 <p>Evangelische Altenhilfe Ludwigshafen am Rhein gemeinnützige Betriebsgesellschaft mbH ... sicher und geborgen</p>	<p>Handbuch Qualitätsmanagement Geltungsbereich: Pflege</p>	<p>Kap. D.6.1</p>
	<p>Öffentlichkeitsarbeit</p>	

1. Aufgabe und Zielsetzung der Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitsarbeit in Alten- und Pflegeheimen umfasst die Beziehungen der Einrichtung zu seiner Umwelt bzw. der gesamten Öffentlichkeit. Es geht darum, eine positive Einstellung der internen und externen Anspruchsgruppen gegenüber der Einrichtung zu erzeugen und zu erhalten.

Die Öffentlichkeitsarbeit ist ein entscheidender Wettbewerbsfaktor für Alten- und Pflegeheime. Die Leistungsqualität in Alten- und Pflegeheimen kann durch die Bewohner/-innen erst bei der Erbringung der Leistung selbst beurteilt werden. Bei der Auswahl eines Alten- und Pflegeheims richten sich potentielle Interessenten daher zum einen nach dem Erscheinungsbild der Senioreneinrichtung und zum anderen nach dem Image der Einrichtung.


Zentrale Aufgabe der Öffentlichkeitsarbeit ist demnach, die Öffentlichkeit aktiv über die Einrichtung, ihre Leistungen und Angebote zu informieren. Durch Transparenz bei der Leistungserbringung und dem Hervorheben von Besonderheiten der eigenen Einrichtung gilt es, das Image zu verbessern und zu erhalten.

Als Mittel der Kundengewinnung und Kundenbindung unterstützt eine erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit die Existenz der Einrichtung.

Folgende Aufgaben und Funktionen der Öffentlichkeitsarbeit sind zu beachten:

- Informationsfunktion, d. h., die Übermittlung von Informationen über das Alten- und Pflegeheim an relevante Zielgruppen mit dem Ziel, eine verständnisvolle Einstellung im Hinblick auf die Einrichtung und ihre Situation zu erzielen.
- Imagefunktion, d. h., den Aufbau und die Änderung einer bestimmten Vorstellung von dem Alten- und Pflegeheim in der allgemeinen Öffentlichkeit.
- Kommunikationsfunktion, d. h. das Zustandekommen von Kontakten zwischen der Einrichtung und den relevanten Zielgruppen.
- Führungsfunktion, d. h. die Beeinflussung der Öffentlichkeit im Hinblick auf die Positionierung der Einrichtung am Markt.
- Existenzerhaltungsfunktion, d. h. die glaubwürdige Darstellung der Notwendigkeit der Einrichtung für die Öffentlichkeit.

Freigabe/ GF	Geprüft/ QMB	Bearbeiter	Version	Datum	Seite
Frau Busch	Herr Sauder	QMB	QMH 2.2	Sept. 2018	Seite 1 von 12

 <p>Evangelische Altenhilfe Ludwigshafen am Rhein gemeinnützige Betriebsgesellschaft mbH ... sicher und geborgen</p>	<p>Handbuch Qualitätsmanagement Geltungsbereich: Pflege</p>	<p>Kap. D.6.1</p>
	<p>Öffentlichkeitsarbeit</p>	

2. Zielgruppenbestimmung

Die Zielgruppen der Öffentlichkeitsarbeit eines Alten- und Pflegeheims sind breit gestreut und müssen alle berücksichtigt werden.

Die wichtigste Zielgruppe sind die **Bewohner/-innen**, die in der Einrichtung leben und die die Qualität der Leistungserbringung direkt beurteilen können. Sind die Bewohner/-innen der Einrichtung zufrieden, tragen diese über Mundpropaganda erheblich zum Ansehen der Einrichtung bei.

Mit zu dieser Zielgruppe gehören die **Angehörigen** und **Betreuer** der Bewohner/-innen, **potentielle Bewohner/-innen** und Bezugspersonen der Bewohner/-innen wie **Ärzte** und **Seelsorger**.

Ein weiterer Schwerpunkt der Öffentlichkeitsarbeit ist auf die **Mitarbeiter/-innen** zu legen. Diese repräsentieren die Einrichtung in hohem Maße. Von der Qualifikation und Motivation der Mitarbeiter/-innen ist direkt die Qualität der Leistungserbringung und somit die Qualität der Einrichtung abhängig.

Die Arbeit in einem Alten- und Pflegeheim ist abhängig von Kostenträgern, Behörden, Sponsoren, Geschäftspartnern und Zuweisern. Diese Zielgruppe beeinflusst auf verschiedenen Ebenen die Existenz eines Altenpflegeheims.

Die Gruppe der **Kostenträger**, **Behörden** und **Sponsoren** beurteilt die Leistung der Einrichtung und stellt ihr finanzielle Mittel zur Verfügung. Zudem können sie mit ihrer Einschätzung über die Qualität der Einrichtung starken Einfluss auf die Öffentlichkeit nehmen. **Geschäftspartner** arbeiten der Einrichtung zu oder erbringen ihre Leistungen direkt an den Bewohner/-innen. Ist hier die Zusammenarbeit oder die Leistungserbringung mangelhaft, beeinflusst dies direkt die Qualität der Einrichtung. Nicht zuletzt ist es wichtig, dass die **Zuweiser** der Einrichtung, wie Ärzte, Krankenhäuser und Beratungsstellen, ein gutes Bild von der Einrichtung haben, damit sie potentielle Bewohner/-innen an die Einrichtung vermitteln.

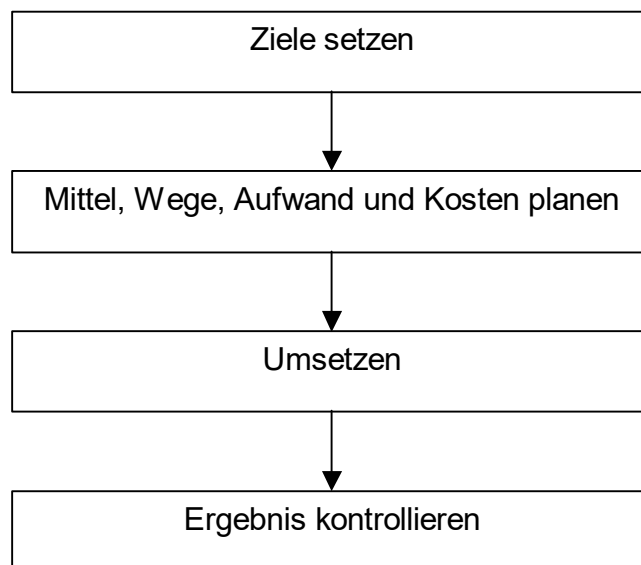
Auch die „allgemeine und fachliche Öffentlichkeit“ muss in einem guten Konzept für Öffentlichkeitsarbeit berücksichtigt werden.

Einen guten Ruf in der **Gemeinde** zu haben, erhöht den Bekanntheitsgrad der Einrichtung und macht auf sie aufmerksam. Insbesondere die Bewohner/-innen profitieren davon, wenn die Einrichtung gut in die Gemeinde vernetzt ist. Durch **Besuchsdienste** und Kooperationen mit **Kirchengemeinden**, **Vereinen**, **Schulen** und **Kindergärten** kann das Leben in einem Alten- und Pflegeheim vielfältiger und abwechslungsreicher gestaltet werden.

Als Multiplikatoren an eine breite Öffentlichkeit dienen regionale **Politiker** und **Journalisten**. Diese haben durch ihre gesellschaftliche Stellung und ihre berufliche Tätigkeit einen starken Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung. Ein guter Kontakt zu dieser Zielgruppe eröffnet die Chance den Bekanntheitsgrad der Einrichtung zu steigern und in Krisensituationen Unterstützung zu erhalten.

Freigabe/ GF	Geprüft/ QMB	Bearbeiter	Version	Datum	Seite
Frau Busch	Herr Sauder	QMB	QMH 2.2	Sept. 2018	Seite 2 von 12

3. Vier Schritte der Öffentlichkeitsarbeit



4. Bestandteile der Öffentlichkeitsarbeit

4.1 Interne Öffentlichkeitsarbeit

Die Mitarbeiter/-innen sind wichtigster Imageträger von Altenhilfeeinrichtungen, die die Einrichtung direkt gegenüber der Öffentlichkeit repräsentieren. Sie können mit ihrem Verhalten und ihren Äußerungen gegenüber den Bewohner/-innen und den anderen Zielgruppen erheblich die Meinung der Öffentlichkeit beeinflussen.

Motivierte und gut ausgebildete Mitarbeiter/-innen, die mit ihrem Arbeitsplatz zufrieden sind, identifizieren sich leichter mit ihrem Arbeitsplatz und ihrem Arbeitgeber. Dies ist Voraussetzung dafür, dass sie die Einrichtung optimal in der Öffentlichkeit präsentieren können.

Das Arbeitsklima und die Mitarbeitermotivation kann durch viele Faktoren beeinflusst werden:

- Organisationsstruktur hinsichtlich
 - Arbeitszeitregelungen
 - Hierarchieebenen
 - Schnittstellenmanagement
 - Führungsstil
- Transparenz und zuverlässige Weitergabe von Informationen
 - Besprechungskultur

Freigabe/ GF	Geprüft/ QMB	Bearbeiter	Version	Datum	Seite
Frau Busch	Herr Sauder	QMB	QMH 2.2	Sept. 2018	Seite 3 von 12

- „Schwarzes Brett“
 - Fortbildungsinformationen
 - Veranstaltungshinweise
 - Begrüßung u. Verabschiedung von Mitarbeitern
 - Veränderungen in den Einrichtungen
 - MAV-Mitteilungen
- Vorschlags- und Beschwerdemanagement
 - Mitarbeitergespräche
 - Fortbildungsmaßnahmen
 - Betriebsfeste und -ausflüge
 - Freizeitangebote für die Mitarbeiter/-innen, wie Stammtisch, Sportgruppen
 - Arbeitsschutzmaßnahmen

Interne Öffentlichkeitsarbeit			
Thema	Zielgruppe	Durchführung	Maßnahme
Führungsrichtlinien	Alle MA	GF	Im QMH hinterlegt
Besprechungen	Alle MA	ZHL, PDL und WBL	Laufende Informationsweitergabe in den regelmäßigen Besprechungen
Veranstaltungskalender	Alle MA	Zentraler Sozialer Dienst in Kooperation mit Ass.-ZHL	Herausgabe und Auslage auf den WB's einmal im Jahr
„Schwarzes Brett“	Alle MA	Zentraler Sozialer Dienst	Kontrolle einmal im Monat
Vorschlags- und Beschwerdemanagement	Alle MA	QMB Cc: PDL	Jederzeit verfügbare Formulare und laufende Bearbeitung
Mitarbeitergespräche	Alle MA	GF, ZHL, PDL und WBL	Durchführung einmal im Jahr
Fortbildungsangebote	Alle MA	GF, ZHL, PDL und Ass.-ZHL	Siehe Fortbildungsplan
Betriebsfeste und -ausflüge	Alle MA	MAV	Zweimal im Jahr
Arbeitsschutzmaßnahmen	Alle MA	Fachkraft für Arbeitssicherheit (FASI)	laufend

4.2 Erscheinungsbild des Trägers und seiner Einrichtung

Für ein einheitliches und professionelles Auftreten des Trägers mit Wiedererkennungswert nach außen müssen folgende Bestandteile des Erscheinungsbildes einrichtungsübergreifend aufeinander abgestimmt sein:

- Einrichtungslogo
- Einrichtungsbeschilderung
- Schriftbild auf allen schriftlichen Dokumenten
- Farbe und Größe von Symbolen
- Briefpapier
- Mailvorlagen mit Signatur
- Dienstkleidung und Namensschilder
- Beklebung der Dienstfahrzeuge
- Raum- und Arbeitsplatzgestaltung
- Ansprechende Hausfassade
- Einladend gestalteter Eingangs- und Empfangsbereich
- Helle Räumlichkeiten, sowohl in den Privat- als auch Gemeinschaftsräumen
- Bedürfnisgerechte und ansprechende Raumgestaltung, Möblierung und Ausstattung der Einrichtungen
- Ansprechende Farb- und Umgebungsgestaltung in der Einrichtung
- Freundliches Auftreten und ansprechendes Erscheinungsbild des Personals sowohl persönlich im Gespräch als auch am Telefon und an der Pforte
- Kompetente Beratung bzw. Ansprechpartner für Interessenten und deren Angehörige und Betreuer rund um die Uhr
- Heimaufnahme rund um die Uhr
- Sauberkeit der Einrichtung
- Gute Verpflegung durch qualitativ hochwertiges, schmackhaftes und appetitlich angerichtete Mahlzeiten – siehe Arbeitsorganisationskonzept Küche

Erscheinungsbild des Trägers und seiner Einrichtungen


Thema	Zielgruppe	Durchführung	Maßnahme
Beschilderung	Öffentlichkeit	Zentrale Verwaltung	Beschilderungen mit Logo des Trägers und der Diakonie gestalten
Schriftverkehr	Öffentlichkeit	EDV	Einheitliches Schriftbild mit Logo des Trägers und der Diakonie auf allen Dokumenten
Mailsignatur	Öffentlichkeit	EDV	Einheitliche Mailsignatur aller MA
Namensschilder	Öffentlichkeit	Zentrale Verwaltung	Einheitlich gestaltete

Freigabe/ GF	Geprüft/ QMB	Bearbeiter	Version	Datum	Seite
Frau Busch	Herr Sauder	QMB	QMH 2.2	Sept. 2018	Seite 5 von 12

<div><div><div>Evangelische Altenhilfe Ludwigshafen am Rhein</div><div>gemeinnützige Betriebsgesellschaft mbH</div></div><div><div></div><div>... sicher und geborgen</div></div></div>	<div>Handbuch Qualitätsmanagement</div> <div>Geltungsbereich: Pflege</div>	Kap. D.6.1
	<div>Öffentlichkeitsarbeit</div>	

			Namenschilder (Pfle- gekräfte und Verwal- tungsmitarbeiter)
Dienstfahrzeuge	Öffentlichkeit	Technischer Leiter	Beklebung aller Dienstfahrzeuge mit dem Logo der Ev. Al- tenhilfe
Werbemittel	Öffentlichkeit	Zentrale Verwaltung	Aufkleber der Ev. Al- tenhilfe als Werbemit- tel
Raum- und Arbeits- platzgestaltung	Bewohner und Öffentlichkeit	Verantwortlich: ZHL Durchführung: Alle MA	Ansprechende und ordentliche Gestal- tung aller Räumlich- keiten
Freundliches Auftre- ten und Ansprechen- des Erscheinungsbild des Personals	Bewohner und Öffentlichkeit	Verantwortlich: ZHL Durchführung: Alle MA	Fortbildungen und Schulungen zum Te- lefonieren, Umgang mit Kunden und Vor- träge an alle Zielgrup- pen
Ansprechpartner, kompetente Beratung und Heimaufnahme rund um die Uhr	Bewohner und Öffentlichkeit	Alle MA	Diensttelefon, Ter- minvereinbarung au- ßerhalb der Dienst- zeiten bei Bedarf
Sauberkeit	Bewohner und Öffentlichkeit	PDL und Reini- gungsfirma	Neuorganisation der Reinigungszeiten mit Sicherstellung der Sauberkeit über den ganzen Tag und mit besserer Abdeckung der Sonn- und Feier- tage
Verpflegung	Bewohner und Öffentlichkeit	MA Küche und Pfl- ge	Appetitliches Anrich- ten der Mahlzeiten und der Essenswä- gen

Freigabe/ GF	Geprüft/ QMB	Bearbeiter	Version	Datum	Seite
Frau Busch	Herr Sauder	QMB	QMH 2.2	Sept. 2018	Seite 6 von 12

 <p>Evangelische Altenhilfe Ludwigshafen am Rhein gemeinnützige Betriebsgesellschaft mbH ... sicher und geborgen</p>	<p>Handbuch Qualitätsmanagement Geltungsbereich: Pflege</p>	<p>Kap. D.6.1</p>
	<p>Öffentlichkeitsarbeit</p>	

4.3 Präsentationsunterlagen

Präsentationsunterlagen vermitteln häufig den ersten Eindruck der Einrichtung. Die inhaltliche und graphische Ausgestaltung der Werbemittel sollte also gut durchdacht werden. Insbesondere sollte das Corporate Design des Trägers beachtet werden.

- Homepage
 - Verlinkung auf öffentlichen Seiten wie der Stadt-/Gemeindehomepage
 - Seniorenfreundlicher Internetauftritt, insbesondere auf Lesbarkeit und ruhiges Erscheinungsbild achten
 - Übersichtliche und anwenderfreundliche Gestaltung
 - Verwenden von angenehmen und nicht grellen Farben, ruhiges Erscheinungsbild und freundliche Photos
- Externer Flyer, mit Informationen zum Haus wie
 - Vorstellung der Einrichtung und der Philosophie des Trägers
 - Leistungsangebot
 - Ausstattung der Zimmer, gesellschaftliche Einrichtungen wie Gemeinschaftsräume, Fernsehzimmer, sanitäre Anlagen sowie Pflegebereiche
 - Lage der Einrichtung und Anfahrtshinweise
 - Mit ansprechenden Bildern der Einrichtung (Corporate Design)
 - Ansprechende graphische Gestaltung der Handzettel
- Interner Flyer „Info beim Heimeinzug“
 - Angebote des Hauses
 - Die wichtigsten Ansprechpartner und Telefonnummern
 - Hinweise zum Telefonieren
 - Speisezeiten und -orte
 - Informationen zur Wäsche
- Präsentationsmappen, zur gezielten Verteilung an potentielle Interessenten bei Informationsgesprächen
 - Leitbild der Einrichtung
 - Heimzeitung
 - Flyer der Einrichtung
 - Beschreibung eines Beispielzimmers und Darlegen der Einrichtungsmöglichkeiten
 - Darstellung der Gemeinschaftsräume
 - Mustervertrag
 - Preisinformationen und Hinweise auf Sozialhilfeanträge
 - Zusatzangebote wie Wäscheversorgung, Namenszeichnung der Wäsche, Einkaufstouren und Informationen zur Essensversorgung
 - Veranstaltungskalender der Einrichtung
- Heimzeitung – siehe Konzeption Heimzeitung
- Sonstiges Werbematerial

Freigabe/ GF	Geprüft/ QMB	Bearbeiter	Version	Datum	Seite
Frau Busch	Herr Sauder	QMB	QMH 2.2	Sept. 2018	Seite 7 von 12


Präsentationsunterlagen

Thema	Zielgruppe	Durchführung	Maßnahme
Homepage	Heimplatzinteressenten und Öffentlichkeit	EDV	Ansprechende und seniorenfreundliche Gestaltung der Homepage und regelmäßige Aktualisierung (Inhalte s.o.) Verbesserungspotential Ev. Altenhilfe: -größere Schrift -Bilder der Einrichtung neu ausrichten, sie sind verschoben -bessere Bedienfreundlichkeit der Menüleiste
Flyer	Heimplatzinteressenten und Öffentlichkeit	Zentraler Sozialer Dienst	Anbieten und Auslegen eines Flyers mit Kurzinformationen zum Träger und den Einrichtungen (Inhalte s.o.)
Info beim Heimeinzug	Bewohner beim Einzug	Zentraler und Dezentraler Sozialer Dienst	Wird jedem Bewohner beim Einzug zusammen mit einem „süßen“ Willkommensgruß überreicht
Präsentationsmappe	Heimplatzinteressenten	Marketing-Projekt	Gestaltung einer ausführlichen und ansprechenden Informationsmappe für Heimplatzinteressenten (Inhalte s.o.)
		ZSD	Evaluation
Heimzeitung	Bewohner, MA, Heimplatzinteressenten und Öffentlichkeit	Zentraler Sozialer Dienst	Siehe Konzeption Heimzeitung

4.4 Veranstaltungen und Angebote

Interne und externe Veranstaltungen dienen der Öffnung der Einrichtung nach außen. Dadurch soll zum einen das Image der Einrichtung gepflegt und zum anderen den Bewohner/-innen Kontakt zu Personen außerhalb der Einrichtung ermöglicht werden. Eine positive Präsentation der Einrichtung nach außen kann auch zu Akqui-

Freigabe/ GF	Geprüft/ QMB	Bearbeiter	Version	Datum	Seite
Frau Busch	Herr Sauder	QMB	QMH 2.2	Sept. 2018	Seite 8 von 12

 <p>Evangelische Altenhilfe Ludwigshafen am Rhein gemeinnützige Betriebsgesellschaft mbH ... sicher und geborgen</p>	<p>Handbuch Qualitätsmanagement Geltungsbereich: Pflege</p>	<p>Kap. D.6.1</p>
	<p>Öffentlichkeitsarbeit</p>	

rierung ehrenamtlicher Mitarbeiter/-innen genutzt werden. Dies ist besonders im Interesse der Bewohner/-innen und verstärkt auch das positive Image nach außen.

- Tag der offenen Tür mit Zusatzangeboten veranstalten, wie Vernissagen, Ausstellungen, Basare, Flohmärkte und Besichtigungen von Teilen der Einrichtung
- Kooperationen mit Kirchengemeinden, Schulen und Kindergärten
 - Besuchsdienste
 - Veranstaltungen, wie Spiele- und Vorlesenachmittage
 - Hospitationen
- Interne oder öffentliche Feste, wie Jubiläen, Sommerfeste, Geburtstage
- Interne oder öffentliche Konzertabende und Diavorträge
- Informationsveranstaltungen zu Fachthemen wie organisatorische und finanzielle Fragestellungen von Pflegeheimen, Krankheitsbilder, Ernährung, Gesundheit, Medizin, aktuelle politische Themen, Kunst und Bildung unter Einbindung von Fachreferenten
 - Aspekte bei der Vorbereitung
 - Tagesablauf und Arbeitszeiten
 - Bereitschaft zum Kostenbeitrag
 - Themeninteresse
 - Planung
 - Thema auswählen
 - Referent festlegen und anfragen
 - Ort – eigene Einrichtung
 - Maximale Teilnehmerzahl festlegen – es sollten Diskussionsrunden möglich sein
 - Datum – empfehlenswert ist ein Wochentag von Dienstag bis Donnerstag
 - Zeitpunkt – in dem Feierabend hinein (Beginn ca. 16:30 Uhr)
 - Dauer – ca. 90 min (inklusive Diskussionsrunde)
 - Equipment wie Flipchart, Beamer etc. (in Ansprache mit dem Referenten)
 - Service – Getränke und Snacks
- Angehörigenabende und Selbsthilfegruppen veranstalten
- Präsentation auf Messen
 - Informationsmaterial auslegen
 - Ansprechpartner aus den Einrichtungen für Informationsgespräche zur Verfügung stellen
- Sonderangebote für potentielle wie „Offener Mittagstisch“ oder Probewohnen zum Abbau von Berührungsängsten vor Pflegeheimen
- Veranstaltungshinweise und aktuelle Informationen am „Schwarzen Brett“ und auf Pinnwänden

Freigabe/ GF	Geprüft/ QMB	Bearbeiter	Version	Datum	Seite
Frau Busch	Herr Sauder	QMB	QMH 2.2	Sept. 2018	Seite 9 von 12

Veranstaltungen und Angebote


Thema	Zielgruppe	Durchführung	Maßnahme
Tag der offenen Tür	Bewohner und Öffentlichkeit	Zentraler Sozialer Dienst	Angebot von öffentlichen Veranstaltungen einmal im Jahr
Kooperationen mit Kirchengemeinden, Schulen und Kindergärten	Bewohner	Zentraler Sozialer Dienst	Förderung von ehrenamtlichen Engagement durch Kontaktnüpfung und Kontaktpflege zu den Einrichtungen vor Ort
Feste	Bewohner und Öffentlichkeit	Zentraler Sozialer Dienst	Veranstalten von internen und öffentlichen Festen
Informationsveranstaltungen	Öffentlichkeit	Zentraler Sozialer Dienst	Informationsveranstaltungen für die interessierte Öffentlichkeit organisieren
Angehörigenarbeit	Angehörige	Zentraler Sozialer Dienst	Regelmäßige Information für Angehörige (zweimal im Jahr und bei Bedarf), siehe Konzeption Angehörigenarbeit
Selbsthilfegruppen	Angehörige und Öffentlichkeit	Zentraler Sozialer Dienst	Initiierung von Selbsthilfegruppen für Angehörige pflegebedürftiger oder dementiell erkrankter Menschen vor Ort in den Einrichtungen
Messen	Öffentlichkeit	GF und ZHL	Öffentlichkeitsarbeit auf Messen zur Präsentation des Trägers

Zusatzangebote für Heimplatzinteressenten	Heimplatz-inter- essenten	ZHL, PDL, Zentra- ler Sozialer Dienst und interne Ver- waltung	Heimplatzinteres- santen das Ken- nenlernen der Ein- richtung ermögli- chen durch Ange- bote, wie „Cafete- ria“, „Offener Mit- tagstisch“ und „Pro- bewohnen“
Infotafel	Bewohner und Öffentlichkeit	Zentraler und De- zentraler Sozialer Dienst	Informationen zum Haus, zu Veranstal- tungen und zu An- geboten leicht zu- gänglich präsentie- ren

4.5 Kontaktpflege

- Kontakte zu Zuweisern pflegen
 - Regelmäßiges Suchen von Gesprächen
 - regelmäßige Zusendung von Informationsbroschüren
 - ständige Information über neue Leistungsangebote
 - Einladung zu Veranstaltungen
- Kontakte zu regionalen Journalisten pflegen
 - Regelmäßiges Suchen von Gesprächen
 - Berichterstattung über Veranstaltungen und Veränderungen in den Einrichtungen
 - Einladung zu Veranstaltungen
 - Pressemitteilungen in der örtlichen Tagespresse schalten

Kontaktpflege			
Thema	Zielgruppe	Durchführung	Maßnahme
Kontakte zu Zuweisern	Zuweiser	Zentraler Sozialer Dienst und PDL	Monatlicher Kon- takt zu allen Zuwei- serstellen (Maß- nahmen s.o.)
Kontakte zu Journalisten	Journalisten	GF und ZHL	Monatlicher Kon- takt zu regionalen Journalisten (Maß- nahmen s.o.)

 <p>Evangelische Altenhilfe Ludwigshafen am Rhein gemeinnützige Betriebsgesellschaft mbH ... sicher und geborgen</p>	<p>Handbuch Qualitätsmanagement Geltungsbereich: Pflege</p> <p>Öffentlichkeitsarbeit</p>	<p>Kap. D.6.1</p>
---	--	-------------------

5. Mitgeltende Dokumente

- Konzeption Heimzeitung
- Informationsbroschüre für Bewohner/-innen und Angehörige
- Veranstaltungskalender
- Präsentationsmappe
- Konzeption Angehörigenarbeit
- Konzeption Ehrenamtsarbeit

Freigabe/ GF	Geprüft/ QMB	Bearbeiter	Version	Datum	Seite
Frau Busch	Herr Sauder	QMB	QMH 2.2	Sept. 2018	Seite 12 von 12