Wissen und Alltag zeigen

ANGEHÖRIGE UND POTENZIELLE NEUE GÄSTE haben viele Fragen, bevor sie in die Tagespflege kommen. Künstliche Intelligenz kann Ihnen helfen, das Fachwissen Ihres Teams zu ordnen und verständlich zu formulieren. So geben Sie auf Homepage und in Social Media Orientierung, zeigen fachliche Haltung und machen Ihren Alltag sichtbar.

TEXT: GIOVANNI BRUNO

Ein Vater kommt nach einem Krankenhausaufenthalt nach Hause. Er ist noch wenig belastbar. Seine Tochter organisiert Unterstützung, der Pflegedienst spricht die Möglichkeit „Tagespflege" an. Sie hören von Abholung, gemeinsamen Mahlzeiten und Leistungen der Pflegeversicherung. Der Vater sagt: „Da will ich nicht hin." Das Beispiel zeigt, wie viele Fragen hinter einer scheinbar einfachen Entscheidung stehen können.

Vielleicht befürchtet der Vater, sich einem fremden Tagesablauf anpassen zu müssen. Vielleicht fehlt ihm eine Vorstellung davon, was ihn erwartet. Seine Tochter wiederum fragt sich, wie Fahrt und Betreuung organisiert werden können. Beide brauchen verständliche Informationen. Ob die Tagespflege zu ihnen passt, lässt sich durch einen Internetauftritt allein nicht entscheiden. Er kann aber helfen, Fragen zu klären und ein persönliches Gespräch vorzubereiten.

Auf der Homepage findet die Tochter Öffnungszeiten und Kontaktdaten. In einem Social-Media-Beitrag entdeckt sie die Frage: „Muss ich bei jedem Angebot mitmachen?" Die Antwort beschreibt, wie die Einrichtung mit unterschiedlichen Wünschen umgeht. Ein weiterer Beitrag zeigt einen Backvormittag und erklärt, welche Möglichkeiten der Beteiligung es gab. So entsteht über mehrere Berührungspunkte ein konkreteres Bild der Tagespflege.



GIOVANNI BRUNO
Geschäftsführer der fokus digial GmbH, fokus-d.de

Für solche Inhalte ist das Fachwissen im Team entscheidend. KI kann helfen, dieses Wissen zu ordnen, verständlich zu formulieren und für unterschiedliche Veröffentlichungen aufzubereiten. Die Aussagen darüber, was die Einrichtung anbietet und wie sie arbeitet, müssen aus der Tagespflege selbst kommen. Ein gut formulierter Text ist erst dann veröffentlichungsfähig, wenn er auch mit dem Alltag der Einrichtung übereinstimmt.

Mit den Fragen der Menschen beginnen

Der Ausgangspunkt für die Themenplanung liegt häufig im Aufnahmegespräch, am Telefon oder beim Austausch mit Angehörigen. Welche Fragen kommen wiederholt vor? Was bleibt nach einer ersten Erklärung unklar? Was möchten Gäste vor ihrem Besuch wissen? Sammeln Sie zunächst fünf bis zehn solcher Fragen in allgemeiner Form. Namen, Diagnosen und persönliche Gesprächs-

CHECKLISTE FÜR DIE THEMENPLANUNG

- Beantwortet der Beitrag eine konkrete Frage oder erklärt er einen tatsächlichen Alltagseinblick?
- Wird die fachliche Aussage verständlich, ohne Wirkungen zu versprechen?
- Stimmen Angebote, Bedingungen und Kontaktweg mit unserem Alltag überein?
- Bleiben Wünsche und Entscheidungen der Gäste respektiert?
- Sind Text und Bild für die Veröffentlichung geprüft und freigegeben?
- Finden Interessierte bei Bedarf passende weitere Informationen?
- Ist geklärt, wer veröffentlicht, Rückfragen beantwortet und Angaben aktuell hält?



Foto: KI-generiert/Nano Banana 2

verläufe gehören nicht in diese Sammlung.

Beteiligen Sie verschiedene Arbeitsbereiche. Die Verwaltung kennt Fragen zu Kosten und Besuchstagen. Mitarbeitende aus Pflege und Betreuung können erläutern, wie das Ankommen gestaltet wird und welche Absprachen dafür wichtig sind. Der Fahrdienst weiß, welche Informationen vor der ersten Fahrt fehlen. So wird die Themenliste alltagsnah und bildet mehr ab als das nächste Fest im Veranstaltungskalender.

Wählen Sie Fragen, auf die die Tagespflege eine konkrete, fachlich geprüfte Antwort geben kann. „Wie läuft das erste Kennenlernen ab?" lässt sich anhand des eigenen Ablaufs erklären. Wünsche und Vorbehalte der Gäste verdienen dabei Raum. Kommunikation soll eine informierte Entscheidung ermöglichen und darf keinen Druck aufbauen.

Künstliche Intelligenz (KI) kann die gesammelten Fragen anschließend nach Themen sortieren oder verständlichere Überschriften vorschlagen. Geben Sie dafür einen klaren Auftrag: „Ordne diese allgemeinen Fragen in Themenbereiche ein. Ergänze keine Antworten. Kennzeichne zusätzliche Themenideen als Vorschläge." Das Team entscheidet, welche Ideen zu den tatsächlichen Informationsbedürfnissen passen.

Drei Themenbereiche für einen verlässlichen Auftritt

Für Social Media lassen sich drei wiederkehrende Themenbereiche nutzen:

Angehörige recherchieren häufig online, bevor sie die Tagespflege anrufen. Ein klarer Online-Auftritt gibt Orientierung und schafft das nötige Vertrauen.

Orientierung, fachliche Einordnung und Einblicke in den Alltag. Sie ergänzen sich. Ein Orientierungsbeitrag beantwortet eine praktische Frage. Ein fachlicher Beitrag erklärt eine Entscheidung oder Vorgehensweise des Teams. Ein Alltagseinblick zeigt anhand einer tatsächlichen Situation, wie diese Haltung in der Einrichtung sichtbar wird.

Zur Orientierung gehören etwa das Kennenlernen und die Abholung. Fachliche Einordnung erklärt, warum das Team nach Gewohnheiten fragt oder unterschiedliche Formen der Teilnahme ermöglicht. Ein Alltagseinblick berichtet von einer Gartenrunde, einem Musikangebot oder gemeinsamem Backen. Nicht jeder Beitrag muss alle drei Bereiche abdecken.

KI kann helfen, Wissen zu ordnen, verständlich zu formulieren und für unterschiedliche Veröffentlichungen aufzubereiten.

Entscheidend ist eine verständliche Kernaussage. Ein Foto vom gedeckten Tisch erzählt zunächst wenig über die Arbeit dahinter. Mit einer kurzen Erklärung kann es zeigen, welche Wahlmöglichkeiten es bei einem konkreten Angebot gab. Beschreiben Sie dabei nur, was tatsächlich stattgefunden hat. Aussagen wie „Alle waren begeistert" oder „Das stärkt nachweislich das Gedächtnis" entstehen schnell im KI-Entwurf, brauchen aber eine Grundlage, die ein Foto nicht liefert.

Fachkompetenz an konkreten Entscheidungen zeigen

Viele Tagespflegen beschreiben ihre Arbeit mit Begriffen wie „individuell", „aktivierend" oder „bedürfnisorientiert". Für Außenstehende bleibt oft offen, was damit gemeint ist. Verständlicher wird es, wenn das Team eine konkrete Vorgehensweise erklärt: Welche Wünsche erfragen wir? Wie werden Angebote angepasst? Was besprechen wir vor dem ersten Besuch?

Nehmen wir die Frage nach der Teilnahme. Eine fachliche Erklärung könnte lauten: „Wir besprechen mit unseren Gästen, was sie gern tun und wobei sie Unterstützung möchten. Bei unseren Angeboten gibt es unterschiedliche Möglichkeiten, sich einzubringen." Ob diese Formulierung passt, prüft das Team am eigenen Alltag. Gibt es tatsächlich Alternativen? Wer unterstützt jemanden, der sich zurückziehen

möchte? Welche räumlichen und personellen Möglichkeiten stehen zur Verfügung?

Erklären Sie auch, was sich erst im Gespräch klären lässt. Der Satz „Wir besprechen gemeinsam, welche Unterstützung Sie benötigen und was wir anbieten können" braucht einen verlässlichen Gesprächsweg. Fachliche Kompetenz wird durch nachvollziehbare Auskünfte sichtbar.

Alltagserlebnisse mit einer Aussage verbinden

Ein Alltagseinblick braucht keine außergewöhnliche Veranstaltung. Häufig eignen sich vertraute Situationen: das Vorbereiten einer Mahlzeit, das Betrachten von Rezeptkarten oder eine kleine Runde im Garten. Halten Sie nach einem geeigneten Angebot vier Dinge fest: Was fand statt? Welche Möglichkeiten hatten die Gäste? Welches fachliche Anliegen verfolgte das Team? Was kann dazu veröffentlicht werden?

Bei einem Backvormittag könnte die überprüfte Information lauten: Die Gäste konnten Äpfel vorbereiten, Teig rühren, Rezeptkarten ansehen oder zuschauen. Das Team wollte unterschiedliche Formen der Beteiligung ermöglichen. Daraus lässt sich ein Beitrag über Wahlmöglichkeiten gestalten. Eine solche Beschreibung erklärt mehr als die pauschale Aussage, es sei ein schöner Vormittag gewesen. Sie benötigt weder erfundene Zitate noch Angaben zu einzelnen Gästen.

Das fachliche Anliegen ist dabei von einem beobachteten Ergebnis zu unterscheiden. „Wir wollten an vertraute Tätigkeiten anknüpfen" beschreibt eine Absicht. „Alle fühlten sich wieder selbstständig" behauptet einen persönlichen Eindruck für eine ganze Gruppe. KI verwischt diese Grenze leicht, wenn sie einen lebendigen Text schreiben soll. Lassen Sie deshalb ausdrücklich nur die gelieferten Beobachtungen verwenden und ergänzte Wirkungen weglassen.

Ein eigenes Foto von Zutaten oder Materialien kann das Thema tragen, ohne Gäste abzubilden. Prüfen Sie den Hintergrund auf Namenslisten, beschriftete Becher und Unterlagen. Personenfotos und persönliche Geschichten brauchen vorab eine geklärte Grundlage für die konkrete Veröffentlichung nach den Vorgaben des Trägers.

KI-generierte Bilder dürfen keinen tatsächlichen Einblick in die eigene Einrichtung vortäuschen. Nutzen Sie für Alltagserlebnisse freigegebene eigene Aufnahmen oder eine schlichte Textkarte. Ein Bild muss keine Menschen zeigen, um die Arbeit verständlicher zu machen.

Homepage und Social Media gemeinsam planen

Die Homepage bündelt Informationen, die Interessierte gezielt nachlesen wollen. Dort gehören der Ablauf des Kennenlernens, Kontaktmöglichkeiten und verlässliche Auskünfte zum Angebot hin. Social Media kann einzelne Fragen aufgreifen, Arbeitsweisen erklären und aktuelle Einblicke geben. Beide Veröffentlichungsorte sollten in ihren Aussagen übereinstimmen.

Der Social-Media-Beitrag sollte bereits eine nützliche Antwort enthalten. Ein bloßes „Mehr erfahren Sie auf unserer Website" bleibt für viele Fragen zu wenig. Umgekehrt kann ein kurzer Post nicht alle Einzelheiten einer Kostenberechnung oder Aufnahme klären. Benennen Sie dann, was allgemein erklärt werden kann und was im persönlichen Gespräch besprochen wird. Der Weg dorthin muss leicht zu finden sein.

Verweisen Sie möglichst auf die passende Unterseite. Ist ein direkter Link im Beitragsformat nicht praktikabel, nennen Sie einen auffindbaren

VON DER FRAGE ZUM PASSENDEN INHALT

Ein Anlass - kurze Orientierung im Post, weitere Informationen auf der Homepage.

Ausgangspunkt	Social-Media-Beitrag	Vertiefung auf der Homepage
Wie lernen wir die Tagespflege kennen?	Den vereinbarten Ablauf in drei Schritten erklären.	Ansprechperson, Terminvereinbarung und geprüfterAblauf.
Muss mein Vater überall mitmachen?	An einem tatsächlichen Angebot verschiedene Formen der Teilnahme zeigen.	Beschreiben, wie Wünsche und Unterstützungsbedarf besprochenwerden.
Wie funktioniert die Abholung?	Erklären, was vor der ersten Fahrt geklärt wird.	Fahrgebiet, Absprachen, Kontakt und individuelle Klärung.
Was steckt hinter einem Backvormittag?	Eine reale Aktivität mit ihrem fachlichen Anliegen verbinden.	Das Betreuungskonzept anverständlichen Beispielen erläutern.
Was kostet ein Besuch?	Auf die individuelle Kostenklärung vorbereiten.	Aktuelle Grundlagen und Kontakt für eine nachvollziehbare Berechnung.



Foto: Adobe Stock/qunica.com

Ein Einblick in den Alltag auf Social Media berichtet beispielsweise von einer Gartenrunde, einem Musikangebot oder dem gemeinsamen Backen.

Menüpunkt oder Kontakt. Prüfen Sie auf dem Smartphone, ob Schrift und Kontaktangaben lesbar sind und der Weg zur Information funktioniert.

Auch Menschen ohne Zugang zu sozialen Netzwerken profitieren von dieser Arbeit: Eine geprüfte Erklärung lässt sich als Fragenblatt ausdrucken oder dem vermittelnden Pflegedienst zur Verfügung stellen.

Bei Fahrdienst und Kosten präzise bleiben

Organisatorische Themen eignen sich für Social Media, weil sie konkrete Unsicherheit aufgreifen. Beim Fahrdienst kann die Kernfrage lauten: „Was müssen wir vor der ersten Abholung besprechen?" Die Antwort nennt beispielsweise Wohnort, Absprachen zur Übergabe und benötigte Unterstützung. Ob Hilfe vom Wohnbereich bis zum Fahrzeug möglich ist, muss die Einrichtung für den Einzelfall klären. Ein allgemeines „Wir holen Sie zu Hause ab" beantwortet diese Frage noch nicht.

Ein Fahrdienst bedeutet weder beliebige Abholzeiten noch automatisch Hilfe auf jeder Treppe. Unterscheiden Sie allgemeine Leistungen von individuellen Absprachen.

Bei Kosten ist eine sorgfältige Erklärung ebenso wichtig. Für Pflegegrade 2 bis 5 gibt es Leistungen für teilstationäre Pflege. Ambulante Pflegesachleistungen und Pflegegeld können daneben ohne Kürzung durch die Tagespflege genutzt werden. Die Pflegekasse übernimmt im Rahmen der Höchstbeträge insbesondere pflegebedingte Aufwendungen; Unterkunft, Verpflegung und gesondert berechenbare Investitionskosten sind grundsätzlich privat zu tragen. Für Pflegegrad 1 kommt noch der Entlastungsbetrag infrage.

Für die öffentliche Kommunikation folgt daraus: Versprechen Sie kein pauschales Kontingent kostenloser Besuchstage. Welche Kosten entstehen und welche Leistungen eingesetzt werden können, hängt von der persönlichen Situation und den Preisen der Einrichtung ab. Ein kurzer Beitrag kann erklären, welche Angaben für eine Berechnung benötigt werden und wer diese erstellt. Konkrete Beträge sollten aus einer aktuell geprüften Grundlage stammen; die KI ist dafür keine verlässliche Quelle.

Eine kleine Redaktionsroutine vereinbaren

Ein sinnvoller Beitrag pro Woche kann als interner Arbeitsrhythmus dienen. Das ist ein Planungsbeispiel, keine Vorgabe für Reichweite oder Auslastung. Wählen Sie zunächst einen betreuten Kanal und ein einfaches Format. Planen Sie Zeit für Prüfung und Rückfragen ein.

Verteilen Sie die Aufgaben konkret. Eine Person sammelt Themen und Fakten, eine fachlich zuständige Person prüft die Aussagen, eine benannte Person veröffentlicht und behält Reaktionen im Blick. In einem kleinen Team können einzelne Rollen zusammenfallen. Vor der Veröffentlichung sollte möglichst ein zweites Augenpaar prüfen, ob der Text fachlich stimmt und Außenstehende ihn verstehen können.

Berücksichtigen Sie auch die Zeit nach dem Posten. Allgemeine Fragen können öffentlich beantwortet werden, wenn die Antwort fachlich geprüft ist. Persönliche Pflegefragen gehören in einen dafür vorgesehenen Gesprächsweg. Eine Antwort wie „Bitte rufen Sie uns an, damit wir Ihre Situation in Ruhe besprechen können" braucht eine erreichbare Ansprechperson. Fragen Sie in öffentlichen Kommentaren nicht nach Diagnosen oder anderen persönlichen Angaben.

Prüfen Sie nach einigen Wochen: Welche Fragen tauchen erneut auf? Wird eine Erklärung missverstanden? Erwähnen Interessierte einen Beitrag im Gespräch? Reichweite und Reaktionen geben Hinweise, belegen aber allein keine zusätzliche Belegung. Wiederkehrende Fragen zeigen, welche Information noch fehlt.

Der Vater aus dem Eingangsbeispiel kann sich trotz guter Informationen gegen die Tagespflege entscheiden. Das bleibt zu respektieren. Gelungene Kommunikation hilft Menschen, Fragen zu stellen und ihre Möglichkeiten einzuschätzen. KI macht das Wissen des Teams leichter zugänglich. Die Beziehung zu Gästen und Angehörigen entsteht in der tatsächlichen Begegnung. ☼

Am 25. November um 13 Uhr gibt der Autor eine Webinar zum Thema „Mit KI die Kommunikation Ihrer Tagespflege stärken". Für TP -Abonnent:innen ist das Webinar kostenlos. Infos und Anmeldung unter tp-tagespflege.net/webinare.