



Presseerklärung

Klapsenbeste:r? Wieder einmal eine missglückte Werbekampagne

Bochum, den 06.05.2024

Die LVR-Klinik Bonn hat mit einer missglückten Werbekampagne wieder einmal gezeigt, wie wenig Ahnung Werbeagenturen von dem Können von professionell Pflegenden haben. Diese Kampagne zeigt, wie sehr Pflegeunternehmen am falschen Pflegebild festhalten wollen, weil es für sie bequem ist. Die Klinik warb mit Postkarten um „Klapsenbeste“ in ihrem Umfeld. Die Postkarten waren zudem klischeehaft in rosa und grün ausgegeben worden. Das führte zu Protesten der Beschäftigten, worauf die Kampagne gestoppt wurde.

Der BochumerBund plädiert für einen Perspektivwechsel in den Unternehmen und Werbeagenturen.

Die Liste der missglückten Begrifflichkeiten, Werbe- und Dankbarkeitsaktionen ist lang.

Vom Klatschen zum Lavendel, von einer Verdummung der Pflege in Jugendsprache bis zur unterirdischen Subsumierung von professionell Pflegenden unter dem Begriff „Pflegearbeiter:innen“. Die Wertschätzung gegenüber der professionellen Pflege bewegt sich zu oft immer noch zwischen einem Pfund Kaffee und einer Tafel Schokolade.

Die LVR- Klinik Bonn reiht sich hier nur in eine lange Reihe der Verfehlungen ein und hat unter Beteiligung der Werbeagentur einen Fehler gemacht, aus dem nicht nur die Klinik selbst lernen sollte.

Leider macht man es auch nicht besser, wenn man als Personalratsvorsitzender dann noch darauf hinweist, man wolle mit dem Begriff „Klapsenbeste(r)“ auf die sehr gute Bezahlung von 3.500 Euro Einstiegsgehalt hinweisen. Man könnte sich in der Funktion einer Personalvertretung mit angemessenen Pflegegehältern beschäftigt haben und wissen, dass schon im Jahr 2018 in einer Gewichtung mit anderen Berufen ein angemessenes Einstiegsgehalt bei über 4.000 Euro lag. Hat man aber nicht.

Der falsche Eindruck von Pflege ist aber nicht nur auf einzelne Betriebe oder Branchen beschränkt. Er ist der gesamten Gesellschaft der Bundesrepublik und sogar manchmal bis in die Bundesministerien und die Vertretungen der Arbeitnehmer:innen selbst inhärent.

„Werbung für professionell Pflegende darf Themen wie Bezahlung, Karriereaussichten und Haltung der Arbeitgeber:innen zum Thema professionelle Pflege enthalten. Wir Pflegefachpersonen haben eine längere Aufmerksamkeitsspanne als für einen Begriff auf einer Postkarte“, sagt Marcus Jogerst-Ratzka, Bundesvorsitzender vom BochumerBund. „Richtig attraktiv machen sich Arbeitgeber:innen, wenn diese auch auf politischer Ebene schützend und fördernd mit professionell Pflegenden zusammenarbeiten. Dazu braucht es einen Haltungswchsel. Nicht angemessene Bezahlung, attraktive Arbeitsplätze und ein fortschrittliches Pflegebild seien das Problem der Arbeitgeber:innen, sondern der Mangel an geeigneten professionell Pflegenden wird immer mehr zur wirtschaftlichen Achillesferse der Pflegeunternehmen“, führt er weiter aus.“

BochumerBund - Fachgewerkschaft für die Pflege seit 2020

Wir unterstützen den Dreiklang aus Pflegekammer, Verbänden, Gewerkschaft

Wir fordern ein Einstiegsgehalt von 4.500 Euro für Pflegefachpersonen

35-Stunden-Woche im Dreischichtsystem