

K A T E G O R I E S O C I A L A D

ALTENPFLEGE.

Altenpflege - Kampagne.

DIE ÖFFENTLICHE MEINUNG

Kein soziales Thema steht seit drei Jahren mehr im Brennpunkt der Berichterstattung als der Pflegenotstand. Das gilt vor allem für die Altenpflegekräfte: Sie würden miserabel bezahlt, bis zum Umfallen ausgenutzt und regelrecht ausbrennen. Leider entsprechen diese Reportagen im Fernsehen, in den Illustrierten und den Tageszeitungen vielfach der Wahrheit.

An zahlreichen gravierenden Einzelfällen wurde schonungslos dokumentiert, wie sich der Personalmangel in den Heimen und der ambulanten Pflege auswirkt. Alte, kranke und hilfsbedürftige Menschen können nur notdürftigst versorgt werden. Für das Gespräch und die persönliche Zuwendung ist keine Zeit vorhanden; Depressionen und ein zunehmendes Gefühl der Hilflosigkeit sind die Folge.

Das traditionell schlechte Image der Pflegeberufe - ganz im Gegensatz etwa zu den skandinavischen Nachbarn - mußte durch solche Berichte weiter katastrophal verschlechtert werden.

In den neuen Bundesländern liegt das Ansehen der Altenpflegeberufe noch erheblich niedriger. Der wesentliche Grund: Es war dort üblich, ungelernte Kräfte einzusetzen, die sich oftmals stundenweise ein paar Mark dazuverdienen wollten und mußten.

Konnte man sich ein ungünstigeres psychologisches Umfeld für die dringend notwendige Personalanwerbung vorstellen? War es unter diesen Umständen überhaupt möglich, potentielle Bewerber aufzurütteln?

Das fragte sich auch fast resignierend die Gesundheitsbehörde von Hamburg, deren übliche Standardanzeigen ("Wir suchen, wir bieten...") keinen Erfolg gebracht hatten.

Die Lage wurde indes immer bedrohlicher: In den 13 staatlichen Pflegeheimen fehlten über 100 (!) Pfleger(innen). In dieser Situation beauftragte der Gesundheitssenator der Hansestadt unsere Agentur.

DAS KOMMUNIKATIVE ZIEL

Das primäre Ziel war zunächst, alle offenen Stellen so schnell wie möglich zu besetzen, um eine fachgerechte, menschenwürdige Versorgung der alten und kranken Menschen gewährleisten zu können.

Parallel dazu sollten die gewachsenen Vorurteile gegenüber dem Beruf Altenpflege abgebaut werden. Dazu war es notwendig, das falsche Bild zu korrigieren, es ginge nur darum, für das Essen und die Sauberkeit der alten Menschen zu sorgen. Es mußte das Lernziel sein, Frauen und Männern aus *allen* Berufen zu verdeutlichen, daß die Altenpflege

ein anspruchsvoller und vielseitiger Beruf ist. Eine ausgebildete Altenpflegerin ist Helferin des Arztes, des Psychologen, des Geriatrikers und des Physiotherapeuten. Sie ist oftmals einzige Ansprechpartnerin, und von ihr hängt das seelische Wohlbefinden entscheidend mit ab. Der Umfang der Ausbildung beweist das hohe Niveau des Berufes Altenpflege: Dazu gehören die Fächer Gerontopsychologie, Rehabilitation, Soziologie, Grund- und Behandlungspflege, Ernährungslehre, Mikrobiologie, Erste Hilfe, Anatomie, Physiologie, Biomorphose sowie Arzneimittellehre.

Das Wissen um diese Fakten sollte, so unser kommunikatives Ziel, Denkanstöße geben und Bewußtseins- und Verhaltensänderungen einleiten.

DIE CREATIVE STRATEGIE

Wir hielten es für sinnlos zu versuchen, ausgebildete Altenpfleger, die ihren Beruf aus Frustration oder anderen Gründen aufgegeben hatten, wieder zurückzugewinnen.

Vier andere Zielgruppen hielten wir für besonders erfolgversprechend:

1. Frauen und Männer, die eine gestandene Persönlichkeit sind, deren Kinder versorgt sind oder deren Lebensumstände (Scheidung usw.) sich geändert hatten.
2. Frauen um die 40 mit hoher sozialer Motivation, die glauben, in einem völlig neuen Beruf wegen ihres Alters keine reelle Chance mehr haben zu können.
3. Frauen und Männer jeden Alters, die Inhalt und Sinn ihres jetzigen Berufes vermissen.

4. Lehrlinge, also Schulabgänger zwischen 15 und 18 Jahren.

Für alle Zielgruppen konzipierten wir unterschiedliche Anzeigen, die textlich auf die Bewußtseinslage derselben speziell eingingen.

Die Schlagzeilen und Texte waren sachlich präzise, dabei emotional auf-rüttelnd. Eine plakative Typographie, die sich von den üblichen Trivialschriften à la Helvetica positiv absetzte, jedoch durch ihre Solidität eine "werbliche" Anmutung vermied, unterstützte die Botschaft und sorgte für einen hohen Aufmerksamkeitswert. Die Anzeigen erschienen schwarzweiß mit einer Zusatzfarbe: in Hamburg rot, in München blau. Das Ziel war, sie zu einer Denkhilfe werden zu lassen.

Parallel dazu gestalteten wir eine Informationsbroschüre.

DIE MEDIA-STRATEGIE

Das Ziel war, alle Einwohner im Gebiet Groß-Hamburg bzw. ein Jahr später die Einwohner im Großraum München/Oberbayern und Nürnberg zu erreichen. Dazu boten sich als Mittel der Wahl die lokalen Tageszeitungen an. Aus jahr-zentelanger Erfahrung wissen wir, daß sie der Königsweg für die Personalbeschaffung via Anzeige sind.

In Hamburg wurden um die Jahreswende 1990/1991 die 4 Anzeigenmotive jeweils ein einziges Mal geschaltet im Hamburger Abendblatt, der Hamburg-Ausgabe der Bildzeitung, der Hamburger Morgenpost und im Hamburger Wochenblatt.

Im Februar 1992 wurden in München und Nürnberg die Abendzeitung belegt, der Münchner Merkur mit tz

sowie die Süddeutsche Zeitung, ebenfalls je ein einziges Mal. Die Einschaltkosten betragen für die Hansestadt Hamburg nur DM 33.000, für die Stadt München nur DM 80.000.

DIE ERFOLGE

Vor Beginn der Start-Kampagne in Hamburg schätzten die Fachleute aus den Pflegeheimen die vermutliche Resonanz: Man wäre sehr zufrieden, wenn auf die 4 Anzeigen 40-50 Anrufe kämen.

Sofort nach dem Erscheinen der Anzeigen, die versetzt innerhalb von drei Wochen erschienen, erfolgte eine Flut von Anrufen, die teilweise die Telefone der Behörde blockierte.

Es bewarben sich rund 1.100 Frauen und Männer aus allen Zielgruppen und Berufen.

Viele davon waren hochmotiviert; das Lernziel wurde vielfach erreicht, denn sie zitierten immer wieder aus den Anzeigen und betonten, wie sehr diese

für sie eine Denk- und Entscheidungshilfe gewesen wären.

Alle offenen Stellen konnten auf Anhieb besetzt und viele Bewerber für eine spätere Verwendung gewonnen werden. Es wurden ad hoc Arbeitsplätze besetzt im Wert von ca. 7,5 Mio. DM Gehaltssumme.

Einige Zeit danach bekamen die Bewerber die Informationsbroschüre "Über einen anspruchsvollen, sinnvollen und humanen Beruf unserer Zeit" zugesandt.

Aufgrund dieses außergewöhnlichen Erfolgs übernahm die Stadt München ein gutes Jahr später diese Anzeigenkonzeption.

Die Resonanz war hier noch größer: Es meldeten sich rund 2.000 Bewerber(innen), darunter sogar Anrufer aus den neuen Bundesländern und Österreich.

Hier folgt der Original-Bericht aus der Süddeutschen Zeitung vom 26. 03. 1992.

Süddeutsche Zeitung Nr. 72 / Seite 21

Mit psychologisch geschickt aufgebauten Anzeigen

Werbeleute treffen ins Schwarze

Altenpflegeberuf erregt das Interesse von 2000 Anrufern

Von Sven Loerzer

Drei für unterschiedliche Zielgruppen konzipierte Stellenanzeigen, die in der SZ unter der Rubrik "Dienstleistung" erschienen waren, legten die Telefone der Dienststelle des Deutschen Berufsverbandes für Pflegeberufe (DBfK) drei Wochen völlig lahm: Mehr als 2000 Anrufer aus der gesamten Bundesrepublik interessierten sich für die berufsbegleitende Ausbildung zum Altenpfleger. "Das hätten wir nicht gedacht", erklärte die stellvertretende Geschäftsführerin Heide Pruss. "Der Erfolg hat uns überrascht." Angesichts des viel beklagten Pflegekräftemangels scheint er unerklärlich.

Wer allerdings die Anzeigenserie des DBfK mit den sonst üblichen Texten vergleicht, wird schnell den Unterschied sehen. "Machen Sie Ihre Lebenserfahrung zum Beruf", steht in großen Lettern

über einem Inserat und kleiner darunter: "Als Altenpfleger/in. Sie sind eine gestandene Persönlichkeit. Ihre Kinder sind versorgt, oder Ihre Lebensumstände haben sich geändert. ... Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, eine der sinnvollsten, wichtigsten und humansten Aufgaben zum Beruf zu machen." Üblicherweise erscheinen sonst Inserate mit Formeln wie "Für unser Altenheim suchen wir Altenpflegerinnen/-pfleger für Tag- bzw. Nachtdienst. Wir erwarten: Interesse am Umgang mit alten Menschen, Kontaktfreude und Verantwortungsbewusstsein."

Das erfolgreiche Konzept für die auf unterschiedlichen psychologischen Aspekten basierende Anzeigenserie des DBfK stammt von der in München und Hamburg ansässigen "Kay Tangermann Werbe-Agentur". Tangermann hat es vor

eineinhalb Jahren für Hamburg entwickelt: "In den 13 staatlichen Altenpflegeheimen fehlten mehr als 100 Pfleger." Die typischen "Standardanzeigen" hatten keinen nennenswerten Erfolg gebracht. "Man wäre sehr zufrieden, so sagten die Fachleute aus den Pflegeheimen, wenn auf die vier Anzeigen, die wir gestaltet hatten, 40 bis 50 Anrufe kämen", erklärte Tangermann. Tatsächlich meldeten sich rund 1100 Interessierte - alle offenen Stellen konnten besetzt werden. Tangermann bot die Kampagne auch der bayerischen Landeshauptstadt an, in der zum Teil Pflegestationen aus Personalmangel leer bleiben. Doch Personalreferent Hans-Joachim Frieling winkte ab.

Sorgfältige Auswahl

"Viele Anrufer entsprachen unserer Zielgruppe. Wir können jetzt sorgfältig auswählen", sagt Heide Pruss, die sich 20 Einstellungen erhofft hatte. Für den DBfK, der für fünf städtische Altenheime einen "Gestellungsvertrag" hat und damit Arbeitgeber für das dortige Pflegepersonal ist, ergibt sich noch ein wichtiger Nebeneffekt: Eine Anhebung des Images des Pflegeberufs.

Machen Sie Ihre Lebenserfahrung zum Beruf:

Sie sind eine gestandene Persönlichkeit, Ihre Kinder sind versorgt, oder Ihre Lebensumstände haben sich geändert.

Jetzt noch einmal in einen ganz neuen Beruf einsteigen, geht das überhaupt? fragen Sie vielleicht spontan. Das ist viel einfacher und unkomplizierter als Sie denken. Das Wichtigste für den Beruf des Altenpflegers bzw. der Altenpflegerin bringen Sie nämlich mit: Lebenserfahrung, Einfühlungsvermögen und Praxis im Haushalt!

Überlegen Sie einmal, wieviele Berufe Sie kennen, in denen Menschlichkeit, Zuwendung und tägliche Erfolgserlebnisse an erster Stelle stehen! Die Pflege unserer Alten ist einer der notwendigsten Berufe unserer Zeit.

Die Arbeitsbedingungen haben sich dementsprechend stetig verbessert. Hier die Fakten: Vom ersten Tag an bekommen Sie (auch als ungelernte/r Anfänger/in) das volle Gehalt, rund DM 3.000. Es steigert sich später auf rd. DM 4.000. Während der Arbeitszeit (38,5 Std.)

Als Alten- pfleger/in.



Freie und
Hansestadt Hamburg

bilden wir Sie – wenn Sie wollen – zum/zur staatlich anerkannten Altenpfleger/in auf unsere Kosten aus. Soziale, psychologische und medizinische Themen stehen im Vordergrund. Sie sind die Basis für gute Aufstiegs- und Weiterbildungschancen und erweitern Ihren Gesichtskreis. Sie wissen, wofür Sie arbeiten, und haben einen absolut sicheren, erfüllten Beruf. Nicht nur die Ärzte heilen, lindern, helfen – die Altenpfleger/innen an ihrer Stelle genauso!

Wir laden Sie herzlich ein zu einem Kennenlernen Ihrer (zukünftigen?) Arbeitsstelle! Ein staatliches Pflegeheim ist bestimmt in Ihrer Nähe. Alle Fragen vorweg beantworten wir Ihnen gern auch telefonisch unter

 **73 11 35 35**
Montag bis Freitag von 9 – 16 Uhr.

*Menschlichkeit-
mehr als ein Beruf*

Anzeige

* *Ein Kompliment* * an die *Frau um die 40...*

Sie haben eine Menge geleistet – Ihre Kinder sind aus dem Haus. Etwas einsam fühlen Sie sich. Nach vielen Jahren, in denen Sie dringend gebraucht wurden, ist nun Stille.

„Soll das alles gewesen sein? Braucht mich niemand mehr? In meinem Alter noch einen Beruf zu erlernen? – da habe ich wohl kaum eine Chance.“ Denken Sie so? Dann lassen Sie uns miteinander reden. Wir brauchen Sie! Ihre Lebenserfahrung, Ihre Fürsorge, Ihre profunden Kenntnisse im Haushalt: Für eine der wichtigsten, sinnvollsten und humansten Aufgaben der heutigen Zeit, die Altenpflege. Darüber gibt es – leider – viele Vorurteile. Die tägliche Berufspraxis in dem schönen Beruf zeigt jedoch, daß sie falsch sind. Überzeugen Sie sich selbst vor Ort und schauen Sie ganz einfach die Fakten an:

Vom ersten Tag an bekommen Sie (auch als ungelernte Anfängerin) das volle Gehalt, rund DM 3.000. Es steigert sich später auf über DM 4.000. Während der Arbeitszeit (38,5 Std.)

*Alten-
pflegerin*



Freie und
Hansestadt
Hamburg

bilden wir Sie – wenn Sie wollen – zur staatlich anerkannten Altenpflegerin auf unsere Kosten aus. Soziale, psychologische und medizinische Themen stehen im Vordergrund. Sie sind die Basis für gute Aufstiegs- und Weiterbildungschancen und erweitern Ihren Gesichtskreis. Sie wissen, wofür Sie arbeiten, und haben einen absolut sicheren, erfüllten Beruf. Nicht nur die Ärzte heilen, lindern, helfen – die Altenpflegerinnen an ihrer Stelle genauso!

Wir laden Sie herzlich ein zu einem Kennenlernen Ihrer (zukünftigen?) Arbeitsstelle! Ein staatliches Pflegeheim ist bestimmt in Ihrer Nähe. Alle Fragen vorweg beantworten wir gern auch telefonisch unter

 **73 11 35 35**
Montag bis Freitag von 9 – 16 Uhr.

*Menschlichkeit-
mehr als ein Beruf*

Anzeige

Haben Sie in letzter Zeit den Sinn Ihres Berufes vermißt?

Im Beruf verbringen Sie einen großen Teil Ihres Lebens. Er kann Sie einsam oder gesellig machen. Er kann zum bloßen, trockenen Gelderwerb werden oder zur menschlichen Erfüllung mit Sinn und Zielen.

Oft hat man Vorurteile weil man zu wenig über einen Beruf weiß. Davon kann sich keiner ausschließen. Das einzige Mittel, die Dinge zu ändern, ist darum, sie zu erklären. Hier die Fakten:

Ganz gleich, was Sie zur Zeit tun, wir helfen Ihnen tatkräftig bei der Umschulung zum Altenpfleger oder zur Altenpflegerin. Selbstverständlich bei vollem Gehalt (je nach Berufsausbildung, Alter und Familienstand liegt es zwischen DM 3.000 und DM 3.800).

Entscheidend für Ihren Erfolg ist Ihre innere Einstellung zu Menschen: Sie sollten Freude daran haben, für andere zu sorgen und ihnen zu helfen.

**Alten-
pfleger/in.**



Freie und
Hansestadt
Hamburg

Darum brauchen wir Ihre Lebenserfahrung und Ihre menschliche Reife. Wir lassen Sie unsererseits nicht allein, sondern helfen Ihnen durch eine moderne, an den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen orientierte Ausbildung im sozialen, psychologischen und medizinischen Bereich. Sie gewinnen viel für sich und andere, haben einen absolut sicheren Beruf und wissen, wofür Sie arbeiten.

Kommen Sie doch einfach einmal vorbei. Bei einer Tasse Kaffee beantworten wir gern alle Ihre Fragen. Ein staatliches Pflegeheim ist bestimmt in Ihrer Nähe. Oder rufen Sie uns bitte an:

 **73 11 35 35**

Montag bis Freitag von 9 - 16 Uhr.

*Menschlichkeit-
mehr als ein Beruf*

Anzeige

**Ausbildung
zum Beruf
Altenpfleger (m/w):**

***Eine anspruchsvolle, sinnvolle
und humane Aufgabe
in unserer Zeit.***

**Einladung zum
Schnupper-Praktikum
für Interessierte!**



Freie und
Hansestadt Hamburg

Kein Arbeitsplatz ist so wichtig wie der erste, denn er stellt die Weichen für lange Zeit. Im Beruf verbringen Sie einen großen Teil Ihres Lebens. Er kann Sie einsam oder gesellig machen. Er kann zum bloßen, trockenen Gelderwerb werden oder zur menschlichen Erfüllung mit Sinn und Zielen.

Oft hat man Vorurteile – weil man zu wenig über einen Beruf weiß oder nicht einschätzen kann, wie man in einer bestimmten Situation reagieren würde. Das ist normal. Darum wollen wir Ihnen helfen, Ihre eigenen Fähigkeiten auszuloten:

Zum Beispiel müssen Sie die Bereitschaft mitbringen, wirklich gefordert zu werden. Und das soziale Engagement, alte Menschen körperlich und seelisch zu betreuen. Die Ausbildung von 3 Jahren ist anspruchsvoll; sie umfaßt psychologische, soziale und medizinische Fächer. Nicht nur die Ärzte heilen, lindern, helfen – die Altenpfleger (m/w) an ihrer Stelle genauso! 4 Tage in der Woche arbeiten Sie in der Praxis im Pflegeheim und können herausfinden, ob Sie zu diesem Beruf passen. Während der Ausbildung erhalten Sie ein Gehalt von 987,00 DM im ersten Jahr, 1079,00 DM im zweiten und 1229,00 DM im dritten Jahr (und jeweils eine Zulage von rund 55,00 DM). Nach der Ausbildung haben Sie Aussicht auf einen sehr gut bezahlten Arbeitsplatz mit entsprechenden Aufstiegschancen. Auswärtigen Bewerber (m/w) helfen wir tatkräftig bei der Wohnraumbeschaffung.

Iuen Sie den ersten Schritt – rufen Sie uns einfach an, oder bewerben Sie sich schriftlich.

Ausbildungszentrum der staatlichen Pflegeheime
im Landesbetrieb PFLEGEN & WOHNEN
Elfsaal 20, 2000 Hamburg 70
Telefon 040/682 97-27 50 (Angela Jahnke)

Anzeige

Über einen
anspruchsvollen,
sinnvollen
und humanen
Beruf unserer
Zeit:



Altenpfleger (m/w)

Informationsbroschüre



Informationsbroschüre



Informationsbroschüre