einem Hyperwettbewerb zu tun, denn es gibt eine Vielzahl von Pflegedienstleistungen am Markt“, beschreibt Dr. Petra Thees, Geschäftsführerin des Pflegedienstunternehmens domino-world™. Das Unternehmen aus Birkenwerder hat den eigenen USP (Unique Selling Proposition) für Bestleistungen im sensiblen Pflegedienstgeschäft mit seinen Kunden gefunden und behauptet sich damit am Markt: Heute betreibt es elf Einrichtungen für ältere, pflegebedürftigen Menschen, davon zwei Pflegeheime sowie sieben Sozialstationen mit ambulanter Pflege, eine Kurzzeitpflege und zwei so genannte Day Care Centers, in denen Tagespflege angeboten wird. Derzeit werden insgesamt etwa 1.300 Patienten betreut. Man will moderat wachsen und alle fünf Jahre eine neue stationäre Einrichtung eröffnen. Die Trumpfkarte von domino-world™ ist neben einer serviceorientierten und qualitativ hochwertigen Pflegedienstleistung wohl vor allem die hohe, emotionale Kundenbindung der Patienten und der menschlich geliebene, tägliche Kontakt zum Kunden.

### Zehn Werteregeln für die Pflege

„Wir verstehen uns vor allem als Wertegemeinschaft“, betont domino-world-Chefin Thees das Grundprinzip des Unternehmens, nach dem alle ihre Mitarbeiter handeln – in Kommunikation, Führung und Umgang mit den Pflegepatienten. Das spiegelt sich schon in den internen Routinen der Mitarbeiterführung wider: So gibt es bei dem Pflegedienstleister beispielsweise zehn Werteregeln, die monatlich als „domino“-Regel besprochen werden, mit Tipps zur praktischen Umsetzung bei den Kunden. Dazu gehören Kriterien wie Pünktlichkeit, Zuverlässigkeit und Wertschätzungsaspekte im Pflegeservice. Der zweite Preis für das Unternehmen, das nach der insgesamt dritten Teilnahme beim Wettbewerb um Deutschlands Kundencham-

pions® 2010 Erster in seiner Kategorie wurde, zeigt, dass es Kundenorientierung verstanden hat. Insbesondere in der Wahrnehmung der Mitarbeiter durch die Kunden wurden Bestnoten in der Bewertung erzielt. Gearbeitet habe man seit dem Vorjahr laut Thees an „der stärkeren Kommunikation von Seriosität“. Dazu wurde an der Einstellung der Mitarbeiter angesetzt, weniger an den äußerlichen Managementprozessen.

### Zielvereinbarungen mit Patienten treffen

Thees findet deutliche Worte zum eigenen Geschäftsfeld, die nachdenklich stimmen: „Pflegebedürftig zu werden, ist in Deutschland eine Katastrophe, denn es gibt keine therapiebezogene Pflege, sondern nur eine rein passive Versorgung der Pflegepatienten.“ Das will domino-world™ ändern. Unter anderem dadurch, dass mit den Patienten im „domino coaching“ aktiv Zielvereinbarungen festgelegt und die Pflegebausteine und -maßnahmen diskutiert werden, mit denen diese ihre gesundheitliche Situation verbessern können. Ein wohl noch einmaliges Konzept in Deutschland. ◀

### DER WETTBEWERB

Der forum-Wettbewerb „Deutschlands Kundenchampions®“ kürt jährlich die Unternehmen mit dem besten Kundenservice im B2C- und B2B-Bereich. Diesjährige Gewinner waren die AOK Schleswig-Holstein – Die Gesundheitskasse an Platz Eins, domino-world™ auf Platz Zwei sowie die Hans Soldan GmbH mit Platz Drei. Einsendeschluss für den nächsten Wettbewerb ist der 31.12. 2010. Mehr unter [www.deutschlands-kundenchampions.de](http://www.deutschlands-kundenchampions.de)