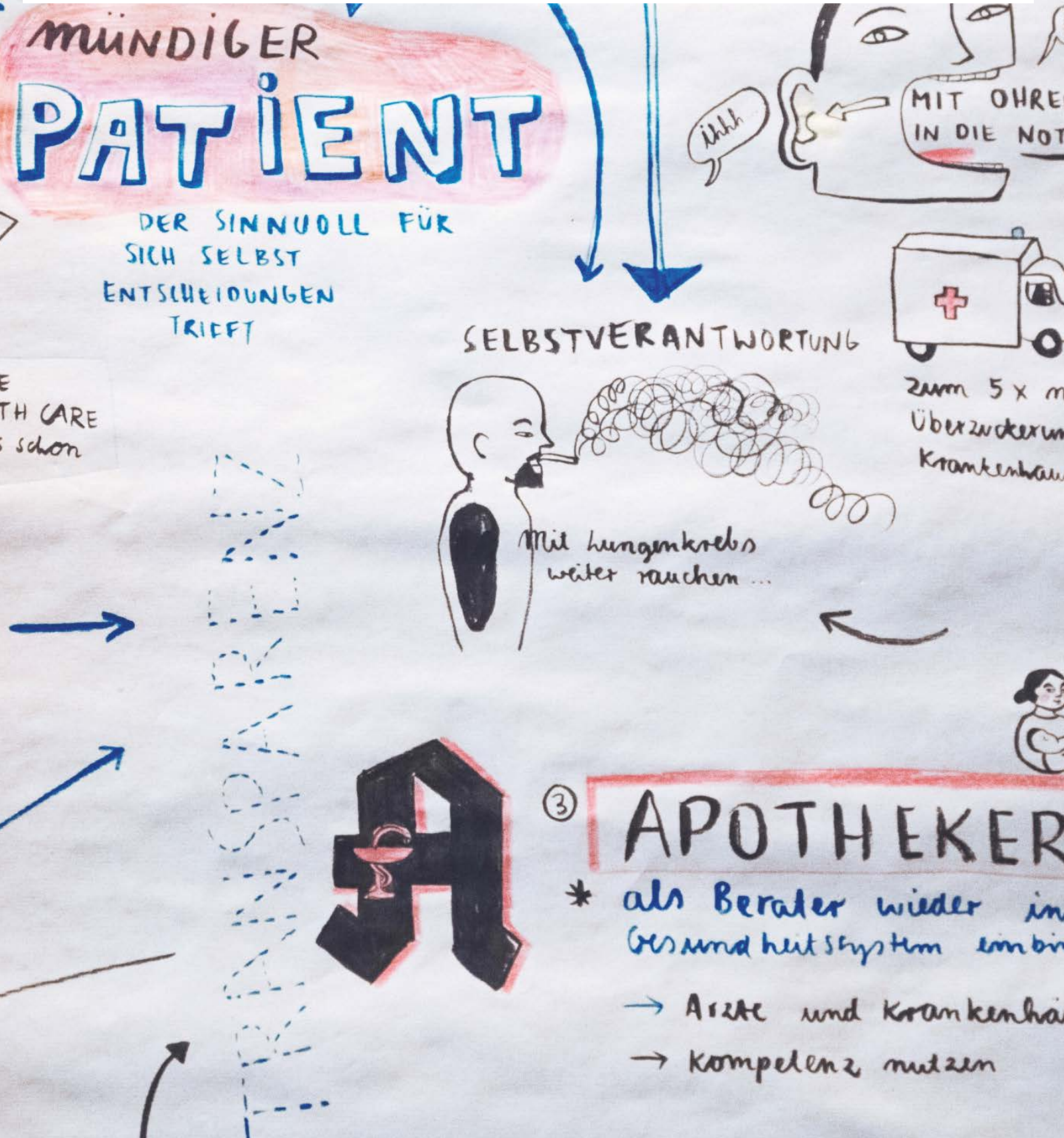
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien

KOMPETENZZENTRUM KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT DES BUNDES

SCHRITTMACHER
Innovationcamp Heilbronn

Die Gesundheitsbranche im Wandel



I

Impulse beim SCHRITTMACHER Innovationcamp durch Vorträge, Talks, Erlebniswelten und musikalische Beiträge.

P

Prozesse aus den vier Workshopgruppen des SCHRITTMACHER Innovationcamps:

— *Gruppe 1*
»Changeprozess für das Be- und Entlohnungssystem im Gesundheitswesen«

— *Gruppe 2*
»Fach- und Nachwuchskräfterecruiting für die Alten- und Krankenpflege«

— *Gruppe 3*
»Raumdesign in der Kinderklinik«

— *Gruppe 4*
»Simulation in der Medizin«

Inhalt

4
Einleitung

5
Die vier Workshops, ihre Mentoren und Fallgeber

9
Freitag, 8.12.2017
— Impulse von Bärbel Stolz, Amelie Künzler und Pepper

11
Samstag, 9.12.2017
— Impuls von Ralf Klenk
— Prozessbeschreibung
— Impulse von Prof. Dr. Marc Hassenzahl, Manuel Böhringer, den Mentoren, den *Mighty Tinies* und DJ Sven Francisco

17
Sonntag, 10.12.2017
— Prozessbeschreibung
— Impuls von Prof. Dr. Lutz Neugebauer

22
Ergebnisse der Workshops

30
Resümee

31
Stimmen der Mentoren und Teilnehmer

SCHRITTMACHER – Innovationcamp Heilbronn

SCHRITTMACHER-Moderator Christoph Brosius mit Marcel Kantimm, Robert Mucha und Maike Endresz (v. l. n. r.) vom Hanix-Magazin, die sich um die Organisation des Innovationcamps kümmerten.

»Für jemanden, der aus einer naturwissenschaftlich sehr klar reglementierten Industrie kommt, ist es eine unheimliche Bereicherung, wenn er mit Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft arbeitet, denn dort gelten andere Gesetzmäßigkeiten.« *(Ralf Klenk, Stifter »Große Hilfe für kleine Helden«)*

Wir werden immer älter und zugleich kann die Medizin immer mehr. Gelenke werden ausgetauscht, Organe durch Maschinen ersetzt und bald vielleicht sogar gedruckt – vieles erscheint machbar. Jedoch bewegt sich das Gesundheitswesen in einem limitierten finanziellen Rahmen. Und so stellen sich der gewandelten und wandelnden Medizin und dem Gesundheitswesen immer drängender Fragen wie zum Beispiel nach der Verträglichkeit von ökonomischer Vorgehensweise und ärztlicher Berufsethik oder der Humanität mancher Abläufe in der Branche. So drängend die vielen Fragen sind, so ausgeprägt ist die Suche nach Antworten und Lösungen. Allgemein mehr Geld zu fordern ist ein Weg und stellenweise wohl alternativlos. Aber er ist nicht kreativ und unter Berücksichtigung wirtschaftlicher Bedingungen kaum zielführend.

Beim SCHRITTMACHER – Innovationcamp Heilbronn erarbeiteten und besprachen vom 8. bis 10. Dezember 2017 Kreativ- und Kulturunternehmer_innen gemeinsam mit Akteuren aus dem Gesundheitswesen Lösungsansätze zu aktuellen und zukünftigen Herausforderungen, mit denen sich Ärzte, Pfleger, Krankenversicherer, Kliniken, Pflegeheime, Arbeitgeber und alle Patienten auseinandersetzen müssen. Zu den Themenschwerpunkten »Changeprozesse für das Be- und Entlohnungssystem im Gesundheitswesen«, »Fach- und Nachwuchskräfterecruiting für die Alten- und Krankenpflege«, »Raumdesign in der Kinderklinik« und »Simulation in der Medizin« wurde ein vielfältiges Programm geboten.

Neben faszinierenden Impulsvorträgen und einer Erlebniswelt, die unter anderem die vergebliche Anstrengung im Alter fühlen ließ, wurden in diversen Workshop-Formaten konkrete Aufgabenstellungen mit Expert_innen kreativ bearbeitet und Lösungsansätze entwickelt. Analog der interdisziplinären und crosssektoralen Zusammensetzung von Design-Thinking-Teams lebte der SCHRITTMACHER von der Neugierde und Empathie sowie den Erfahrungen und Ideen aller Mitwirkenden. Im *insel-hotel* auf der geschichtsträchtigen Neckarinsel Hefenweiler im Herzen Heilbronns gab es als kreativ-ärztliche Zusatzleistung neue Kontakte, die das eigene Netzwerk bereichern und Wege zu neuen Märkten aufzeigen, dazu ideenreiche Ansätze für den persönlichen Methodenkoffer und fürs Seelenheil gab´s schwäbische Kulinarik. Eine gesundheitsfördernde Lachtherapie der Prenzlschwäbin und rhythmische Bewegungsanimation durch *The Mighty Tinies* mit ihren Ukulelen und DJ Sven Francisco von der Platte sorgten für kreislaufanregendes Ambiente.

Workshop 1:

Changeprozess für das Be- und Entlohnungssystem im Gesundheitswesen

Mentorin: Susan Barth
Fallgeber: Robert Mucha (Chefredakteur Hanix-Magazin)

Der Fall

»Bei uns steht der Patient im Mittelpunkt« – kein gesundheitspolitisches Statement, kein Hausprospekt eines Krankenhauses, keine Sonntagsrede zum Gesundheitswesen ohne diesen Satz. Für den einzelnen Leistungserbringer mag diese Aussage zutreffen, insgesamt ist das deutsche Gesundheitswesen jedoch wie »kaum ein anderes in den reichen Ländern der Welt durch eine wechselseitige, historisch gewachsene Abschottung der Versorgungsbereiche gekennzeichnet« (Rosenbrock/Gerlinger 2014).

Im Unterschied dazu müsste die Versorgung eben nicht in erster Linie an den gewachsenen Strukturen, Zwängen und Imperativen des Gesundheitssystems ausgerichtet sein, sondern den Bedarf, die Lebenssituation und das Wohlergehen der Patient_innen ins Zentrum stellen, sich also soweit wie möglich an evidenzbasierter Versorgungsplanung orientieren und einen patientenzentrierten Charakter entwickeln. Erforderlich ist es daher also, der aktuell anbieterorientierten Versorgung künftig mit Strukturen zu begegnen, in denen der/die Patient_in (und seine/ihre Familie) an erster Stelle steht, die Versorgung um ihn/sie herum gruppiert ist, auf ihn/sie und seine/ihre Präferenzen zugeschnitten wird und überdies integriert, koordiniert und kooperativ erfolgt.

Die getrennten Budgets in den verschiedenen Sektoren, die unterschiedlichen Honorierungsregelungen und das Verschieben teurer Leistungen in andere finanzielle Zuständigkeiten verhindern eine übergreifende Versorgung der Patienten.

Das Gewirr von Abrechnungsmöglichkeiten, z. B. aus den KV-Budgets oder extrabudgetär, über diagnosebezogene Fallgruppen (Diagnosis Related Groups, DRG) und Zusatzentgelte, über die Berufsgenossenschaften, die privaten Versicherungen, die Rentenversicherungen, die Pflegeversicherungen, die staatlichen Hilfen zur Pflege und die vom Ort der Leistungserbringung abhängige Art und Höhe der Vergütung haben zur Folge, dass medizinisch-pflegerische Entscheidungen abrechnungsorientiert beeinflusst werden.

Die Aufgabe

Entwicklung eines Projektes, das im Rahmen des Innovationsfonds des Bundesministeriums für Gesundheit förderwürdig ist. Mit dem Innovationsfonds werden neue Versorgungsformen, die über die Regelversorgung hinausgehen, und praxisnahe Vorhaben der Versorgungsforschung gefördert. Ziel ist die Weiterentwicklung der Gesundheitsversorgung in Deutschland. Dafür stehen von 2016 bis 2019 jährlich 300 Millionen Euro zur Verfügung.

Teilnehmner:
Larissa Bertonasco (freischaffende Illustratorin), Christoph Bollmann (Buga 2019), Alexander Döpel (Heyfair), Berthold Kirch (Beschützende Werkstätten), Brigitte Kirch (Krankenschwester), Mira Kleine (MFG), Amelie Künzler (Urban Invention), Ulrike Landes (Klinikum Weissenhof), Axel Röll (Arzt SLK-Kliniken), Suse Leder-Neumann (systematische Paar- und Familientherapie), Diana Rudolph (SLK-Kliniken), David Sansi (Doo-Morrow), Vanessa Seeberg (HS Heilbronn)

Susan Barth, Mentorin

Susan Barth ist Diplom-Psychologin mit dem Schwerpunkt Arbeits- und Organisationspsychologie. Als selbständige Beraterin begleitet sie seit vielen Jahren Organisationen, Gruppen und Einzelpersonen bei Veränderungsprozessen, die immer häufiger initiativ angestoßen werden, um das (sich schon abzeichnende) Neue in die Welt zu bringen und der Notwendigkeit eines komplexen Wandels gerecht zu werden.

Seit Herbst 2017 ist sie an der Hochschule Heilbronn im Prorektorat Forschung, Transfer und Innovation für die Innovations- und Gründungskultur zuständig. Für Susan Barth gehört es schon lange zu ihrem Betätigungsfeld, über die Bedingungen der individuellen Selbstwirksamkeit und des co-kreativen Zusammenlebens nachzudenken. Aus diesen Reflexionen hat sie u.a. 2012 die urbane Intervention »Die Erinnerungsguerilla« gegründet, die offene Fragen im urbanen Raum verklebt. 2015 erhielt Susan Barth von der Bundesregierung für diese virale Bewegung die Auszeichnung »Kreativ- und Kulturpilotin Deutschlands« – diese gilt »Ideen und Menschen, die mit ihrem Handeln dem Kultur- und Kreativleben Gesicht und Gewicht geben«.

Fach- und Nachwuchs-kräfterecruiting für die Alten- und Kranken-pflege

Mentor: *Matthias Leitner*

Fallgeber: *Matthias Leers, Leiter Unternehmens-kommunikation SLK-Kliniken Heilbronn GmbH*

Der Fall

Die SLK-Kliniken gehören mit mehr als 5.500 Mitarbeitern zu den größten Unternehmen in der Region Heilbronn-Franken. Allein in der Pflege arbeiten mehr als 2.500 Menschen. Den bundesweiten Fachkräftemangel in den Gesundheitsberufen spüren auch die SLK-Kliniken.

Während die Bewerbungen um eine Ausbildung in Gesundheitsberufen bei der SLK-Gesundheitsakademie relativ stabil geblieben sind, gingen in den letzten Jahren die externen Bewerbungen kontinuierlich zurück. Der Fachkräftemangel ist aktuell insbesondere in der Besetzung der Allgemeinpflegestationen spürbar, während in Spezialbereichen wie z. B. den Intensivstationen die Besetzung noch weitgehend gelingt. In Vorbereitung der Inbetriebnahme des 1. Bauabschnitts des Klinikums am Gesundbrunnen und den damit verbundenen Leistungsausweitungen wurden deutlich mehr Pflegestellen geschaffen, die nun zusätzlich zur normalen Fluktuation zu besetzen sind. Die SLK-Kliniken verzeichnen zudem eine seit Jahren steigende Zahl an Beschäftigungsverboten, d. h., schwanger werdende Mitarbeiterinnen fallen dann kurzfristig im Stationsbereich aus. In den vergangen zweieinhalb Jahren mussten allein aus diesem Grund 191 Mitarbeiterinnen in der Pflege ersetzt werden.

Da der Personalbedarf in der aktuellen Situation über den Arbeitsmarkt nicht vollständig zu decken ist, arbeiten die SLK-Kliniken immer wieder mit Leasingkräften.

Die Aufgabe

Mit der Fallstudie sollen Lösungsvorschläge erarbeitet werden, wie es gelingen kann, die Leasingquote im Unternehmen zugunsten von Festeinstellungen zu reduzieren.

Teilnehmner:
Matthias Burgbacher (Plan:Kooperativ), Eric Golub (Viewyork), Marco Heinzmann (VK-Medienpark), Jürgen Herr (freischaffender Pfleger), Simon Hollay (Die Atemräuber), Philipp Kionka (Wohnraum Heilbronn), Nele Munz (Fotografin), Anja Wartmann (Referentin für Psychische Gesundheit), Jana Mendelski (HPI School Potsdam), Edith Muhn (MEC), Claudia Saar (Die Servicekomplizen), Simone Schäfer (GSM), Christian Strunz (Honmed Eg), Annika Winkelmann (freischaffende Künstlerin)

Matthias Leitner, Mentor

Matthias Leitner ist Digital Storyteller und Analogstratege. Für seine journalistische Arbeit wurde er mehrfach ausgezeichnet und 2012 zu den Top 30 bis 30-jährigen Nachwuchsjournalisten Deutschlands gewählt. Matthias Leitner ist Mitbegründer des Journalistenkollektives *Affe im Kopf,* leitet seit 2015 das Storytelling Lab *story : first* und entwickelt bei *BR Next* als Projekt- und Ideenmanager Programminnovationen wie den *Call for Podcast.*

Im März 2016 ist das Buch »story : now – Ein Handbuch für digitales Erzählen« erschienen. Von der Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes wurde er 2017 zum Fellow ernannt.

Workshop 3:

Raumdesign in der Kinderklinik

Mentor: *Steffen Weimann*
Fallgeber: *Ralf Klenk, Stifter »Große Hilfe für kleine Helden«*

Der Fall

Der Aufenthaltsraum der Eltern liegt gegenwärtig in der Neonatologie der SLK-Klinik ungünstig, dazu fehlt in den aktuellen Räumlichkeiten ein Konzept für eine freundliche, kreative Raumgestaltung und Umgebung. In der neu entstehenden Neonatologie soll dies anders werden, denn Frühchen und deren Eltern müssen teilweise monatelang dort verweilen. Ihnen und den Mitarbeitern der neuen Neonatologie sollen bewusst gestaltete Räume, die eine Wohlfühlatmosphäre ausstrahlen, geboten werden. Dazu zählen nicht nur die Aspekte der Sicherheit und Orientierung, sondern auch die der räumlichen Begegnungsqualität – der Raum als Genesungsfaktor.

Die Eröffnung des Neubaus soll im Sommer 2018 erfolgen. Berücksichtigt und einbezogen werden muss, dass Ideen für Raumgestaltung und -design die organisatorischen Abläufe und alle relevanten Anforderungen (z. B. Rettungsgasse in den Gängen, etc.) der Klinik und ihrer Mitarbeiter nicht beeinträchtigen dürfen. Miteinbezogen werden können/sollen auch die Fragen, wie die Kinderklinik der Zukunft aussehen sollte (der Neubau der Neonatologie ist durchgeplant und befindet sich im Bau; kann nicht mehr verändert werden) und wie die Stiftung »Große Hilfe für kleine Helden« am besten räumlich in die Kinderklinik verortet wird, um all den Anforderungen an die Stiftung (Ansprechpartner für Klinik, Klinikpersonal, Patienten, Eltern, Wirtschaft und mögliche Spender) gerecht werden zu können?

Die Aufgabe

Die Aufgabe: »Exemplarisch soll für die Räumlichkeiten der gerade neu entstehenden Erweiterung der Neonatologie der SLK-Kliniken erreicht werden, dass keine sterile Krankenhaus-Atmosphäre verbreitet wird, wie es in den aktuellen Räumen noch der Fall ist.«

Teilnehmner:
Lena Billmeier (Yuno Product Design), Robert Flubacher (808 Medien), Eberhard Frank (Amplify Design), Udo Grossklaus (freischaffender Künstler), Stefan Hans (freischaffender Künstler), Mathias von Kaiz (Informatiker), Alessandro Maggioni (Badaboom Berlin), Cornelia Neumann (Innenarchitektin), Jessica Padmanabdhan (Soome), Karina Piersig (GGS), Stephanie Trojan (Waldorfcampus Heilbronn), Jeanette Feimer (Dana Atelier), Martina Wieland (Therapeutikum Heilbronn)

Steffen Weimann, Referent & Mentor

Steffen Weimann ist Geschäftsführer der Digitalisierungs- und Service-Beratung *Servicelle* und Dozent für Dienstleistungsmanagement und Informationsmanagement sowie Senior Lecturer für Service Engineering & Maintenance der *FOM German-Sino School of Business & Technology.*

Seit 2014 ist Steffen Weimann gründendes Mitglied des KompetenzCentrum für Technologie- und Innovationsmanagement (KCT) der Hochschule für Oekonomie und Management FOM.

»Wir müssen die Menschen und deren Bedürfnisse in den Mittelpunkt unseres Handelns stellen. Auf sie richten wir unsere Angebote aus. Dabei fokussieren wir uns auf den Nutzen, den wir in Form eines Werteversprechens formulieren und als Haltung in unserer Kultur verankern. Neue Technologien helfen uns Nutzen in der Kunden-Interaktion zu erzeugen und bleibende Kundenerlebnisse zu schaffen.«

Workshop 4:

Simulation in der Medizin

Mentor: *Christoph Brosius*

Fallgeber: *Eric Stricker, Ingenieur Uniklinik Tübingen und Dr. Robert Wunderlich, Notfall- und Katastrophenmediziner Uniklinik Tübingen*

Der Fall

»Simulation, das möglichst genaue Nachstellen einer realen Situation am Modell, ist ein wachsendes Thema in allen Bereichen der Medizin. In Deutschland existieren mittlerweile ca. 60 Simulationszentren in der Anästhesie mit steigender Tendenz. Auch in anderen Fachgebieten wie Chirurgie, Gynäkologie und Pädiatrie (PAEDSIM) sind Simulationskonzepte fester Bestandteil der Ausbildung. Simulation erhält auch Einzug in die Pflegeausbildung, Bundeswehr und Rettungsdienstorganisationen. In der studentischen Ausbildung existieren sog. Skills-Lab, in denen man Techniken aus dem Klinikalltag wie Nähen, Punktieren, Auskultieren, Palpieren an Simulatoren lernen kann. Simulation erhöht die Patientensicherheit und verbessert das ›Outcome‹ der Patienten.« (aus »Simulation in der Medizin: Grundlegende Konzepte – Klinische Anwendung«)

An deutschen Kliniken sind fachübergreifende Simulationszentren noch nicht die Regel. Ein Best-Practise-Beispiel eines fachübergreifenden Simulationszentrums an einer Klinik ist an der Uniklinik in Novara/Italien zu finden.

Die Aufgabe

Entwicklung eines optimalen Simulationszentrums für Kliniken. Einbezogen werden sollen/können die Faktoren: Räumlichkeiten, Ausstattung, Finanzierung, Simulation mit Software, Part-Task-Trainern und Mannequins. Darüber hinausgehend soll folgende Frage diskutiert werden: »Weshalb gibt es nicht schon seit zehn Jahren Simulationszentren an allen deutschen Kliniken?«

Teilnehmner:
Michele Aiello (Nineam Designfabrik), Sandra Besara (Singer-Songwriterin), Tatjana Hilker (Ärztin), Bettina Horvath (Sporthochschule Köln), Daniel Huber (Badaboom Berlin), Johannes Merkle (Zahnarzt), Evelyn Orbach-Yliruka (Eoy New Business), Markus Rack (Rackartig), Iris Reisenauer (Mapmind), Mareike Roth (hoch E), Alice Schmöger (med. Fachangestellte), Eric Stricker (Tupass), Dr. Bernhard Stumpfhaus (Erwachsenenbildung), Sebastian Szekely (Szekelyfilm)

Christoph Brosius, Moderator & Mentor

Der Geschäftsführer und Mitgründer des E-Mental-Health Entwicklers *Circumradius* ist gelernter Werbekaufmann, war Regieassistent und Aufnahmeleiter, bevor er Spieleproduzent, Dozent, Unternehmensberater und Moderator wurde. Diese vielfältigen Perspektiven aus seinen über 15 Jahren Erfahrung in der Unterhaltungsindustrie bringt er am liebsten in ganz anderen Branchen zur Wirkung, zuletzt mit seiner Berliner Game Thinking Agentur *Die Hobrechts.*

Heute analysiert und löst er komplexe Fälle aller Art und hilft anderen beim spielerischen Wechsel ihrer Perspektive. Er ist ausgezeichnet mit dem europäischen *Young Leonardo Award for Corporate Learning,* Fellow des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes und fährt wirklich gern Motorrad.

I

Die Prenzlschwäbin: Kreativ im Kreativen

Urbanes Caveman-Training mit Schauspielerin Bärbel Stolz

Der Healthness-Trend hat auch Deutschland längst erreicht und sein Epizentrum liegt zwischen dem Volkspark Friedrichshain und der Prenzlauer Allee in Berlin. Es lag also nahe, die »Prenzlschwäbin« nach Heilbronn einzuladen, um zum Auftakt des Schrittmacher Innovationcamps, wo »Kreative« aus der Kultur- und Kreativwirtschaft auf »Realos« aus der Gesundheitsbranche trafen, einige Impulse aus dem Hauptstadtkiez zu geben. Und das tat die gebürtige Esslingerin dann auch in ihrer ganz eigenen Art. Kollektives Yoga, Smoothies und nachhaltige »Gesundheitsselbstoptimierung« waren dabei ihre Themen. Beim »Cavemantraining« empfahl sie barfuß zu joggen, auch mal die Rolltreppe verkehrt herum zu laufen oder einfach alles im Stehen zu erledigen – vom Stehschreibtisch bis hin zum Stehsofa. Auch ernährungstechnisch war der Vortrag der Prenzlschwäbin durchaus lehrreich. So empfahl sie beispielsweise – um die Umwelt zu schonen – sich nur Smoothies zuzubereiten, deren Inhaltsstoffe sich in maximal 50 Metern Umgebung finden lassen: Regenwasser, Petersilie aus Nachbars Garten und Gras ließen so durchaus interessante Kreationen zu.

Wie es zur Kunstfirgur des »Prenzlschwäbin« kam, erzählte Bärbel Stolz im Gespräch mit Moderator Christoph Brosius. Nach einer Babypause war es schwer für die junge Mutter, neue Engagements zu bekommen. Ihre Kreativität war gefragt. Die diplomierte Schauspielerin stellte auf Mundart um und kreierte in ihrem Prenzlberg ihren eigenen »Integrationskurs für Schwaben«. Schon das erste Video kam so gut an und ging viral, dass sie, ihr Mann und ihr Bruder beschlossen weiterzumachen und »die Narrenfreiheit« auf YouTube zu nutzen, um schon bald enorme Erfolge zu erzielen.

Kurz: Bärbel Stolz machte den Kreativen Lust darauf kreativ und ein bisschen »verrückt« zu werden. — *mmq*

Bärbel Stolz, Die Prenzlschwäbin, Referentin

Bärbel Stolz wurde 1977 in Esslingen am Neckar geboren. Nach dem Abitur meldete sie sich zur Schauspielprüfung und dem Medizinertest gleichzeitig an. Der Termin an der Schauspielschule war zuerst – sie studierte an der renommierten »Hochschule für Schauspielkunst Ernst Busch« in Berlin.

Es folgten Engagements an verschiedenen Bühnen, unter anderem am *Deutschen Theater* in Berlin und am *Staatstheater Hannover,* und diverse Rollen für TV- und Kino-Produktionen wie »Türkisch für Anfänger« (ARD), »Doctor's « (RTL) und »Fack ju Göthe«. 2016 erschien ihr Erzählband über die Erlebnisse einer Schwäbin in Berlin: »Isch des bio?«

Die Comedy-Webserie »Die Prenzlschwäbin« entstand im Familienkreis – mit ihrem Mann und ihrem Bruder. Sie ist darin die prototypische Bewohnerin des Berliner Bio-Biedermeierbezirks Prenzlauer Berg, Tummelplatz Berliner Besserverdienender mit schwäbischem Migrationshintergrund.

Sie hat zwei so verwöhnte wie verzogene Kinder, die sie Bruno-Hugo-Luis und Wikipedia getauft hat und für hochbegabt hält. Selbstverständlich macht sie Yoga und kauft ausschließlich Bio.

Bärbel Stolz lebt inzwischen seit über 20 Jahren in Berlin.

I

Sisyfox: Scheitern kann Spaß machen

»Gesundes Scheitern« weckt internationales Interesse

Mit dem Scheitern ist das so eine Sache, dachten sich auch die Macher von *SisyFox,* einem Hildesheimer Startup, und machten das gamifizierte Scheitern zu ihrem Geschäftsmodell. Ursprünglich als Spiel für Events gedacht, wurde den Machern um Amelie Künzler und Sandro Engel aber schnell klar, welch

andere »kreative Kraft« in ihrer Idee um Sisyfox steckt. Künzler: »Sisyfox spricht alle Altersgruppen an und ist auch im Gesundheitsbereich in der Reha, Pflege und im Fitnessbereich einsetzbar.« Im Impulsvortrag erklärt die Kreativunternehmerin, dass *SisyFox* durch den 1,2 Meter großen Gymnastikball als Eingabemedium die Arm-, Schultergürtel- sowie Rumpfmuskulatur stimuliere. Darüber hinaus trainiere das »Spielgerät« Bewegungsabläufe und mache dabei vor allem richtig viel Spaß!

So habe, referiert Künzler, das Startup nach einem einzigen Auftritt bei der *Medica Gesundheitsmesse* bereits internationale Kaufinteressenten, die Bedarf für das Gerät fürs »gesunde Scheitern« haben. Durch das multimediale Zusammenspiel könne *SisyFox* kognitive sowie neurologische Fähigkeiten im Rahmen der medizinischen Trainingstherapie ausbilden und in der präventiven, kurativen sowie rehabilitativen Therapie eingesetzt werden. Ob in der physiotherapeutischen Praxis zur Behandlung von Schulter-Arm-sowie HWS- und BWS-Syndromen oder in der ergotherapeutischen Praxis zur Förderung visuell-motorischer und psychomotorischer Fähig- und Fertigkeiten. »Für den Patienten aber steht bei *SisyFox* der Spaß im Vordergrund, der für Aktivierung und lange Motivation während der Behandlung sorgt«, schließt Künzler ihren Vortrag!

Für die Teilnehmer ein weiterer Ansporn, miteinander kreativ zu werden und mal »um die Ecke« zu denken. — *mmq*

Amelie Künzler, Urban Invention, SisyFox

Gemeinsam mit ihrem Co-Founder Sandro Engel leitet Amelie Künzler *Urban Invention,* eine Kreativ-Schmiede, die den urbanen Raum umkrempelt. So gamifizierten sie z.B. das Warten an Fußgängerampeln. Als Produktdesignerin arbeitet sie dabei an der Schnittstelle zwischen dem Menschen und seiner Umwelt. Amelie Künzler hat ihr Master-Studium an der *HAWK Hildesheim* erfolgreich abgeschlossen und absolvierte hier ebenso ihren Bachelor in Produktdesign. Zum Innovationcamp ist Amelie gemeinsam mit *SisyFox* angereist.

***SisyFox* ist eine interaktive Installation, die spielerisch den Umgang mit Scheitern thematisiert und dabei den Körper mobilisiert. Mit eigener Kraft, Ausdauer, Geschick und unendlicher Motivation kann *SisyFox* dabei helfen, den Gipfel zu erklimmen. Wieder aufstehen, Kräfte sammeln, weitermachen. Ewiges Scheitern, ewiger Spaß.**

I

Pepper: Babyface mit Potenzial für Senioren

Der niedliche Roboter soll schon bald im Altersheim zum Einsatz kommen

Pepper – so heißt der kleine interaktive Roboter, den Steffen Weimann zum Auftakt des Innovationcamps mitgebracht hat, um Digitalisierung erlebbar zu machen. Und der mit Kameras, Sensoren und Mikrofonen ausgestattete kleine, freundliche Kerl verfehlte bei den Teilnehmern seine Wirkung nicht. Kein Wunder, denn genau dafür, um Menschen Bedrohungsängste im Umgang mit Robotern zu nehmen, wurde er geschaffen. Zukünftige Einsatzfelder des 1,20 Meter großen und im »Kindchenschema« gestalteten Roboters könnten auch im Gesundheitswesen zu finden sein! Wie *esanum,* ein Online-Netzwerk und Nachrichtenportal für approbierte Ärzte schreibt, ist Pepper seit sechs Monaten im Forschungswohnzimmer (XLAB) an der Universität Siegen zu Hause. Denn: »Pepper soll schon bald im Altersheim zum Einsatz kommen, soll die älteren Menschen unterhalten, mit ihnen Rätsel raten, Musik spielen und ihnen die Zeit vertreiben, wenn die Pfleger mit anderen Aufgaben beschäftigt sind. Einen ersten Besuch hat Pepper dem Marienheim in Siegen-Weidenau schon abgestattet. Die Heimleitung und das Pflegepersonal waren sofort begeistert, die Bewohner am Anfang eher skeptisch. Spätestens, nachdem Pepper das Alter der Senioren erraten sollte und manchmal um ein paar Jahrzehnte daneben lag, war das Eis gebrochen. Wenn Pepper zum Beispiel anfängt zu tanzen, schauen sich die Senioren die Bewegungen ab und machen dann lachend die Armbewegungen oder Tai-Chi Übungen nach.« — *mmq*

Pepper

Ich möchte mich Ihnen kurz vorstellen. Mein Name ist Pepper. Als ich vor einem Jahr bei der *ICS Group* angefangen habe, wusste ich noch nicht viel über Digitalisierung und IT-Trends. Heute ist mir klar, dass ich das Sinnbild für neue Technologien darstelle.

So als Anfänger in einer neuen Firma muss man viel lernen. Im Trainee-Programm konnte ich erstmal alle Be-

reiche durchlaufen. Die ICS Group ist breit aufgestellt, da gab es viel zu entdecken für mich. Ich sitze nun in Heilbronn mit den Software-Spezialisten in einem Büro. Zusammen mit meinen Kollegen habe ich viel Spaß und bin neugierig, was die Zukunft bringt.

Auf dem Innovationcamp erlebt ihr mit mir »Digitalisierung zum Anfassen«.

Samstag, 9. Dezember 2017

I

Ralf Klenk: Wer Geld mitbringt, wird gehört – aber für den Erfolg sind die Menschen verantwortlich

Ein Gespräch über seine Stiftung »Große Hilfe für kleine Helden«

Zum Morgengespräch war am zweiten Tag des Innovationcamps *Bechtle*-Gründer Ralf Klenk geladen, der anschließend auch als Fallgeber des Workshops »Raumdesign« fungierte. Ein erfolgreicher Unternehmensgründer, Macher und vor allem ein Betroffener. Klenk ist einer, der es lernen musste loszulassen. Das traurige Schicksal seines krebskranken Sohnes, den er über eineinhalb Jahre bis zu dessen Tod 2002 begleitete, prägte Ralf Klenk und sein Leben entscheidend. Schon damals schrieb er Tagebuch über die vorherrschenden Zustände im Klinikbetrieb und was sich aus seiner Sicht als Unternehmer, Angehöriger und in jeglicher Hinsicht Betroffener ändern müsste, um diese zum Besseren zu wenden. So ließ er einige Jahre später – nachdem er seinen Sohn gehen lassen musste – wieder los, verlängerte seinen Vertrag als Vorstandsvorsitzender bei *Bechtle* nicht mehr, um sich eben darum zu kümmern, wie in Kliniken und in den um sie herum bestehenden Organisationen Verbesserungen für alle Beteiligten erzielt werden könnten. Er bereiste zahlreiche Kliniken im In- und Ausland und stellte fest: »Das Problem ist, dass fast überall Stiftungen und Vereine existieren, die ihre Hilfe und Gelder krankheitsbildbezogen einsetzen, dabei aber alle in demselben ›Spendenteich‹ fischen, in Konkurrenz treten und es für Kliniken nahezu unmöglich ist, sich mit 15 bis 20 unterschiedlichen Organisationen auseinanderzusetzen.« Und da kam wiederum der Macher und Unternehmer in ihm zum Vorschein.

»Mit dem Blick als Unternehmer entdecken Sie, dass der Wirkungsgrad an vielen Ecken schlecht ist«, sagte er als Impulsgeber für das Heilbronner Wochenende. Klenk verfasste ein Arbeitspapier, wie man Abläufe verbessern könnte. Eine Stiftung, ein Ansprechpartner, wirtschaftliche Strukturen und verschiedene Abteilungen – nur so ließe sich das Problem lösen. Und ihm gelang das im Vereinswesen nahezu Unmögliche: In seiner Stiftung »Große Hilfe für kleine Helden« am Heilbronner Klinikum bündelte er alle bisherigen »Einzelkämpfer« unter einem Dach. Daraus wurde ein derart erfolgreiches und preisgekröntes Projekt, dass mittlerweile Vertreter aus unzähligen Kliniken nach Heilbronn reisen, um sich an diesem Modell zu orientieren.

Inzwischen hat Klenks auf Kinder ausgerichtetes Programm »Große Hilfe für kleine Helden« seit 2009 5,2 Millionen Euro in das Klinikum investiert. Selbst als der Bund sämtliche Kinderonkologiestationen an Universitätskliniken verlegen wollte und die Anforderungen an andere Kliniken extrem in die Höhe schraubte, gelang es Klenk mit seiner Stiftung, die Kinderonkologie zu halten und auf dem Niveau einer Uniklinik zu betreiben. Eine weitere Erfolgsgeschichte im Leben des Ralf Klenk, doch anfangs hatte auch er mit der Skepsis aller Beteiligten zu kämpfen. Klenk: »Es war nicht leicht, doch ich brachte auch eine Menge Geld mit – das öffnet Türen.« Und dabei macht er unmissverständlich klar: »Finanzen sind hilfreich und nötig, doch die Menschen machen immer den Unterschied. Ohne all die Ehrenamtlichen wäre das alles nicht möglich.« — *mmq*

Ralf Klenk, Große Hilfe für kleine Helden, Referent

Ralf Klenk, Jahrgang 1958, studierte nach seinem Abitur Maschinenbau an der Hochschule Heilbronn. Im Anschluss an sein Studium gründete er 1983 das IT-Unternehmen Bechtle und baute es über 25 Jahre vom Ein-Mann-Betrieb zum börsennotierten und international erfolgreichen Konzern auf. 2008, zu seinem 25. *Bechtle*-Jubiläum, verlängerte der Unternehmer seinen Vertrag als Vorstandsvorsitzender der *Bechtle AG* nicht, um nach einem persönlichen Schicksalsschlag sein unternehmerisches Know-how im Sozialbereich einzubringen.

Bereits ein Jahr später gründete Klenk im November 2009 die Stiftung »Große Hilfe für kleine Helden« an der Heilbronner Kinderklinik. Er ist heute als Vorsitzender des Stiftungsrates weiter aktiv in die Stiftungsaktivitäten eingebunden und engagiert sich darüber hinaus ehrenamtlich in mehreren Gremien seiner Heimatstadt.

P *Reibung erzeugt Energie – kreativ sein ist anstrengend*

Die vier Workshopgruppen nähern sich ihren Themenschwerpunkten

Zusammen zu essen und zu trinken, Impulsvorträgen zu lauschen und sich anschließend an der Bar näher kennenzulernen ist das eine. Sich in Workshops konstruktiv auszutauschen, sodass bestenfalls konkrete Projekte entstehen und aus vagen Vorstellungen und Ideen Greifbares wird: Das ist das andere. Und gerade wenn Vertreter aus der eher »konservativ eingefahrenen« Gesundheitswirtschaft mit den sogenannten Kreativen »zusammengesperrt« werden, um zahlreich vorhandenen »Problemstellungen« im Gesundheitswesen auf den Zahn zu fühlen und bestenfalls kreativen Lösungen zuzuführen, kann es durchaus schwierig werden. Schon allein deshalb, weil zwischen diesen beiden Gruppen ein fast schon »naturgegebenes« Misstrauen, ein Gefühl des gegenseitigen Unverständnisses und »Nicht-Begreifen-Könnens« besteht. Jeder Teilnehmer war zugleich Experte und Laie, Lehrer und Schüler. Der Maler und der Arzt, der Manager aus der Klinikverwaltung und

der Spieleentwickler, die Pflegekraft und der Fotograf, die Singer- und Songwriterin und die med. Fachangestellte, um nur einige sich nicht gerade entsprechende Pole zu nennen. Genauso stellte sich die Teilnehmergruppe beim SCHRITTMACHER Innovationcamp dar. Gegensätzlicher konnte die Zusammensetzung der Akteure der vier Workshops »Simulation in der Medizin«, »Raumdesign in der Kinderklinik«, »Nachwuchskräfterecruiting für die Alten- und Krankenpflege« sowie »Changeprozesse für das Be- und Entlohnungssystem im Gesundheitswesen« nicht sein. Und die waren bewusst so zusammengestellt. Denn hier sollte etwas entstehen – aus Reibung, aus Gegensätzlichkeit, aus abgehobenen Ideen wider bodenständigem Fatalismus, aus Phantasie wider Wirklichkeit. Aus völlig entgegengesetzten Blickwinkeln sollten neue Ansichten geschaffen und andere Wege gegangen werden, um reale Probleme zu lösen, Widrigkeiten zu beseitigen, Neues und Sinnvolles zu schaffen.

Und so unterschiedlich die Besetzung des Innovationcamps, so unterschiedlich die Herangehensweise in den Workshops. Die einen machten sich erst mal aus dem Staub und gingen spazieren, andere fanden sich im Stuhlkreis wieder, im nächsten Raum ein wirrer Austausch darüber, wovon erst mal keiner wusste, worüber man sprach. So war bei dem Experiment von vornherein auch Scheitern eingeplant, nicht verboten, sondern erlaubt und in der einen oder anderen Gruppe auch greifbar nahe. Die Teilnehmer mussten sich zunächst Orientierung zu den komplexen Fragen verschaffen, sich auf fachfremde Blickwinkel einlassen und sich diesen öffnen. Inspirierende Reibung entstand während des Austausches der ersten Stunden in den Workshop-Gruppen. Aufgeben war für die durchweg motivierten Teilnehmer keine Option. Man trieb sich also durchs Vokabular, zeigte seine Ansichten auf, versuchte Gemeinsamkeiten zu finden und schließlich auch zu verstehen, dass ein Erfolg nur dann zu erzielen sei, wenn man sich bei den jeweils sehr komplexen Fragestellungen würde fokussieren können.

Der sich an die erste Workshop-Runde anschließende Impulsvortrag von Prof. Dr. Marc Hassenzahl kam da gerade zum richtigen Zeitpunkt. Er zeigte unterhaltsam und eindrucksvoll auf, wie unterschiedlich sich ein und dieselbe Sache für unterschiedliche Menschen aus ihren jeweils unterschiedlichen Blickwinkeln darstellen kann. So hätten dabei alle – jeweils aus ihrer Sicht der Dinge – gleichermaßen Recht und Unrecht. Und einen wichtigen Tipp hatte der Architekt, Psychologe und Designer für die Teilnehmer des Innovationcamps am Ende auch noch im Gepäck: Nur, wenn man einen gewissen gemeinsamen Rahmen an Erwartungen, Zielen und Bedürfnissen schaffe und dies auch konkret im Auge habe, seien echte »Problemlösungen« zu erwarten und möglich.

Ein wertvoller Tipp, denn im Anschluss an den Vortrag war in dem einen oder anderen Workshop ein neuer »Esprit« zu spüren. Aus anfänglicher Ratlosigkeit, Unverständnis und auch Ressentiments wuchs der Wille, einen gemeinsamen Nenner herzustellen, sich zu fokussieren. Mehr und mehr kristallisierten sich die Themen, denen man sich annähern wollte, heraus und wurden schließlich derart eingegrenzt, dass konkrete Arbeitsaufträge entstanden. Und diese wurden im weiteren Ablauf des Camps auch mit Bravour bewältigt. Doch spätestens zu diesem schon frühen Zeitpunkt des Innovationcamps war allen Beteiligten, die zuvor so »locker« an den Start gingen, klar: Kreativität ist anstrengend.

— *mmq*

I

Wohlfühlen 4.0 – Über die Liebe zum Einparken

Prof. Dr. Marc Hassenzahl erklärt, weshalb wir uns mit der Technik versöhnen müssen und nicht zulassen dürfen, dass sie Menschen Popularität und Kompetenz nimmt.

Er ist Architekt, Psychologe und Designer. Prof. Dr. Marc Hassenzahl von der Universität Siegen kam in seinem Impulsvortrag locker und entspannt daher. Kein Wunder, denn schließlich beschäftigt er sich mit »Ubiquitous Design«, der digitalen Schnittstelle von Technik, Wirtschaft und Gesellschaft, und da ist es wichtig, »locker« in die Zukunft zu schauen, da es immer »irgendwie um Wohlbefinden geht«, wie er den Zuhörern vermittelt.

Dabei definieren er und seine Kollegen »Wohlbefinden« mit dem häufigen Erleben positiver Momente, dem seltenen Erleben negativer Momente und einem alles übergreifenden Gefühl der Lebenszufriedenheit. Der Professor der Uni Siegen definierte weiter: »Wohlbefinden soll bei einem zukünftigen Nutzer durch die Nutzung der Innovation entstehen. Jeder Mensch hat eine persönliche Vorstellung, was Wohlbefinden auslöst. Unser Alltag ist voll mit Aktivitäten, die potenziell dazu in der Lage sind, uns glücklich zu machen. Positive Erlebnisse entstehen, wenn grundlegende Bedürfnisse durch Aktivitäten angesprochen und befriedigt werden. Wir unterscheiden sieben grundlegende Bedürfnisse: Stimulation, Kompetenz, Autonomie, Sicherheit, Körperlichkeit, Popularität und Verbundenheit. Wird bei einer Aktivität mindestens eines dieser Bedürfnisse befriedigt, erlebt man die Aktivität als freudvoll oder bedeutungsvoll.«

Marc Hassenzahl führte anschließend nicht Beispielen aus dem Gesundheitswesen an, um den Teilnehmern des Innovationcamps Denkimpulse zu geben – bei ihm ging es erst einmal um so »banale« Dinge wie das Einparken eines Autos. So schilderte einer seiner Probanden eindrücklich, wie sehr er dieses Einparken liebe, wie es ihm in vielfacher Hinsicht Wohlbefinden verschaffe. Zum einen das perfekte Handling der Technik, zum anderen auch die Bewunderung der Zuschauer, die von seiner Stammkneipe aus sein Einparkmanöver bewundern. Popularität und Kompetenz nennt der Psychologe Hassenzahl diese beiden Komponenten des Wohlfühlens. Doch was, wenn uns die Technik diese mittels perfekt funktionierender Einparkassistenten nimmt? Der Student: »Ich hasse den Einparkassistenten, schalte ihn ab und schon das Piepsen bei Annäherung an ein anderes Objekt nervt mich.« Und Hassenzahl bestätigt: »Diese Faktoren dürfen wir nicht unterschätzen. Technik soll und darf uns nichts nehmen, wir müssen uns quasi mit ihr versöhnen und uns immer das Gefühl lassen ›dabei zu sein‹.« Und so reiht er Beispiel an Beispiel aneinander, wie so etwas in Zukunft aussehen könnte. Höhepunkt: das autonom fahrende Auto, dessen »Fahrer« in der verkehrsberuhigten Zone aussteigt und sein selbstfahrendes Auto an der Leine führt. Auch dieses Experiment hat Hassenzahl mit Studenten durchgeführt. Außergewöhnlich und erkenntnisreich – die neugierigen und staunenden Blicke der Passanten steigerten das Wohlbefinden der Probanden.

So kann Technik und Digitalisierung Erleichterung sein das Wohlbefinden wird nicht entfernt, sondern nur verlagert – alles eine Sache des Blickwinkels und sicher auch eine wertvolle Inspiration für die Teilnehmer des Camps. — *mmq*

Dr. Marc Hassenzahl, Referent

Dr. Marc Hassenzahl ist Professor für »Ubiquitous Design / Erlebnis und Interaktion« am Institut für Wirtschaftsinformatik der Universität Siegen. Als promovierter Psychologe verbindet er seinen erfahrungswissenschaftlichen Hintergrund mit der Leidenschaft für das Interaktionsdesign. Im Mittelpunkt steht dabei die Theorie und Praxis des Gestaltens freudvoller, bedeutungsvoller und transformativer Erlebnisse.

Marc Hassenzahl ist Autor von »Experience Design. Technology for all the right reasons« (MorganClaypool), Co-Autor von »Psychologie in der nutzerzentrierten Produktgestaltung. Mensch-Technik-Interaktion-Erlebnis« (Springer, mit Sarah Diefenbach) und anderen Beiträgen an der Nahtstelle von Psychologie, Designforschung, Interaktions- und Industriedesign.

I

Die Zukunftmacher

zfhn und *BORN2GROW* fördern Life-Science-Startups in Heilbronn

»Wir machen Erfolg.« So beginnt Manuel Böhringer vom *Zukunftsfonds Heilbronn* am Samstagnachmittag seinen Impulsvortrag, der den Teilnehmern aufzeigt, dass sie mit möglichen Geschäftsmodellen, die sich aus dem Innovationcamp ergeben, in Heilbronn zwei Anlaufstellen für Unterstützung finden können – gerade wenn es um Startup-Förderung im Bereich der Life Science geht. Jungen Unternehmern mit innovativen Ideen fehlt oft das gewisse Know-how sowie Kapital, um ihre Firma weiterentwickeln zu können. Im Vordergrund des *Zukunftsfonds Heilbronn* steht die Finanzierung von Start-Ups, jungen Unternehmen in den Bereichen Energie und Umwelt, Automation und Elektronik, Nanotechnologie sowie vielen weiteren Feldern der Life Science. Besonderen Wert wird dabei auf den Aufbau und die Erweiterung der Unternehmen am Standort Heilbronn gelegt. Begleitet werden die jungen Unternehmer in den verschiedenen Phasen der Unternehmensführung, vor allem aber in der Later- und Steady-Stage, in welchen es oft an finanziellen Mitteln fehlt. Auf dem Weg zum Weltmarktführer unterstützt das Team des Zukunftsfonds die Start-up-Unternehmen erfolgsorientiert und zielgerichtet. Das oberste Ziel ist es, die Region Heilbronn zu fördern und zu stärken. Das Investment muss etwas mit dem Standort zu tun haben.

Während der Zukunftsfonds Unternehmen unterstützt, die schon sehr nahe am Markt sind, fördert *Born2grow,* eine Tochtergesellschaft des *Zukunftsfonds Heilbronn,* noch sehr junge Unternehmen. Hier sind die Beteiligungssummen seitens des Investors geringer. Die schnelle und unkomplizierte Finanzierung steht im Fokus. »Für uns als Startup sind das durchaus interessante Förderstrukturen, die sich hier bieten«, erklärt Teilnehmerin und Impulsgeberin Amelie Künzler von *SisyFox.*

Bewerbungen beim *Zukunftsfonds Heilbronn* sind ganzjährig möglich. Eine erste Antwort erhalten die Jungunternehmer nach zwei Wochen. Ausgewählt werden die Start-Ups nach bestimmten Kriterien wie zum Beispiel einem nachvollziehbaren Geschäftsmodell und seiner plausiblen Umsatzplanung, aber auch das Chancen-Risiko-Verhältnis spielt eine wichtige Rolle.

ResuSciTec ist ein Beispiel für ein Portfoliounternehmen des *Zukunftsfonds Heilbronn.* Das 2010 gegründete Start-up-Unternehmen beschäftigt sich mit der Erforschung von Methoden zur kontrollierten Ganzkörper-Reperfusion nach einem Herz- und Kreislaufstillstand. — *lep*

Manuel Böhringer, Zukunftsfonds Heilbronn, Referent

Durch sein duales Bankstudium an der DHBW Stuttgart wurden Manuel Böhringer die theoretischen Grundlagen der Unternehmensfinanzierung vermittelt. Im Partnerunternehmen konnte er diese durch Einsätze im Controlling, Treasury und der Unternehmensbetreuung praktisch umsetzen. Nach diversen Praktika in der Finanzbranche ist Manuel Böhringer seit 2016 als Investment Manager beim *Born2Grow / Zukunftsfonds Heilbronn* für die Akquisition von neuen Beteiligungen aus den Bereichen Industrie, Life Science und IT verantwortlich.

I

Bühne frei für den ersten Austausch

Mentoren stellen die Methodik ihrer ersten Einheiten im Workshop vor

Um allen Teilnehmern Einblicke in die Arbeit der anderen Gruppen zu ermöglichen und dadurch weitere Impulse aufzugreifen und neue Methoden kennenzulernen, berichteten die Workshop-Mentoren Susan Barth, Matthias Leitner, Steffen Weimann und Christoph Brosius von den abgelaufenen Prozessen und den angewandten Methoden des ersten Tages aus ihren Gruppen.

Die persönlichen Berührungspunkte mit dem Thema »Changeprozess für das Be- und Entlohnungssystem im Gesundheitswesen« bildeten den Start in der ersten Workshopgruppe. »Wir haben uns viel Zeit genommen, zu verstehen, was sich genau hinter der Fragestellung verbirgt«, so Mentorin Susan Barth. Schnell sei, so sagte sie, durch die Methode des persönlichen Zugangs klar geworden, dass Wertschätzung ein

großes Thema sei – für Patienten, Pflegepersonal, Ärzte aber auch Angehörige. Dieser Aspekt, fernab von materiellen und monetären Be- und Entlohnungssystemen, sei auch für die aus der Kunst- und Kreativwirtschaft stammenden Teilnehmer leicht nachvollziehbar gewesen, sagte die Diplom-Psychologin. Im Anschluss ging es darum, die verschiedenen, zuvor definierten Akteure im Krankenhausbetrieb darzustellen und durch die Workshopteilnehmer zu repräsentieren. Die Teamaufstellung, eine Methode des Erlebbarmachens im Raum, sorgte für viel Unterhaltung. Für den nächsten Tag bekamen die Workshop-Teilnehmer die Aufgabe, das Positionspapier »Patient First! Für eine patientengerechte sektorenübergreifende Versorgung im deutschen Gesundheitswesen« der Friedrich-Ebert-Stiftung durchzuarbeiten.

Ohne Hausaufgaben schickte Mentor Steffen Weimann seine Workshopteilnehmer in den Feierabend. In das Thema »Raumdesign in der Kinderklinik« stieg man mit einem Horrorszenario wie zum Beispiel käfigartigen Betten ein. In der anschließenden methodischen Open Space Moderation, bei der sich alle Teilnehmer im Kreis zusammenfanden, diskutierte man offen und kam so auf ein gemeinsames Level. Im nächsten Schritt wollte man den Gedanken des Service Designs, das heißt, die systematische Gestaltung von Dienstleistungen, voranbringen. Durch eine Customer Journey wurden schließlich die unterschiedlichen Bedürfnisse der diversen Stakeholder in einer Kinderklinik (u. a. Pflegepersonal, Ärzte, Klinikmanagement, Patienten, Eltern, Patientengeschwister, etc.) herausgearbeitet. Das erste Fazit von Steffen Weimann lautete: »Wir haben Strecke gemacht.«

Wortwörtlich galt dies für die Teilnehmer des Workshops »Fach- und Nachwuchskräfterecruiting für die Alten- und Krankenpflege«. Mentor Matthias Leitner schickte seine Gruppe bei der Methode des »Ge(h)sprächs« rund um den Tagungsort, das *insel-hotel.* Gerne wäre der Journalist mit seinem Team an den Ort des Geschehens, beispielsweise eine Pflegestation, gegangen, doch dafür reichte die Zeit nicht. So haben sich die Teilnehmer in Fünfergruppen zusammengefunden und nach der Methode des Weltcafés ausgetauscht. Mentor Matthias Leitner clusterte die daraus entstandenen Ergebnisse in drei Oberthemen: Welche Werte zählen? Welches Image wollen wir vermitteln? Wie werden Pflegeberufe attraktiver?

Bevor es »morgen richtig ans Eingemachte« geht, wie Mentor Christoph Brosius sich ausdrückte, näherte er sich mit seinem Team dem Thema »Simulation in der Medizin« über gleich mehrere Methoden. Mit dem »Lego Serious Play« bekamen die Teilnehmer die Chance, Simulationen zu entwickeln. Anschließend wurde die sogenannte Disney-Methode angewendet – die Idee, die schon Filmproduzent Walt Disney hatte: Versetze dich in die Rolle des Träumers, des Realisten und des Kritikers. Durch diesen Perspektivenwechsel erhoffte sich Brosius am Folgetag weitere Fortschritte. — *mkk*

Mentoren: Steffen Weimann, Susan Barth und Matthias Leitner (v. l. n. r.)

I

Die Bauchstimme und das Tanzbein

The Mighty Tinies und *DJ Sven Francisco* unterhalten nach getaner Arbeit die Teilnehmer

Zuerst die Arbeit, dann das Vergnügen. Der vor allem schwäbische Grundsatz galt auch für das Innovationcamp in Heilbronn. Am Samstag Abend sollte es endlich vergnüglich und musikalisch werden. Bereits bei der Ankündigung im Programm war klar: Samstagabend werden nicht nur die Tanzbeine geschwungen, sondern auch die Lachmuskeln trainiert. Das Duo *The Mighty Tinies* hat sich zur Aufgabe gestellt, nur Instrumente zu verwenden, die kleiner als eine Ukulele sind.

Das hat dann Kuriositäten wie ein Nasenflötensolo oder aber Edith Piaf auf dem Kamm zur Folge, was für mehrfache Lacher sorgte. Spätestens nach der Aufforderung von Sängerin Helen Hofmann, besser bekannt als *Saxophonfrau*, bei »Für mich soll's rote Rosen regnen« von Hildegard Knef mitzusingen und dabei bitte die Bauchstimme zu benutzen, war die Stimmung trotz langem Workshoptag gelockert und ausgelassen. *The Mighty Tinies* feierten mit dem rund einstündigen Konzert nicht nur ihre Premiere als Band, sondern eine unvergessliche Party. Daran konnte *DJ Sven Francisco* aus Heilbronn nahtlos anknüpfen. Der charismatische Typ mit dem markanten Bart ist seit Jahren für seine Qualität am Plattenteller bekannt. Musikalisch in den Richtungen House, Disco und Funk angesiedelt gibt es bei ihm vor allem ein Kriterium: nur Vinyl. — *mkk*

P *Wenn Ideenwolken am Ende zu weißem Rauch führen*

Zu Gast in den finalen Runden der vier Workshops

»Ich glaube an das Gute in den Herzen der Chefärzte«, sagt Co-Fallgeber Eric Stricker, der beim *Tübinger Zentrum für Patientensicherheit und Simulation* arbeitet, und blickt dabei ernst in die Gesichter der anderen. Es sind Sätze wie dieser, die am Sonntagmorgen fallen und klar machen, wie emotional das Thema Pflege ist. Die Teilnehmer des Workshops »Simulation in der Medizin« haben sich nach dem Frühstück in einem großen Kreis zusammengefunden und diskutieren darüber, welche Personen es im Krankenhaus, aber beispielsweise auch in der Politik, von der Idee der Simulation zu überzeugen gilt. Eine teilnehmende Ärztin stellt da die scheinbar einfache Frage: »Wer ist das Krankenhaus?« Sind es Ärzte, Pfleger, Patienten oder ist es die kaufmännische Direktion? Parallelen zur Kulturwirtschaft werden deutlich und so antwortet eine andere Teilnehmerin: »Im Grunde ist es wie beim Theater. Das ist ebenfalls ein öffentlicher Betrieb, an dem heute auch viel

stärker als früher die kaufmännische Abteilung entscheidet.« Während die Lego-Simulationen vom Vortag in der Mitte des Raums stehen, begeben sich die Workshop-Teilnehmer an zwei Tische und versuchen, sich dem Thema mit gedanklichen Rollenspielen anzunähern.

Zwar nicht mit Lego-Bausteinen, dafür aber mit bunten Filzstiften und farbigem Papier wird im Konferenzzimmer weiter fleißig gewerkelt. Gemeinsam skizzierten die Teilnehmer an einer Stellwand den Tagesablauf in einer Kinderklinik nach. Auf diesem Weg wollen sich die Teilnehmer aus der Kreativbranche aber auch Experten des medizinischen Bereichs dem Thema »Raumdesign in der Kinderklinik« nähern. Ein Teilnehmer, der in Heilbronn ein Studio für Kommunikationsdesign betreibt, ordnet den am Vortag entwickelten Personas, d. h. imaginären Personen, der Kinderklinik Klebezettel zu. Auf den Zetteln stehen bei der Persona, der Krankenschwester Ingrid, Dinge wie »Schichtwechsel«, »Dokumentation« oder »Übergabe am PC«. Zeitgleich wirbelt eine teilnehmende Anthropologin aus Berlin durch ein imaginäres Zimmer der Kinderklinik und entwickelt mit den anderen Kursteilnehmern Ideen für mehr Wohlfühlatmosphäre. »Die Decke wäre noch geil«, sprudelt es aus ihr heraus. »Oder eine Schatztruhe mit verschiedenen Gestaltungselementen, die unter dem Bett verstaut wird und aus der sich die kleinen Patienten bedienen können.« Die Euphorie der Gruppe wird zum Greifen spürbar. Das Ziel der nächsten Stunde: Einen öffentlichen Raum in einen privaten zu transportieren.

Dass man eine schnöde Stellwand auch in ein kleines Kunstwerk verwandeln kann, beweist eine in Hamburg lebende Illustratrorin im Workshop zum »Changeprozess beim Be- und Entlohnungssystem im Gesundheitswesen«– mittels Graphic Recording. Während ihre Teamkollegen die Idee des mündigen Patienten weiter diskutieren, zeichnet sie Aspekte wie die vernachlässigte Rolle der Apotheken, die Idee einer App mit Erinnerungsfunktionen sowie die Bedeutung von Bildung als Grundstock auf das Plakat. »Mündigkeit ist Arbeit«, sagt eine Produktdesignerin und gesteht: »Mein Impfpass liegt bei meinen Eltern.«Eine App, die sie an Termine zum Auffrischen von Impfungen erinnern würde, fände sie entsprechend attraktiv. Die direkten Erfahrungen aus seinem Heimatort Brackenheim, wo ein kleines Krankenhaus unter anderem aus Kosten- und Effizienzgründen geschlossen wurde, bringen einen Teilnehmer, der eine Kunstfigur auf Facebook entwickelt hat, zu der Aussage: »Es gibt viele Dinge, von denen wir als Patienten gar nichts wissen.« Hier wünscht er sich mehr Aufklärung. Die Strukturen in Kliniken sind auch das Thema der anderen Workshophälfte. »Das Kleine im Großen«, davon träumt eine Teilnehmerin, die als Krankenschwester in Heilbronn arbeitet. Die Idee: Die Wohlfühlatmosphäre von kleinen Kliniken auch an Klinikzentren wieder herstellen. Eine Schwierigkeit, die nicht alleine im Gesundheitswesen besteht. »Vieles hängt von der Wertschätzung ab«, sagt eine Teilnehmerin, die an der Hochschule Heilbronn tätig ist. »Es passiert ansonsten schnell, dass die Mitarbeiter unzufrieden sind.«

In drei Arbeitsgruppen, entsprechend der am Abend zuvor geclusterten Oberthemen, hat sich der vierte und letzte Workshop »Nachwuchskräfterecruiting für die Alten- und Krankenpflege« aufgegliedert. Die Gruppen sitzen verteilt in einem Seminarraum des *insel-hotels.* Genau wie allen anderen bleiben dem Team jetzt nur noch 30 Minuten – dann dürfen sie ihre Ergebnisse im Plenum vorstellen. Den Vormittag haben alle intensiv genutzt und an Ideen und Gedanken gefeilt, bis die Köpfe rauchten. Ein Teilnehmer, der selbstständig in der Betreuung arbeitet, ist begeistert: »Wir haben so ein konkretes Ergebnis hinbekommen – erstaunlich. Hätten wir jetzt noch einen weiteren Tag, würden wir bestimmt noch weiter kommen.« Jetzt schwirren Grundsätze durch den Raum: »Es fehlt die zielgerichtete Ansprache vor allem für männliche Auszubildende«, sagt beispielsweise ein Teilnehmer, der in einer Social-Media-Agentur arbeitet. »Wir müssen betriebswirtschaftlich denken – wie spart man, wie kann man das System Pflege aber auch menschlich aufziehen?«, überlegt ein weiterer Teilnehmer laut. Drei Minuten, so sagt Mentor Matthias Leitner, hat jede Gruppe zum Präsentieren ihrer Ergebnisse. Das wird zum Abschluss des Workshops unter Lachen und mit vielen guten Ratschlägen geübt. — *mkk*

I

Mutmacher für die Abschlusspräsentationen

Best-Practice in der Schnittstelle KKW & Gesundheitswesen

Keiner der Teilnehmer des Innovationscamps wird Lisa vergessen. Lisa ist ein viereinhalb Jahre altes Mädchen, das als Frühchen mit nur 2.500 Gramm auf die Welt kam und dadurch in ihrer Entwicklung verzögert war. In einem kurzen Einspieler und mit eindrücklichen Worten zeigt Lutz Neugebauer, wie sich Lisa innerhalb von 13 Wochen (!) von einem schüchternen, in ihrer Beweglichkeit eingeschränkten Mädchen zu einer fröhlichen, aufgeweckten kleinen Klavierspielerin verwandelt. Die Musiktherapie, wie Neugebauer sie versteht, stammt aus England und wurde erstmals von Paul Nordoff und Clive Robbins gelehrt. Grundlegendes Ziel der Theorie war und ist es bis heute, einen Zugewinn an Lebensqualität durch Musik zu erreichen.

Doch anders als in Großbritannien, wo viele Projekte über Wohltätigkeitsorganisationen finanziert werden, tat sich Neugebauer mit einer Verankerung und Finanzierung der Musiktherapie nach Nordoff und Robbins in Deutschland schwer. Nicht zuletzt deshalb, weil seit den 90er Jahren ein veränderter Grundsatz im Gesundheitswesen herrscht: Nur das wird zu Therapiezwecken zugelassen, was (natur-)wissenschaftlich belegt ist.

Bis heute kämpft Neugebauer für seine Idee und Überzeugung, als »Musiker, der mit Behinderten arbeitet«. Nicht ohne Grund wurde er deshalb im April 2017 mit einem Sonderpreis für soziales Engagement des deutschen Musikpreises *Echo* ausgezeichnet. Er sieht dies als Auftrag, weiter zu machen, auch wenn das Gesundheitswesen bis heute »eine andere Welt« ist. — *mkk*

Prof. Dr. Lutz Neugebauer, Referent

Studium der Musikpädagogik in Aachen und post-graduate Studium der Musiktherapie am *Nordoff/Robbins Centre* der City *University London.* Ab 1982 musiktherapeutische Arbeit am Gemeinschaftskrankenhaus Herdecke sowie Praxis- und Lehrtätigkeit am *Institut für Musiktherapie der Universität Witten/Herdecke.*

Von 1988 bis zum Schließungsbeschluss der Universität als Leitung des Institutes für Musiktherapie der Uni Witten/Herdecke tätig. Promotion und spätere Ernennung zum Honorarprofessor durch das Wissenschaftsministerium NRW aufgrund außerordentlicher Leistungen beim Aufbau und der Entwicklung des Faches.

1992 Initiative zur Gründung einer *Deutschen Nordoff/Robbins-Stiftung* nach englisch-amerikanischem Vorbild, hier Projekte zur Finanzierung von Praxis, Forschung und Lehre.

2005 Gründung des *Nordoff/Robbins-Zentrums Witten,* Approbation als Kinder- und Jugendpsychotherapeut. Vorstandsarbeit in der *DMTG* und ehrenamtliche Arbeit in anderen Gremien und wissenschaftlichen Beiräten.

2017 Ehrung durch den Bundesverband Musikindustrie mit einem Sonderpreis des *Echo* in der Kategorie »soziales Engagement«.

~~Unt~~
Klinik

KRANENSCHWEST

Ergebnisse Workshop 1:

Changeprozesse für das Be- und Entlohnungssystem im Gesundheitswesen

Kollektive Intelligenz nutzen

Die Wege zum Ziel

In dem von Susan Barth als Mentorin begleiteten Workshop waren viele Experten aus dem Gesundheitswesen vertreten: Krankenschwestern, Ärzte, weitere Mitarbeiter aus den *SLK-Kliniken* sowie dem *Klinikum Weissenhof.* Psychologin Barth: »Da stellte sich erst einmal die Frage, ob und wie die ›Kreativen‹ bei so viel gebündeltem Fachwissen überhaupt mitreden könnten, zumal unser Thema ein sehr komplexes war und es dabei die ›eierlegende Wollmilchsau‹ nicht gibt.« So suchte die Gruppe zunächst nach den Wurzeln des Problems, was schiefläuft im Be- und Entlohnungssystem im Gesundheitswesen, versuchte zu konkretisieren und sich auf gemeinsame Arbeitsfelder zu verständigen. »Eine Gruppenaufstellung war dabei sehr hilfreich«, berichtet Barth. So ist eine unheimliche Dynamik entstanden, die für alle Teilnehmer spürbar wurde.

Schließlich einigte man sich auf zwei getrennt zu behandelnde Themen. Zum einen auf einen konkreten Fall, der aus dem Umbau der *SLK-Kliniken* entstand (die Gruppe wählte exemplarisch den HNO-Bereich): Da wurden mehrere Stationen zu einer großen zusammengelegt und neben weiteren Umstrukturierungsmaßnahmen unter anderem ein rotierendes Personalsystem eingeführt. Ständig wechselnde Patienten und Teams waren dabei die Folge. Dies führte zu Unzufriedenheit beim Personal, das keinen Bezug mehr zum einzelnen Patienten herstellen und individuell auf ihn eingehen konnte und zur daraus resultierenden Unzufriedenheit der Patienten und der Angehörigen. So sinkt die Motivation des Personals, Krankenstände steigen, was wiederum zur Überlastung des Personals führt, mangelnde Wertschätzung macht sich breit, die Klinik wird so mittel- und langfristig neben finanziellen Einbußen vor allem auch ein Imageproblem und Schwierigkeiten in der Fachkräftegewinnung bekommen. Doch bis jetzt seien sämtliche Mitteilungen und Hinweise samt Änderungsvorschlägen wie Teamentwicklungsmaßnahmen, Supervision, dem Abbau von Hierarchien oder gemeinsamen Teamtagen an der Klinikleitung abgeprallt, würden geblockt und ignoriert, wie eine Teilnehmerin berichtet.

Grund genug, sich diesem Problem konkret zu nähern. So war das Ziel, die Vorschläge zur Verbesserung der Situation soweit herunterzubrechen und zu konkretisieren, dass am Ende das Gerüst für einen Förderantrag beim Bundesministerium für Gesundheit, das immerhin bis 2019 jährlich 300 Millionen Euro für derartige Projekte bereitstellt, stehen würde. Und das Team war erfolgreich (siehe Ergebnis Team-Insel).

Der zweite Schwerpunkt, dem sich die Teilnehmer dieses Workshops widmeten, war »der Patient«. Wer kennt das nicht? Überfüllte Notaufnahmen im Krankenhaus und lange Wartezeiten. Oftmals auch verursacht durch »Patienten«, die wegen etwas Ohrenschmalz, einer leichten Erkältung oder oberflächlichen »Verletzung« zur »Notversorgung« ins Krankenhaus gehen und dadurch zu diesen Missständen wesentlich beitragen, obwohl oftmals ein Pflaster, etwas Bettruhe oder ein Hausmittelchen genügen würden, um dem »schweren Leiden« Abhilfe zu schaffen. So schlug das Team einen Weg vor, der zum »mündigen Patienten« führt (siehe Ergebnis »Der mündige Patient«).

Die Ergebnisse

1. Die Team-Insel

Zurück zu festen Teamstrukturen! Folgende »Architektur«

für das Pilotprojekt »Team-Insel« auf der HNO-Station der *SLK-Klinik Heilbronn* wurde erarbeitet, mit dem Ziel, dafür einen Förderantrag an den *Innovationsfonds des Bundesgesundheitsministeriums* zu stellen: Zwei zuständige Personen (davon mindestens eine Fachkraft) für sechs Zweibettzimmer, das heißt zwölf statt bisher 16 Patienten und damit eine Reduktion des Betreuungsschlüssels von 1/16 pro Fachkraft auf 1/12. Des Weiteren die Errichtung einer »Insel« an der Rezeption mit »Schichtführern«, die als kompetente Ansprechpartner für Ärzte, Patienten und Angehörige zur Verfügung stehen. Außerdem sollte einmal wöchentlich ein 30-minütiger »Jour fixe« mit Oberärzten als Koordinatoren, Stationsärzten, Pflegekräften, Sozialarbeitern, Beratungsdiensten bis hin zur Reinigungskraft stattfinden, sodass sich jeder zuständig fühlen, Verantwortung übernehmen und als erster Ansprechpartner fungieren könne. Um die Maßnahme zu evaluieren, ist ein Vergleich mit anderen Stationen, die Entwicklung des Krankenstandes, der Springerzeiten sowie das Abfragen der Zufriedenheit von Mitarbeitern, Patienten und Angehörigen angedacht.

Durch diese Maßnahmen ist eine Steigerung der Zufriedenheit aller Beteiligten – sogar in der Klinikverwaltung – möglich, da diese nachhaltige Lösung unter dem Strich ein wesentlich günstigeres und effizienteres Arbeiten ermöglicht.

2. Der mündige Patient

In nahezu allen anderen Bereichen des Sozialstaates ist eine Mitwirkungspflicht des Anspruchstellers gesetzlich verankert. Nicht aber im Gesundheitswesen, sodass eben jenen ärgerlichen und sehr teuren Missständen Tür und Tor geöffnet werden. Daher ist die Einführung einer gesetzlichen Mitwirkungspflicht im Sinne einer wieder verbesserten Körperwahrnehmung durch den Patienten selbst nötig. Dies soll dadurch erreicht werden, dass Apotheker als erste Berater eingebunden werden, dass bereits in Schulen, Kindergärten aber auch in Notaufnahmen und bei Hausärzten ein Beratungsnetzwerk geschaffen wird, das den Menschen wieder ein größeres Bewusstsein für die Problematik vermittelt. Ein derartiges Beraternetzwerk, um »falsche« Patienten zu vermeiden und zu »mündigen« Patienten zu machen, kostet zwar Geld, doch sind Fördermittel in diesem Bereich relativ überschaubar, nachhaltig und sinnvoll eingesetzt und können so durchaus zu einer Verbesserung des kostenintensiven Gesundheitswesens in quantitativer und qualitativer Hinsicht beitragen.

Flankiert werden die beschriebenen Maßnahmen durch das Konzept für eine Patienten-App, die diesen mündiger machen soll. Zum Beispiel dadurch, dass sie ihm eine Übersicht zu seinen Gesundheitskosten geben soll, er darin seine jederzeit abrufbare digitale Patientenakte mitführt, die App ihn aber auch an anstehende Impf- und Vorsorgetermine erinnert oder praktische Gesundheits- und Versicherungstipps gibt. Über ein integriertes Bonussystem und spielerische Aspekte in der App wird der Patient auch digital zur Mitwirkung und Mündigkeit hingeführt. Beispielsweise, in dem er durch die App spielerisch animiert wird, aktiver zu werden (Lauf mal wieder!), seine persönlichen Aktivitäts- und Gesundheitswerte (von der Laufstrecke beim Joggen bis zum Blutdruck) einzutragen und sich mehr um sich selbst zu kümmern.
— *mmq*

Ergebnisse Workshop 2:

Fach- und Nachwuchskräfte-recruiting für die Alten- und Krankenpflege

Kein Job für Weicheier

Die Wege zum Ziel

»Uns war ziemlich schnell klar, dass es gar nicht nur darum geht, ein Recruiting-Konzept für neue Leute im Gesundheitswesen zu entwickeln«, steigt ein Teilnehmer in die Zusammenfassung der Ergebnisse des Workshops »Fach- und Nachwuchskräfte-recruiting für die Alten- und Krankenpflege« ein. »Die zentrale Aufgabe ist es, Werte zu schaffen und nach denen zu arbeiten, um die langjährigen, älteren Mitarbeiter zu halten.« Um einen besseren Einblick in den Alltag der Alten- und Krankenpflege zu gewinnen, lud das Team eine langjährige Krankenschwester in den Workshop ein. Diese berichtete davon, was ihr persönlich bei ihrer Arbeit wichtig ist, wie sie sich wertgeschätzt fühlt. Zur Überraschung der Workshopteilnehmer sagte die Krankenschwester, dass sie zufrieden mit ihrer Bezahlung sei. Was sich aber vor Kurzem geändert habe, seien die Arbeitsstrukturen. Statt fester Teams auf den Stationen gebe es jetzt ein »flexibles Mitarbeitersystem«, das sehr viel Unruhe und Unfrieden bringen würde (siehe Ergebnis »Werte-Modell«).

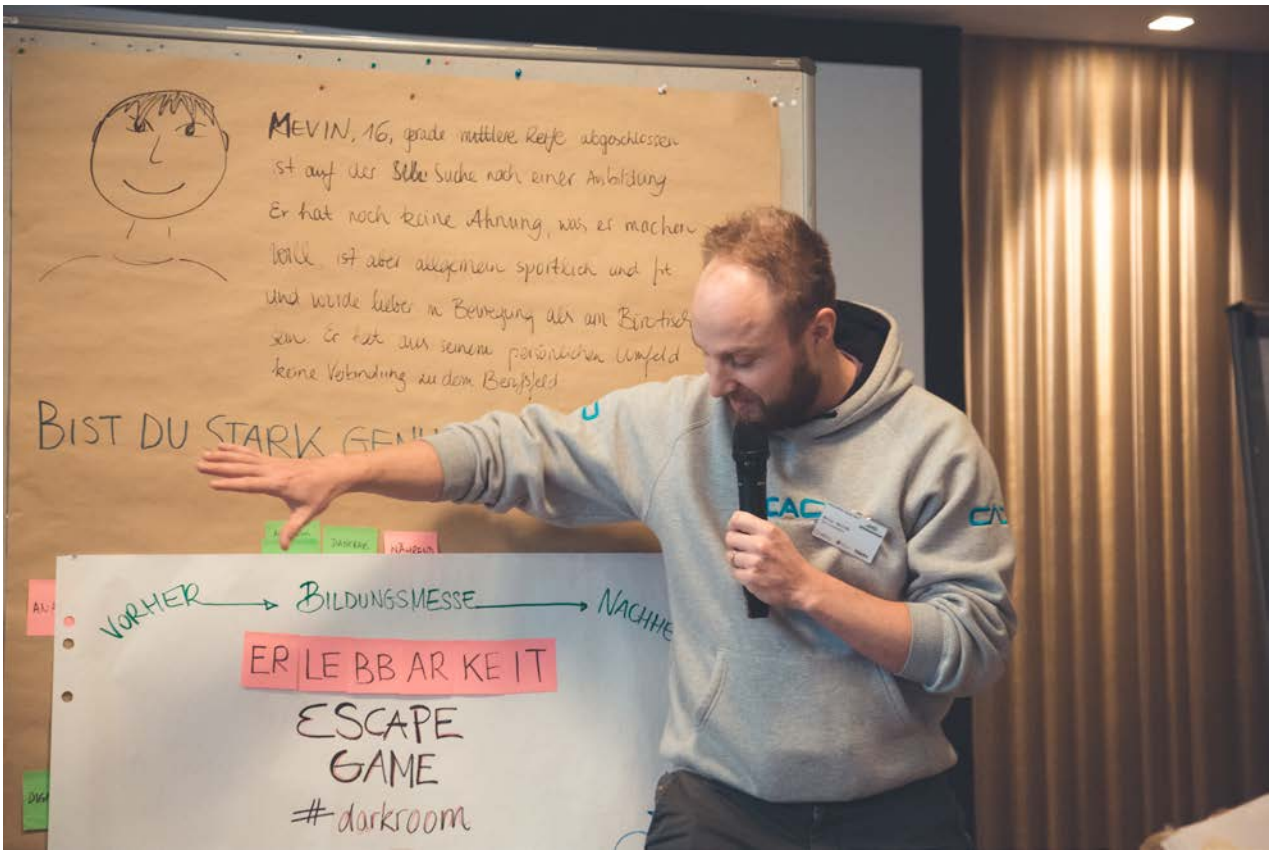
Ein Zweier-Team hatte ich mit der Frage beschäftigt: Wie schaffen wir es, ein humanes, bedürfnis- und kompetenzorientiertes Arbeitsklima zu erreichen? Eindrücklich schilderte das Team, wie wichtig es sei, die Interessen der jeweiligen Mitarbeiter ernst zu nehmen. Ein Schaubild verdeutlichte den Sandwich-Effekt, wenn von oben und unten Druck auf die mittlere Führungsebene ausgeübt wird. Das kleine Team, hier war es die System-Trainerin, riet den Entscheidungsträgern eines Unternehmens auch mal, in den Mokassins, den Schuhen der anderen, zu gehen. Mit den Worten »Nicht nur schwätzen, auch machen« wurde an die Mitstreiterin übergeben. »Machen« ist das Stichwort für die Expertin im Bereich Service-Design (siehe Ergebnis »Phantas-Tisch«).

»Es gibt zu wenig Pflegepersonal und es wird nichts nachgebildet. Nicht, weil keine Stellen angeboten werden, sondern weil niemand mehr diese Berufe ergreifen will. Die jungen Leute sind einfach nicht mehr bereit dazu.« Mit diesem in der Workshop-Beschreibung geschilderten Problem setze sich die dritte Arbeitsgruppe des Workshops auseinander. Sie entwickelte die Persona Mervin: Ein 16 Jahre alter Schulabgänger, der noch keine Ahnung hat, was er werden möchte und gerne Sport treibt. In seinem persönlichen Umfeld gibt es keine Verbindung zu Pflegeberufen (siehe Ergebnis »Der Escape-Room auf der Bildungsmesse«).

Die Ergebnisse

1. Das neue Werte-Modell

Aufgrund dieser persönlichen Eindrücke formulierte die erste Arbeitsgruppe des Workshops folgendes Ziel: »Personalerhaltungsmaßnahmen über Werte, dann Neubeschaffung und Recruiting von Fachkräften.« Empfohlen wird der Einrichtung, im konkreten Fall dem *SLK-Klinikum Heilbronn,* eine betriebswirtschaftliche Bestandsaufnahme, eine Gegenüberstellung der Kosten für das alte und neue Arbeitsmodell, wie von der



Krankenschwester beschrieben, und im Anschluss daran das »Werte-Modell« zu überprüfen. Die Einbeziehung und Mitwirkung der Mitarbeiter bei der Neugestaltung des Werte-Modells wird zu nachhaltigen, langfristigen Einsparungen durch zufriedene, gesunde Mitarbeiter führen. Dieser Prozess muss evaluiert und in einem Bericht an die Geschäftsleitung festgehalten werden. Das Fazit der Gruppe: Recruiting ohne das passende Werte-Modell ist nicht nachhaltig, da die Gefahr groß ist, dass neu gewonnene Mitarbeiter nach kurzer Zeit wieder abwandern.

2. Der Phantas-Tisch

Das Zweier-Team entwickelte im Rahmen des dreitätigen Workshops den sogenannten »Phantas-Tisch«. Dieser real existierende Tisch soll in einer Pflegeeinrichtung an einem zentralen Ort aufgestellt werden und Mitarbeitern aber auch Patienten und Besuchern als Anlaufpunkt zur Verfügung stehen. Die Oberfläche kann mit Touch-Screen ausgestattet sein und dann digital bespielt werden; analog ist dies mit Zetteln und anderem Zubehör möglich, das in Schubladen im Inneren des Tisches verstaut ist. An dem Tisch sollen gemeinsame Mittagessen und ritualisierte Meetings stattfinden. Der erdachte Phantas-Tisch wird alle Aspekte wie Verbundenheit, Stimulation, Kompetenz, Autonomie, Körperlichkeit und Sicherheit, die Mitarbeiter zum Wohlbefinden benötigen, abdecken.

3. Der Escape-Room auf der Bildungsmesse

Typen wie Mervin (siehe entwickelte Persona) stellt ein Teilnehmer stellvertretend für sein Team die Frage: »Bist du stark genug, Pfleger zu sein?« Dabei geht es nicht darum, »Marketinglügen« zu entwickeln, sondern die Herausforderungen des Pflegeberufs spürbar zu machen. Eine Möglichkeit sieht die Gruppe mit einer spielerischen Herangehensweise (Gamification) auf Bildungsmessen.

Nach dem Vorbild von Escape Rooms kann eine Situation nachgestellt werden, in der sich das Personal im Gesundheitswesen regelmäßig wiederfindet: Routine ist das richtige Sortieren der Medikamente – macht der Pfleger hier allerdings einen Fehler, könnte bereits das Leben des Patienten in Gefahr sein. Ebenfalls Routine, aber auch tägliches Workout für Pflegekräfte ist das Umbetten und Lagern von Patienten. Seinen Ekel gilt es beim Wechseln von Windeln zu überwinden. Stress entsteht, wenn ein Notfall auftritt. Adrenalin schießt in den Körper, wenn der Auszubildende dem Arzt assistieren muss. Als Lohn bekommt der Neuling aber nicht nur sein Gehalt, sondern auch die Dankbarkeit der Patienten und Angehörigen. Seine Idee trägt das Team so unterhaltsam und überzeugend vor, dass am Ende Visitenkarten mit Entscheidungsträgern aus dem Pflegebereich getauscht werden, sodass die Vision der Simulation einer Pflegesituation schon bei der nächsten Bildungsmesse 2018 in Heilbronn in die Realität umgesetzt werden könnte. — *mkk*

Ergebnisse Workshop 3:

Raumdesign in der Kinderklink

Die Kinderklinik von morgen

Die Wege zum Ziel

Scheitern, das war für das Team rund um Mentor Steffen Weimann und dem Thema »Raumdesign in der Kinderklinik« schnell klar, war in diesem Workshop keine Option. Musste es auch nicht sein, denn durch die persönliche Geschichte eines Workshop-Teilnehmers, der im Alter von fünf bis zwölf Jahren Dauergast in einer Kinderklinik war, hätte der Input nicht eindrücklicher sein können. Während sich der Teilnehmer auf eine Zeitreise in seine Jugend begab, entwickelten seine Teammitglieder auf Grundlage seiner Erzählungen die Stakeholder, die Anspruchsgruppe der Kinderklinik. Wer ist von den Aktivitäten einer Kinderklinik direkt oder indirekt betroffen?

Um einer Antwort auf diese Frage näher zu kommen, entwickelten die Kursteilnehmer folgende Personas: Krankenschwester Ingrid (36), Langzeitpatient Tim (7), der aufgrund seines Rheumas im Rollstuhl sitzt, sowie Tims Familie mit den berufstätigen Eltern Kathrin (34), Willy (35) und dem großen Bruder Hans (14). Anschließend wurden wesentliche Bedürfnisse der Stakeholder definiert. Dass diese, wie der Wunsch nach WLAN von Bruder Hans sowie die Möglichkeit eines Rückzugsortes für die gleichzeitig sehr engagierte Krankenschwester Ingrid weit auseinandergehen, wurde schnell deutlich. Anschließend schlüpfte eine Kursteilnehmerin in die Rolle der Krankenschwester, erstgenannter Teilnehmer übernahm den Part des kleinen Patienten Tim und ein weiteres Teammitglied verkörperte – nicht ohne kleinere Störungen in der Persönlichkeitswahrnehmung – die Rollen von Tims Vater, Mutter und Bruder. »Ich bin Ingrid und möchte Tim für die Dauer seines Aufenthaltes ein Zuhause schaffen«, erklärte die »Krankenschwester« und startet die sogenannte User Journey, eine kurze Reise durch den Tagesablauf der Betroffenen. Dieser beginnt beispielsweise für die Krankenschwester mit dem Wecken der Patienten. Der Teilnehmer in der Rolle des kleinen Jungen beschreibt die langen Wartezeiten zwischen Visite und dem Besuch seiner Eltern sowie dem Wunsch, im Rollstuhl durch den Gang der Kinderklinik zu düsen, andere Kinder zu treffen. »Ich, ich und ich«, wie der dritte Teilnehmer ironisch in die Rolle von Mutter, Vater und Bruder schlüpft, beschreibt den Druck, der bei dem Trio durch Arbeits- und Schulalltag und dem Wunsch, den kleinen Tim zu besuchen und aufzuheitern, entsteht (siehe Ergebnis »Wohlfühlatmosphäre in einer Kinderklinik«).

Ein besonderes Augenmerk legt das Team noch auf die Frühchenstation, dort wo Kinder über einen längeren Zeitraum liegen müssen, wenn sie mit einem Gewicht von nur 500 Gramm auf die Welt kommen (siehe Ergebnis »Die Frühchen-Schale«).

Die Ergebnisse

1. »Wohlfühlatmosphäre in einer Kinderklinik«

Erst jetzt, so die nun präsentierende Produktdesignerin, »geht es ans Eingemachte und wird etwas trockener«. Sie stellt die Ideen der Gruppe für eine Wohlfühlatmosphäre in einer Kinderklinik vor. Über allem stehen Aspekte wie eine reduzierte Akustik, eine gute Lichtsituation, Kindersicherheit und Hygiene. Konzentriert hat sich das Team auf das Farbkonzept und herausgearbeitet, dass »Farbe eine Botschaft hat. Sie kann auch unterstützen. Sie kann unterstreichen oder aufklären«. Das Farbkonzept sei damit wesentlich für Räume mit Charakter und Funktion.

Am Ende legt die bunte Truppe aus Künstlern, Innenarchitekten aber auch Pflegepersonal die Ideen dar, wie dem Wunsch nach einem »Raum als Genesungsfaktor«, wie er in der Workshop-Beschreibung angedeutet wird, entsprochen wird. Die kleinen Patienten sollen die Behandlungen als Abenteuerreisen erleben, von denen sie daheim auch ihren Freunden erzählen. Ein Teilnehmer erklärt, wie er sich früher immer an der Zeichentrickserie »Es war einmal das Leben« beim Beschreiben seines Krankheitsbildes orientiert hat. Weitere Ideen: Jedes Bett bekommt eine Art Heldentafel, wo die kleinen Patienten sich darstellen können. Bewegliche Möbel sorgen für mehr Flexibilität, Magnetfarbe an der Wand ermöglicht den Patienten individuelle Gestaltungsmöglichkeiten und Lebendigkeit. Himmelbetten sorgen für mehr Privatsphäre. Die Eltern sollen ähnlich wie nach einem Hotel- oder Seminarbesuch nach ihrer Meinung gefragt und um Vorschläge gebeten werden. Damit erfahren sie eine Wertschätzung und werden in den Klinikablauf einbezogen.

2. Die Frühchenschale

Brutkästen für Frühgeborene sollen durch die Frühchenschale ersetzt werden. Die Form der kokonartigen Schale ist dem Mutterleib nachempfunden. Eine teilnehmende Künstlerin skizzierte einen ersten Entwurf der Frühchenschale für die winzigen Neugeborenen.

Der Kokon erinnert nicht nur optisch an einen Mutterleib. Er soll von der Decke hängen, leicht schaukeln, den Pulsschlag und die Körperwärme der Mutter simulieren und im Farbton der Hautfarbe der Mutter entsprechen. — *mkk*

Ergebnisse Workshop 4:

Simulation in der Medizin

Neu denken, anders vermitteln

Die Wege zum Ziel

Simulation in der Medizin – hört sich interessant an. Hat wohl was mit Digitalisierung, Industrie- bzw. Gesundheitswesen 4.0 zu tun, dachten sich auch mehrere Teilnehmer dieses Workshops beim Innovationcamp. Zunächst herrschte allerdings Verwirrung, da einige sich zunächst nicht genau vorstellen konnten, worum es denn konkret gehen sollte. Und bereits in dieser frühen Phase des Workshops kristallisierte sich eine der Haupterkenntnisse für die Fallgeber Eric Stricker und Dr. Robert Wunderlich von der Uniklinik Tübingen heraus: »Wir müssen unser Marketing, die gesamte Werbestrategie komplett über den Haufen werfen und völlig anders aufbauen.«

Da kam der zwischenzeitliche Impulsvortrag von Prof. Dr. Marc Hassenzahl mit dessen abschließenden Anmerkungen zu den Voraussetzungen, die es benötigt, um einen kreativen, offenen aber ergebnisorientierten Prozess zu gestalten, zur rechten Zeit. So war Prof. Hassenzahls Vortrag die Initialzündung, die die »Simulanten« auf Tour und in die Spur brachte.

Denn nun wurde konkretisiert, sich auf ein gemeinsames Ziel fokussiert und gearbeitet. Mittels der LEGO-Serious-Play-Methode, einem moderierten Prozess, der die Vorzüge des Spiels und des Modellierens mit Legosteinen mit den Belangen der Geschäftswelt verbinden soll, wurden Simulationen im Klinikalltag erstellt – aus Sicht der Patienten, der Teams in einer Notaufnahme, der Pfleger, aber auch der Architekten und kaufmännischen Entscheider. So wurde schnell klar, welch unterschiedliche Bedürfnisse bei den verschiedenen »Nutzergruppen« vorherrschen. Ob diese wertvolle Simulationstechnik im Gesundheitswesen allerdings endlich Einzug hält, ist letztendlich eine Entscheidung, die in Politik und diversen Ausschüssen sowie auf kaufmännischer Ebene gefällt wird. Denn obwohl der Nutzen derartiger Simulationen auf der operativen Ebene unumstritten ist, gibt es bei eben jenen »Entscheidern« enormen Erklärungsbedarf.

»Wir müssen Simulation nach außen tragen, Simulation durch Simulation erfahrbar machen.« Mit dieser Erkenntnis entwickelte sich die Idee für das neue Marketingkonzept, bestehend aus einer »Roadshow«, einem günstigen »Simulations-Starterkit« und Delegationsreisen für Entscheider.

Die Ergebnisse

1. Die Roadshow

Um nicht zu warten, bis Interessenten aktiv werden, wurde das Konzept einer Roadshow entwickelt. Mit einem mit Simulationstechnik ausgestatteten LKW wird eine Roadshow an Kliniken und Universitäten durch Deutschland organisiert, um Schwellenängste gegenüber der Simulationstechnik vor Ort bei den Mitarbeitern abzubauen und die Vorzüge von Simulation in der Medizin erfahrbar zu machen, unter anderem durch eine integrierte Virtual-Reality-Simulation. Fragen von Interessierten können direkt beantwortet und Simulationsdemonstrationen unterschiedlichster Arten vorgeführt werden. Durch ausgelegtes Infomaterial und den direkten Austausch von Kontaktdaten können potentielle Kunden gewonnen werden.

2. Das Simulations-Starterkit

Ein günstiges Starterkit – die Preisvorstellung lag bei ca. 25.000 Euro – kann für erste Erlebnisse und Erfahrungen bei interessierten, aber noch skeptischen Zielgruppen sorgen, ohne ein großes finanzielles Risiko eingehen zu müssen. Ein Starterkit wird bestehen aus: einer Einführung zum Thema durch einen Vortrag, flankiert durch technische Manuals, einer Simulationspuppe, Schulungen & Trainings durch Experten sowie einer Simulationssoftware. Das Starterkit soll im ersten Schritt bei der Roadshow den Kliniken und Universitäten vor Ort im Direktvertrieb angeboten werden.

3. Delegationsreisen

Letztendlich entscheiden Politik und Budgetverantwortliche in den Kliniken darüber, ob Gelder für Simulation in der Medizin freigemacht werden. Diese Entscheider müssen die Vorzüge von Simulation in der Medizin direkt erfahren und erleben. Um dies zu ermöglichen, sind Delegationsreisen an große europäische Simulationszentren angedacht. Als erstes Reiseziel ist das Simulationszentrum »Simnova« der Universitätsklinik im italienischen Novara im Visier. — *mmq*

Ein Resümee

In einem offenen Innovationsprozess wurde in Kleingruppen und in verschiedenen Arbeitsphasen gebrainstormt, geredet, geschrieben, gestaltet und schließlich neue Prototypen oder Lösungskonzepte vorgestellt. Die besten Ideen werden in Zusammenarbeit der Teilnehmer und der Kooperationspartner umgesetzt. Ziel war, neue Denkweisen und Lösungsansätze in Bezug auf die Fragestellungen der Fallgeber zu entwickeln. Die Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) mit ihrer Kompetenz Perspektiven zu wechseln, quer zu denken und Dinge nicht als gegeben zu betrachten, war der ideale Partner. Insofern eignete sich das Format, um weiterführende Kollaborationen zwischen Akteuren aus der KKW und der Gesundheitsbranche zu fördern. Schlüsselbegriffe, die wir für den Erfolg des Formats abgeleitet haben:

Fragestellungen: Die zu bearbeitenden Fragestellungen und Fälle sollten aus der Praxis kommen und klar formuliert sein. Dennoch sollten die Fälle in ihrer Konkretisierung noch Spielraum für die Teilnehmer lassen.

Impulse: Keynotes von Experten aus beiden Branchen erweitern die Perspektive aller Teilnehmer und sorgen dafür, dass alle Teilnehmer das Camp mit einem Mehr an Inspiration verlassen. Die Impulse sollten zeitlich so in den Ablauf integriert sein, dass sie die jeweilige Arbeitsphase der Teilnehmer bestmöglich unterstützen.

Kooperationspartner vor Ort: Die richtigen Partner vor Ort sind elementar für die Organisation, Durchführung und somit den Erfolg des Camps.

Mentoren: Für die Ideenfindung und das Lotsen durch die Arbeitsphasen ist es hilfreich, wenn zu den Kleingruppen der Teilnehmer ausgewählte Akteure als Mentoren geladen werden. Aus der Kultur- und Kreativwirtschaft kommende Mentoren sind in der Lage Perspektivwechsel anzuregen und die Potenziale aller Teilnehmer durch ihre kreativen Methoden zu heben.

Methoden: Die Anwendung künstlerisch-kreativer Methoden versetzt die Teilnehmer in die Lage, neue Blickwinkel auf die Fragestellung einzunehmen und so zu Lösungen zu gelangen, die mit herkömmlichen Ansätzen nicht entwickelt werden können. So entsteht durch das Nutzbarmachen der Potenziale der Kultur- und Kreativwirtschaft zusätzlicher Mehrwert für jeden Teilnehmer. Ziel des Methodenkoffers sollte es sein, die unterschiedlichen Fähigkeiten aller Teilnehmer bestmöglich zu aktivieren.

Offenheit: Es braucht eine vertrauensvolle Atmosphäre und Zusammenarbeit auf Augenhöhe. Je mehr sich die Teilnehmer öffnen, umso so motivierter und gezielter werden sie sich einbringen.

Perspektivwechsel: Erst das Verlassen bekannter und eingefahrener Denk- und Verhaltensmuster ermöglicht das Entwickeln von Lösungsansätzen für komplexe Herausforderungen. Die Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft sind Experten darin, neue und durchaus auch ungewöhnliche Betrachtungsweisen einzunehmen und sind daher wertvolle Innovationspartner für andere Branchen.

Planung: Das Innovationcamp ist ein sehr effektives, aber auch komplexes Vorhaben. Idealerweise wird die Planung und Umsetzung von einem Experten begleitet, der bereits praktische Erfahrung in dem Thema und mit dem Format hat.

Programm: Ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen Arbeitsphasen, Impulsen und Pausen ist wichtig, um Querdenken, von- und miteinander lernen, vernetzen und konzentriertes Arbeiten zu ermöglichen. Interessante Exponate aus der KKW helfen beim Einstieg in die Thematik, machen diese praktisch erleb- und erfahrbar und bringen die Teilnehmer zusammen.

Teilnehmer: Eine kuratierte Zusammensetzung von Personen sowohl der Kultur- und Kreativwirtschaft als auch der anderen Branche erhöht die Erfolgswahrscheinlichkeit maßgeblich.

Umsetzung: Es braucht einen Plan, wie mit den Ergebnissen weitergearbeitet wird. Daher empfiehlt es sich, die Fallgeber als Kooperationspartner frühzeitig in den Planungsprozess und eng in die Umsetzung des Camps einzubinden.

Verbindlichkeit: Im Rahmen des Camps werden Ideen entwickelt. Es muss im Vorfeld klar und transparent geregelt werden, wie mit dem geistigen Eigentum umgegangen wird.

Mentorenstimmen vor dem Innovationcamp

»Es sollte keiner mit vorgefertigten Erwartungshaltungen herkommen. Ich erwarte mir Offenheit, Nachsicht und Flughöhe. Die Teilnehmer sollen sich trauen, groß zu denken.«

Matthias Leitner
Fach- und Nachwuchskräfterecruiting für die Alten- und Krankenpflege

»Ich erhoffe mir Offenheit der Teilnehmer, Lust, Freude, Spaß und viele kritische Fragen.«

Christoph Brosius
Simulation in der Medizin

»Ich wünsche mir, dass die Menschen, die sich hier versammelt haben und zusammenkommen, offen sind und gemeinsam denken, sodass etwas Neues entstehen kann. Was das sein wird, ist noch unklar.«

Susan Barth
Changeprozesse für das Be- und Entlohnungssystem im Gesundheitswesen

»Mir ist es wichtig, dass die Menschen sich öffnen, sich frei machen von dem, was sie vorher geglaubt haben zu wissen. Mitgestaltung und gute, befriedigende Ergebnisse, nicht nur auf das Thema bezogen, sondern auch für die Teilnehmer selbst.«

Steffen Weinmann
Raumdesign in der Kinderklinik

Teilnehmerstimmen nach dem Innovationcamp

»Für mich persönlich habe ich mitgenommen, die Dinge auch einmal im Gesamten zu betrachten, sich von Konflikten zu entfernen und von außen zu beurteilen.«

Ulrike Landes
50 Jahre, Kinderklinik Klinikum am Weissenhof

»Das hier war noch komplexer als erwartet. Dass es viele unterschiedliche, interessante Ansprechpartner gab, war toll.«

Mira Kleine
29 Jahre, Projektleiterin MFG

»Das Ganze ist pädagogisch sehr interessant. Zudem wird man im unternehmerischen Denken gefördert.«

Bernhard Stumpfhaus
54 Jahre, Kulturagent

»Die Impulsvorträge waren inspirierend und haben zum Weiterarbeiten angeregt.«

Udo Großklaus
55 Jahre, Kunstmaler

»Interdisziplinäres Arbeiten ist unglaublich aufregend, es führt die unterschiedlichsten Bereiche zusammen.«

Martina Wieland
52 Jahre , Geschäftsführerin Therapeutikum Heilbronn

Herausgeber
Bundesministerium für Wirtschaft
und Energie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
www.bmwi.de

Konzept
Kompetenzzentrum Kultur- und
Kreativwirtschaft des Bundes
u-institut Backes & Hustedt GbR

Johannes Tomm,
Katja Armbruckner
Jägerstraße 65
10117 Berlin
T 030 20 88 89 1-17
E presse@kreativ-bund.de

Umsetzung
HANIX MEDIA GbR
Wilhelmstraße 56
74074 Heilbronn
T 07131 12 16 50-0
E info@hanix-magazin.de

Redaktion und Text
Robert Mucha, Lea Pomocnik,
Matthias Marquart,
Milva-Katharina Klöppel

Fotos
Ulla Kühnle (freiraum-photos)

Gestaltung
Raimar Schurmann
(RSD Raimar Schurmann Design)

Druck
Druckerei Ziegler GmbH & Co. KG
Auwiesen 1
74924 Neckarbischofsheim

Newsletter-Anmeldung
kreativ-bund.de/newsletter

Kontakt
Kompetenzzentrum Kultur- und
Kreativwirtschaft des Bundes
T +49 (0) 30 20 88 89 1-0
E kontakt@kreativ-bund.de
www.kreativ-bund.de
www.facebook.com/
KompetenzzentrumKulturKreativWirtschaft/