

Markensatzung für die Ausgestaltung und Nutzung der Dachmarke

"Die Kommunalen"

§ 1 Trägerschaft

(1)

Der Bundesverband der kommunalen Senioren- und Behinderteneinrichtungen e.V. (BKSB) ist Markeninhaber der Dachmarke "Die Kommunalen".

(2)

Der Vorstand des BKSB ist berechtigt, die Nutzung der Dachmarke Mitgliedern des BKSB zu gestatten, sofern sie bestimmte Kriterien (siehe §§ 3 und 4) erfüllen.

(3)

Der Vorstand des BKSB trägt die Verantwortung für die Vergabe und die Weiterentwicklung der Dachmarke. Insbesondere fallen hierunter folgende Aufgaben:

- Weiterentwicklung und Veröffentlichung der Kriterien für die Nutzung der Dachmarke
- Vergabe und Aberkennung der Nutzung der Dachmarke
- Weiterentwicklung der gemeinsam genutzten Kommunikationsmittel wie Internet-Portal, Informationsbroschüren etc.
- Koordinierung der Öffentlichkeitsarbeit für die Dachmarke
- Regelmäßige Berichterstattung gegenüber dem BKSB über die Nutzung der Dachmarke

§ 2 Wesen und Zweck der Dachmarke

(1)

Ziel einer gemeinsamen Dachmarke ist die Stärkung der Zukunftsfähigkeit der kommunalen Senioren- und Behinderteneinrichtungen.

(2)

Die gemeinsame Dachmarke stellt die besonderen Merkmale der kommunalen Einrichtungen heraus und bündelt diese zu einem gemeinsamen Profil „Die Kommunalen“.

(3)

Die gemeinsame Dachmarke wirkt in zwei Richtungen: Sie schlägt sich im Verhalten der einzelnen Mitglieder nieder und wird damit von innen „vorgelebt“ (= Markenverhalten). Sie wird zudem nach außen kommuniziert, damit sich kommunale Anbieter im Vergleich zur Konkurrenz besser positionieren können und zukünftig verstärkt Kunden anziehen (= Markenkommunikation).

(4)

Der Gebrauch des Dachmarken-Logos steht nicht in Konkurrenz zu den individuellen Logos der Mitglieder des Bundesverbandes der kommunalen Senioren- und Behinderteneinrichtungen e.V. (BKSB). Beide Logos können nebeneinander verwendet werden.

§ 3 Markenkern

Die Dachmarke „Die Kommunalen“ steht für

- **Bürgernähe**
Kommunale Pflegeeinrichtungen sind Lebenswelt für pflegebedürftige Bürgerinnen und Bürger, die ihre persönliche und lokale Bindung an ihre Angehörigen und Bekannten sowie ihr bisheriges Wohnumfeld nicht aufgeben wollen. Kommunale Pflegeeinrichtungen sind verlässlicher Partner und Wegbegleiter aller Bürgerinnen und Bürger. Sie orientieren sich an den Bedürfnissen und Interessen der ihnen anvertrauten Menschen.
- **Transparenz**
Kommunale Pflegeeinrichtungen reden offen über das, was sie tun. In ihren Berichten machen sie die Ziele, Inhalte und Ergebnisse ihrer Arbeit sowie die Verwendung ihrer Mittel transparent und nachvollziehbar. Das sorgt für Glaubwürdigkeit und schafft letztlich Vertrauen.
- **Qualität**
Die Leistungen der kommunalen Pflegeeinrichtungen genügen den hohen Qualitätsansprüchen und werden kontinuierlich und systematisch verbessert.

Dabei sind den Einrichtungen Pflegequalität und Menschlichkeit gleichermaßen wichtig. Hohe Pflegestandards, individuelle Betreuungskonzepte sowie insbesondere kompetente und engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind Ausdruck dieses Anspruchs.

§ 4 Ausgestaltung des Markenkerns

(1)

Eine Grundvoraussetzung für die Nutzung der Dachmarke durch Mitglieder des BKSB ist die individuelle Ausgestaltung und kontinuierliche Verbesserung der drei Elemente des Markenkerns: Bürgernähe, Transparenz und Qualität. Der Verband bietet hierzu seine Unterstützung an.

(2)

Bürgernähe

Alle Mitglieder, die die Dachmarke nutzen, sollen den Faktor "Bürgernähe" ausgestalten, und zwar (siehe § 3) sowohl im Sinne von

a) „... persönliche und lokale Bindung an ihre Angehörigen und Bekannten sowie ihr bisheriges Wohnumfeld ...“

Beispiele:

- Einkauf regionaler Produkte
- Feiern regionaler Festtage
- Einladungen regionaler Gruppen
- Offener Mittagstisch
- Veranstaltungen mit Angehörigen/ Nachbarn
- Ausflüge und Urlaubsreisen
- Zusammenarbeit mit Altentagesstätten
- Zusammenarbeit mit Schulen
- Gewinnung und Schulung von Ehrenamtlichen
- Gottesdienste
- Tage der offenen Tür

als auch im Sinne von

b) „... verlässlicher Partner und Wegbegleiter aller Bürgerinnen und Bürger.“

Beispiele:

- Anlaufstelle/ Beratung von Betroffenen, Angehörigen und Interessierten in den Bereichen
 - Prophylaxe
 - Rehabilitation
 - Pflegeplatz
 - Alternative Betreuungsformen
 - Finanzierung
 - Allgemeine Dienstleistungen
- Erreichbarkeit des Heims (rund um die Uhr), z.B. durch ein Beratungszentrum mit zentraler Rufnummer
- Offene Besuchszeiten

(3)

Transparenz

Alle Mitglieder, die die Dachmarke nutzen, sollen den Faktor "Transparenz" ausgestalten. Beispiele:

- Veröffentlichung von Qualitätsberichten, Ergebnisberichten des MDK und der Heimaufsicht
- Veröffentlichung der geplanten Aktivitäten (z.B. neue Angebote, Konzepte)
- Einblicke in die Unternehmensphilosophie, den Führungsstil, die Personal- und Kundenstruktur, finanzielle Situation sowie Auslastung und Nachfrage
- Stellungnahmen zu Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken, Mängeln und Verbesserungspotenzialen

(4)

Qualität der Pflege und der Betreuung

Alle Mitglieder, die die Dachmarke nutzen, sollen den Faktor "Qualität" ausgestalten. Beispiele:

- Einführung/ Fortentwicklung eines allgemein anerkannten Zertifizierungssystems bzw. Qualitätssiegels, wie z.B. DIN ISO 9001, EFQM, E-Qalin oder KTQ
- Einführung/ Fortentwicklung eines eigenen Systems, z.B. angelehnt an den Prüfkatalogen der MDK bzw. der Heimaufsichtsbehörden
- Sicherstellung einer überdurchschnittlichen Fachlichkeit in allen Bereichen der pflegerischen Versorgung sowie einer

- hohen Schulungsquote bei den Mitarbeitern im Bereich der Kundenorientierung
- Regelmäßige Kunden- und Angehörigenbefragungen
- Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen
- Umsetzung eines Systems für Anregungsmanagement

§ 5 Darstellungsform der Dachmarke

(1)

Die Dachmarke ist unter der Nummer xxx beim Deutschen Patent- und Markenamt eingetragen.

(2)

Die Dachmarke ist wie folgt gestaltet (siehe Anhang).

§ 6 Vergabe und laufende Nutzung der Dachmarke

Um die Dachmarke nutzen zu dürfen, müssen folgende Schritte durchlaufen werden:

- Mitgliedschaft im BKSB
- Antragstellung auf Nutzung der Dachmarke beim Vorstand des BKSB
- Prüfung des Antrags und Beschluss des Vorstands
- Berichterstattung der Nutzer ggü. dem Vorstand über die individuelle Ausgestaltung der Marke (alle zwei Jahre)
- Berichterstattung des Vorstandes auf der Mitgliederversammlung des BKSB

Bei wesentlichen Verstößen gegen den Markenkern kann der Vorstand des BKSB einer Mitgliedseinrichtung die Nutzung der Dachmarke wieder aberkennen.