



Bericht Kioskwagen Diaconis

Claudia Trösch, dipl. Aktivierungsfachfrau HF, Leitung Alltagsgestaltung / Aktivierung BSO
(BSO steht für die Häuser Belvoir/ Villa Sarepta und Oranienburg)

Immer am Montagnachmittag ist es wieder soweit: Claudia Trösch, die seit bald fünf Jahren für Diaconis arbeitet und das Team der Aktivierung am Standort an der Schänzlistrasse in Bern leitet, bereitet den Kioskwagen für seinen Einsatz vor. Auf dem Wagen steht die Ware bereit: Frische Schnittblumen, Schokolade, Bonbons, Salzstangen, Chips, Zeitschriften, Postkarten und vieles mehr, stehen schön sortiert nebeneinander. Dazwischen stehen die kleine blaue Kasse, ein Stift und ein Notizblock, um den Verkauf abzurechnen. Nun kann es losgehen. Die Teamleiterin der Aktivierung macht sich auf den Weg ins Nebengebäude, um dort die Bewohnerinnen und Bewohner des Hauses Oranienburg auf ihren Zimmern zu besuchen, Ware zu verkaufen und Bestellungen vorbeizubringen.

Die Kontaktpflege ist das Wichtigste an den Besuchen mit dem Kioskwagen. Im Mittelpunkt steht die Begegnung mit dem Menschen, der Verkauf an sich ist Nebensache. Die Produkte werden zum Einkaufspreis an die Bewohnerinnen und Bewohner weitergegeben. Es wird kein Gewinn erwirtschaftet. Der Kioskwagen dient als Türöffner. «Durch das Angebot kann ein regelmässiger Kontakt zu den Bewohnerinnen und Bewohnern erhalten und bei Neueintritten die Personen auf ungezwungene Art besucht werden», erklärt Claudia Trösch. «Über den Kioskwagen schafft man es oft auch mit Menschen ins Gespräch zu kommen, denen es nicht so gut geht und sich sonst kaum öffnen würden», führt die Teamleiterin Aktivierung aus.

Jede Bewohnerin und jeder Bewohner entscheidet selber, ob er oder sie das Angebot annehmen möchte. Auch Menschen mit einer Demenz können selbstbestimmt handeln. Auf dem Wagen stehen kleine Schalen mit Bonbons, Karamell oder kleinen Schokolädchen. An diesem können sie sich frei bedienen. Gerade Menschen mit demenziellen Einschränkungen freuen sich sehr über diese Kleinigkeiten. Wünschen die Bewohnerinnen und Bewohner etwas Grösseres, haben aber kein Portemonnaie dabei, werden die Beträge notiert und über die Monatsrechnung abgerechnet. Bei Personen mit mobilen Einschränkungen werden auch Bestellungen entgegengenommen und Sonderwünsche wie zum Beispiel eine Lieblingszeitschrift oder die Lieblingsguetzi erfüllt. Die Bestellungen bieten viel Gesprächsstoff. «Warum jemand ein bestimmtes Guetzi am liebsten mag oder wie es zum Beispiel zur Gewohnheit wurde, zum Kaffee ein kleines Stück Schokolade zu essen, ist meist mit einer längeren Geschichte verbunden», so Claudia Trösch. Aus den Gesprächen beim Kioskwagen entsteht dadurch zum Teil spontane Biografiearbeit. «Die Informationen aus diesen Gesprächen sind für eine sinnvolle Gestaltung des Aktivierungsangebots wichtig. Das Gegenüber spürt, dass man Zeit für sie hat und sie ernst genommen werden», betont Claudia Trösch.

Der Kioskwagen fördert auch die Sinneswahrnehmung der Klientel und bietet eine fröhliche Abwechslung in ihrem Alltag. Wer vor ihm steht, kann an den Blumen riechen oder ein Bonbon naschen. Wer auf den Kioskwagen wartet, hört ihn schon von weitem kommen. Der Wagen hat auf den Abteilungen von Diaconis einen besonderen Erkennungswert. Nur wenige lehnen das Angebot ab, das Interesse ist meist gross, wenn auch eher am Gespräch als an den Artikeln selbst.

In den Zeiten von Corona hat sich auch das Bedürfnis am Kioskwagen verändert. Das vom Bundesrat beschlossene Besuchsverbot in Altersheimen hatte grosse Auswirkungen auf den Alltag der Bewohnerinnen und Bewohner bei Diaconis. Sie wurden von der Aussenwelt abgekapselt. Zudem sollten Heimbewohnerinnen und -Bewohner das Areal der Institution nicht verlassen. Die Ungewissheit, wann wieder Besuch empfangen werden darf, war stark spürbar und bedeutete für viele eine psychische und emotionale Belastung. Angehörigen kamen nur noch zur Institution, um das Notwendigste vorbeizubringen. Kontakt zu den Bewohnerinnen und Bewohnern durften sie dabei keinen haben. Geschenke oder Einkäufe mussten am Empfang abgegeben werden. Außerdem gehören einige der Angehörigen selbst schon zur Risikogruppe und gingen deshalb kaum mehr einkaufen. Diese freiheitseinschränkenden Massnahmen waren aber nicht die einzigen Änderungen in den Pflegeinstitutionen. Neu mussten alle, sowohl Bewohnerinnen und Bewohner wie auch das Personal, zwei Meter Abstand zueinander halten. Alle Mitarbeitenden trugen plötzlich Masken. Dies war zu Beginn sehr befremdend. Insbesondere Menschen mit einer Demenz hatten Mühe, die neue Situation zu fassen.

Um den Massnahmen entgegen zu wirken, wurde das Angebot vom Kioskwagen zwischenzeitlich erweitert. Dieser war nun zweimal in der Woche auf der Abteilung unterwegs. Die Bewohnerinnen und Bewohner wurden zudem ausdrücklich danach gefragt, ob sie bestimmte Artikel wünschen und die Bestellungen wurden, wenn möglich, beim nächsten Besuch vorbeigebracht. Dies schaffte eine sichere Beziehung zwischen den Aktivierungsfachpersonen von Diaconis und den Bewohnerinnen und Bewohnern.

Durch die Umstände, dass viele Bewohnerinnen und Bewohner kaum noch Kontakt zu ihren Angehörigen hatten, waren diese regelmässigen Besuche einer der wenigen Kontakte, die sie noch pflegen konnten. Er diente als Stütze und auch als Informationsquelle. So konnten die Bewohnerinnen und Bewohner ihre Ängste, Fragen, Sorgen und auch Anliegen mitteilen. Das Aktivierungsteam wiederum informierte über neue Angebote wie zum Beispiel die Videotelefonie via Skype oder auch über den aktuellen Stand von Covid-19. Auch freuten sich viele über die Möglichkeit beim Kioskwagen Briefmarken zu kaufen, um während des Besuchsverbots schriftlich mit den Angehörigen in Kontakt zu bleiben.

In dieser unsicheren Zeit mit allen Veränderungen war die Kontinuität der Kioskwagen Einsätze sehr wertvoll. Die Gespräche, der Austausch und die Zuwendung halfen, ein Stück Normalität in den bizarren Alltag zu bringen.