

Kunst beeinflusst

Kunst als Marketinginstrument

Die Wahl einer geeigneten Pflegeeinrichtung fällt den Angehörigen oftmals schwer, da in den meisten Fällen objektives Hintergrundwissen fehlt. Es werden die eher subjektiven Einstellungen sein, die eine Entscheidung herbeiführen. Ein Kriterium, das bei der Auswahl mitentscheidend sein kann, weil es das Produkt Altenheim optimiert, ist das Marketinginstrument „Kunst“. Mit Kunst schafft man eine positive Atmosphäre, die Bewohnern, Besuchern und Mitarbeitern gerecht wird und die möglicherweise eine Entscheidungshilfe ist. Hinzu kommt, dass wechselnde Ausstellungen im Altenheim die jeweilige Umgebung immer wieder neu gestalten. Die Augen der Bewohner werden somit nicht müde, nach Neuem zu suchen und Interessantes zu entdecken.

Bedürfnis nach Ästhetik

Die Kunst stellt aber auch einen Weg in das Unterbewusstsein der Bewohner dar. Die Bildverarbeitung (Imagery) bei der Betrachtung von Kunst spielt sich nach der Hemisphärenforschung vor allem in der rechten Gehirnhälfte ab, die auch für die nonverbalen und die emotionalen Bereiche zuständig ist. Die rechte Gehirnhälfte reagiert stärker als die Linke auf emotionale Reize, was auf eine sehr enge Beziehung zwischen der Bildverarbeitung im Gehirn und dem emotionalen Verhalten hinweist. In diesem Zusammenhang erscheint es besonders wichtig, dass die rechte Gehirnhälfte sich der Aktivitäten der Bildverarbeitung/-kommunikation weniger bewusst ist, weil sie gedanklich weniger kontrolliert werden und somit eine starke Überzeugungswirkung erzielen. Im Rahmen der Bildwirkungsforschung wird die tiefere Bedeutung eines Bildes im Kommunikationsprozess untersucht. Diese hängt von verschiedenen Parametern ab, auch vom kulturellen Umfeld. Unumstritten ist jedoch, dass der Mensch



Foto: bilderbox.com

ein grundsätzliches Bedürfnis nach kreativer Gestaltung und ästhetischem Genuss hat.

Die Beeinflussungskraft von Bildern beruht vor allem darauf, dass die Bilder wie die Wirklichkeit wahrgenommen werden. Daher sind Bilder besonders geeignet, um eine zweite, fiktive Wirklichkeit zu schaffen und auch den Zugang zu dieser Welt zu ebnet. Mit Kunstausstellungen schafft man aber auch eine schöngestimmte Atmosphäre und kann mit Bildgestaltung und Farbeinsatz ein echtes Wohlbefinden und Geborgenheitsgefühl der Bewohner erreichen.

Aspekt Öffentlichkeitsarbeit

Die Ausstellung sollte mit einem Event beginnen. Hierzu haben auch die Angehörigen Gelegenheit, sich in der Einrichtung einzufinden und den Kontakt zu pflegen. Kunst steigert zugleich die Kommunikationsmotivation im Altenheim. Um geeignete Künstler zu finden, sind öffentliche Ausschreibungen oder die Zusammenarbeit mit einer Galerie ideal. Aus einem Pool von Bewerbern und möglichen Ausstellungskünstlern werden diejenigen ausgesucht, die dem Charakter des Hauses am ehesten entsprechen. Es sollten jedoch nicht nur Landschafts-

bilder oder Bergmotive ausgewählt werden! Ein hausinternes Auswahlkomitee ist gefragt, ein möglichst umfangreiches Potpourri aus den Bewerbungen herauszufiltern. So wird sichergestellt, dass für jeden etwas dabei ist.



Dipl.-Oec. Sylvia Kerne, freiberufliche Marketing-, Kommunikations- und PR-Beraterin im Gesundheits- und Sozialwesen

Für die Ausstellungseröffnung werden mindestens zwei Wochen zuvor Einladungen an Angehörige, Kunstinteressierte und Personen des öffentlichen Lebens sowie Mitarbeiter der Presse verschickt. Die Veranstaltung selbst sollte einen einleitenden Vortrag berücksichtigen. Die meisten Ausstellungseröffnungen werden mit musikalischem Rahmen organisiert. Je nach Budget gibt es Getränke und einen kleinen Imbiss, was man z. B. mittels Sponsoren finanzieren kann. Die Mitarbeiter des Altenheims sollten darüber hinaus die Möglichkeit haben, Bekannte und Verwandte zu einem Ausstellungsbesuch einzuladen. Neben der positiv anmutenden Atmosphäre am eigenen Arbeitsplatz fördert dies die Zufriedenheit und erhöht die Mitarbeiterintegration.

Viele Pflegeeinrichtungen haben dies bereits erkannt und versuchen, sich mit dem „weichen Faktor“ Kunst vom Wettbewerb zu unterscheiden. Dies bietet darüber hinaus eine ideale Plattform der Kommunikation, wobei Mitarbeiter der Institutionen, Besucher und Bewohner zusammenkommen und Informationen – auch über pflegebedingte Themen hinaus – austauschen können.

Sylvia Kerne
e-Mail: kerne@kerne.de