

28. März 2014

Pressemitteilung

Senator Czaja startet Kampagne zur Altenpflege

Berlin braucht mehr Pflegekräfte. Denn es wird bis 2030 fast doppelt so viele über 80-Jährige geben wie heute, und mit zunehmendem Alter steigt die Wahrscheinlichkeit, pflegebedürftig zu sein. Gleichzeitig entwickelt sich die Zahl der in der Altenpflege tätigen Menschen nicht in gleichem Maße. Mario Czaja, Senator für Gesundheit und Soziales, startet jetzt die Kampagne „**Gepflegt in die Zukunft**“. Diese will für das Thema Altern sensibilisieren, den Beruf aufwerten und mehr Menschen für die Altenpflege begeistern. Die Motive sind ab April auf fast 600 Werbeflächen in ganz Berlin zu sehen.

Vier Prominente machen sich auf Plakaten, im Berliner Fenster und auf anderen Werbeflächen für die Kampagne stark. Désirée Nick, Ingo Appelt, Ross Antony und Stefan Kretzschmar ließen sich dafür „auf alt schminken“ und in einem typischen Pflegeumfeld filmen und fotografieren.

Mario Czaja, Senator für Gesundheit und Soziales, sagt: „Altenpflege ist ein Beruf, der gesellschaftlich immer wichtiger wird. Bis zum Jahr 2030 wird es 170.000 Pflegebedürftige in Berlin geben. Altern geht uns alle an, weil wir alle davon betroffen sind – auch Prominente. Das zeigt unsere Kampagne. Auf diese Weise bringen wir den Altenpflegeberuf ins Gespräch. Gleichzeitig wollen wir Auszubildende und Umschüler motivieren, den Beruf zu ergreifen.“

Martin Matz, Vorstand des Diakonischen Werkes Berlin-Brandenburg-schlesische Oberlausitz e. V. und Vorsitzender der LIGA der Spitzenverbände der Freien Wohlfahrtspflege Berlin: „Zehntausende engagierte Pflegerinnen und Pfleger arbeiten tagtäglich für die Träger der Freien Wohlfahrtspflege in Berlin. Sie verdienen unsere Anerkennung, eine Verbesserung ihrer Arbeitsbedingungen sowie eine höhere Wertschätzung ihrer Arbeit. Darum unterstützen die Berliner Wohlfahrtsverbände die Kampagne des Berliner Senats.“

Wichtiger Bestandteil der Kampagne ist eine Webseite. Unter www.berlin.de/gepflegt-in-die-zukunft/ können sich Interessierte über Ausbildungs- und Fördermöglichkeiten informieren und finden dort eine Liste mit Aus- und Weiterbildungsstätten sowie wichtigen Terminen, Zahlen und Fakten rund um das Thema „Altenpflege“. Die Seite ist für mobile Endgeräte nutzbar.

Zusätzlich wird die Kampagne auf zahlreichen Verbands- und öffentlichen Veranstaltungen vorgestellt, zum Beispiel beim Christopher Street Day / Stonewall Parade. Mit im Gepäck: ein Alterungstool, mit dem eine digitale Alterung auf etwa 80 Jahre möglich ist. Der so genannten Age-O-Mat ist auf der Webseite eingebunden.

Darüber hinaus wird das Alterungsprogramm auf einer Stele bei Veranstaltungen digital abrufbar sein.

Im Dezember 2012 wurde die vom Bund initiierte „Ausbildungs- und Qualifizierungsoffensive Altenpflege 2012-2015“ von Bund, Ländern und Verbänden unterzeichnet. Darin haben sich die Vertragspartner verpflichtet, die gesellschaftliche Bedeutung des Berufsfeldes Altenpflege durch intensive Öffentlichkeitsarbeit zu fördern. Berlin ist nun als erstes Bundesland dieser Verpflichtung nachgekommen. Für die Umsetzung der Kampagne wurden drei Berliner Agenturen beauftragt: die Leadagentur Heymann Brandt de Gelmini (Kreation, Werbung), Digramm Media (Webseite, Online-Marketing) und markengold PR (Public Relations).

Mehr Informationen unter www.berlin.de/gepflegt-in-die-zukunft/