



Bundesministerium für Arbeit,
Soziales, Gesundheit und
Konsumentenschutz
zH Hr. Mag. Paul Resetarics, MSc
Stubenring 1
1010 Wien

Per E-Mail:

Paul.resetarics@sozialministerium.at

Geschäftszahl: BMASGK-43050/0002-IV/B/12/2019

Umfrage zur Imagekampagne Pflegeberufe im Rahmen des Masterplans Pflege

Sehr geehrte Damen und Herren!

Wir danken herzlich für die Möglichkeit, im Rahmen des Masterplans Pflege, Vorschläge hinsichtlich einer Imagekampagne für Pflegeberufe einzubringen!

Eine Imagekampagne stellt auch aus der Sicht des Bundesverbandes ein sehr wertvolles Instrument dar, um die Attraktivität der Pflegeberufe an potenzielle Berufsinteressierte heranzutragen und das Image in der Gesellschaft zu heben. Hierbei sollten unbedingt die entsprechenden Sozialberufe (Heimhilfe, FSB, DSB) mitgedacht werden.

Zur Beantwortung der Fragestellungen:

1. Welche Inhalte sollte eine Imagekampagne für Pflegeberufe transportieren?

Die Gesundheits- und Krankenpflegeberufe bieten ein sehr breites Betätigungsfeld, dementsprechend breit sollte eine Imagekampagne inhaltlich auch aufgesetzt werden. Dennoch sollten ein paar wesentliche Punkte permanent bespielt werden, sodass diese potenziellen BerufsinteressentInnen, aber auch jenen Personen, die bereits heute in Sozial- und Pflegeberufen tätig sind, bewusst werden. Insbesondere sollten folgende Punkte vermittelt werden:

- **Hochwertige und settingspezifische Ausbildungen** vom niederschweligen Zugang bis hin zum tertiären Bereich – (müsste allerdings tatsächlich erst umgesetzt werden!).
- **Arbeitsplatzsicherheit** – da es sich um eine der nachhaltigsten, zukunfts- und gesellschaftsrelevantesten Berufsgruppe handelt.



- **Pflege als eigene Profession** - die gesetzlichen Kompetenzen der Pflege sollte besonders betont werden. Es soll klargestellt werden, dass der Pflegeberuf nicht anderen Gesundheitsberufen unterstellt ist, sondern primär eigenverantwortlich, ggfs. im multiprofessionellen Austausch mit anderen Gesundheitsberufen, agiert.
 - Dadurch wird Verantwortlichkeit aber auch Kompetenz vermittelt und zuerkannt;
 - Insbesondere die pflegfachliche Weisungsfreiheit des gehobenen Dienstes zeugt von Gestaltungsmöglichkeit und steigert die Wertigkeit des Berufes;
 - Das damit verbundene autonome Agieren als Fachkraft vermittelt sinnerfülltes und werteorientiertes Arbeiten, soweit dies die strukturellen Rahmenbedingungen ermöglichen.

- **Die verschiedenen Settings mit den jeweiligen Schwerpunkten** der Gesundheits- und Krankenpflege sollen dargelegt werden, sodass eindrückliche Bilder bzgl. Verantwortungsbereiche aber auch Gestaltungsmöglichkeiten entstehen:
 - Mobiler Bereich – hohes eigenverantwortliches Agieren im unmittelbaren Umfeld der Klienten
 - Stationärer Langzeitpflegebereich – multiprofessionelles Teamwork bei komplexen Pflege- und Betreuungssituationen
 - Akutstationärer Bereich, ggfs mit Funktionsbereichen – professionelle Arbeit in Interaktion mit anderen Gesundheitsberufen mit vermehrtem Fokus auf medizinische Aspekte.
 - Evtl. noch Freiberufliche Tätigkeit

- **Karrieremöglichkeiten**
 - Durchgängige Entwicklungsmöglichkeit vom Pflegeassistentenberuf bis hin zum Doktoratsstudium
 - Die fachliche Karrieremöglichkeiten sollten aufgezeigt werden; diese bestehen teilweise bereits heute, doch sollte dies auch in das Bewusstsein von potenziellen Berufsinteressenten aber auch Berufsangehörigen dringen
 - Führungs- und Lehraufgaben
 - Die verschiedenen Setting- und zielgruppenspezifische Spezialisierungen
 - Pflegeforschung
 - Freiberufliche Tätigkeit
 - Vortragstätigkeit

Zu den Punkten „verschiedene Settings“ und „Karrieremöglichkeiten“ kann eine Imagekampagne sehr breit aufgestellt sein, um die Vielfalt der Pflege bestmöglich darzulegen, auf eine vertiefende Aufzählung darf an dieser Stelle verzichtet werden.

2. Welche Medien sollten für eine solche Imagekampagne genutzt werden?

Auf Grund der Dringlichkeit der Thematik muss eine Imagekampagne auch hinsichtlich der Medien einerseits möglichst breit, andererseits aber auch zielgruppenspezifisch aufgebaut werden. Durch eine Imagekampagne sollten unseres Erachtens primär zwei Ziele erreicht werden:

1. Das Ansehen der Pflegeberufe in der Gesellschaft generell anheben und dadurch das Image der Berufszugehörigen steigern. Vor dem Hintergrund des gesteigerten Ansehens sollten sich

2. möglichst viele potenzielle Berufsinteressenten aber auch Berufsangehörige angesprochen fühlen.

Grundsätzlich sollten alle zur Verfügung stehenden Medien genutzt werden, wie

- Printmedien
- TV
- Radio
- Außenwerbung (Plakatwände, Boards,...)
- Social Media
- Div. Kanäle wie Youtube
- Homepages von Ministerien, Landesregierungen aber auch von Dienstleistungsanbieter sollten eingebunden werden

Zielgruppenspezifische Medien

Um das allgemeine Image der Pflegeberufe in der Gesellschaft zu verbessern, sollten grundlegende Informationen über die Pflegeberufe über die Medien TV, Radio, Printmedien und Außenwerbung kommuniziert werden. Es darf nochmals auf die gesellschaftliche Relevanz dieser Berufe hingewiesen werden, diese Botschaft gilt es klar zu positionieren.

Vertiefende Informationen, insbesondere für potenzielle BerufsinteressentInnen aber auch für bereits Berufsangehörige, sollten verstärkt über Social Media, Youtube und Homepages etc. erfolgen. Hierbei können weiterführende Informationen deutlich besser, zielgruppenspezifischer und kosteneffizienter kommuniziert werden können.

3. Ergänzende Anmerkungen

Eine Imagekampagne ist aus unserer Sicht sehr wertvoll, jedoch nicht das Mittel erster Wahl. Eine Imagekampagne ist als wichtige begleitende Maßnahme zu sehen, um ein positives Bild eines Berufes zu zeichnen. Vorrangig müssen jedoch Maßnahmen gesetzt werden, um tatsächlich die Settings zu attraktivieren, in denen die Akteure tätig werden sollen bzw. bereits tätig sind. Die bereits in den Berufen tätigen sind hier als wertvolle Imageträger zu sehen.

Somit geht es konkret darum,

- BerufsinteressentInnen bestmöglich auf die Aufgaben vorzubereiten (zB Berücksichtigung der verschiedenen Settings im Rahmen der Ausbildungscurricula),
- Strukturen so aufzubauen, dass Überlastungssituationen nicht bereits systemimmanent sind (zB Personalpräsenz, Skill&Grade-Mix,...),
- Systeme müssen sinnstiftendes und werteorientiertes Arbeiten ermöglichen (zB Bezugspflege vs. Funktionspflege),
- Karrieremöglichkeiten eröffnen,
- Benachteiligungen zwischen verschiedenen Settings vermeiden (zB bessere Bezahlung im akutstationären Bereich vs. Langzeitpflegebereich, etc.)
- systematische Maßnahmen zur Gesundheitsförderung,
- Multiprofessionelle Teams,
- attraktive Bezahlung,
- Vereinbarkeit Familie und Beruf,
- Gesellschaftsrelevante Tätigkeitsfelder etablieren (zB Family Nurse, Public Health Nurse, etc.),
- etc.

Wir dürfen davon ausgehen, dass diese generellen Punkte im Rahmen des Masterplans Pflege bearbeitet werden und daher darf auf eine weiterführende Vertiefung verzichtet werden. Dennoch sei nochmals betont, dass eine reine Imagekampagne ohne substantielle Verbesserung der Rahmenbedingungen wiederum zu „Täuschungen“ führen und dies iwF in „Enttäuschungen“ resultieren würde. Dies würde das vorherrschende negative Bild verstärken und eine gegenteilige Wirkung erzeugen.

Als weitere begleitende Maßnahme wird empfohlen, mit der Imagearbeit nicht nur bei der Zielgruppe (potenzieller) Pflegekräfte, sondern auch bei den Leistungsempfängern, anzusetzen. Da insbesondere zum Thema „Alter(n)“ nach wie vor ein defizitorientiertes Bild vorherrscht, ältere Menschen deutlich häufiger als Belastung denn als Gewinn für eine Gesellschaft wahrgenommen und Dienstleistungsanbieter als Kosten- und nicht als Wirtschaftsfaktoren bezeichnet werden, ist es nachvollziehbar, dass auch die dort tätigen Berufsgruppen, ein geringes Image in der öffentlichen Wahrnehmung aufweisen. Daher wird empfohlen, Maßnahmen zu setzen, welche zB das Thema „Alter“ aber auch „Menschen mit Behinderung“ positiv aufgreifen. Ebenso sollten Maßnahmen gesetzt werden, welche die Leistungen der verschiedenen Settings und deren Bedeutung für die Gesellschaft betonen.

Wir danken nochmals für die Möglichkeit zur Stellungnahme und stehen für Auskünfte oder weitere Unterstützung jederzeit sehr gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen!



Markus Mattersberger MMSc MBA
Präsident Lebenswelt Heim

Wien, 14.03.2019