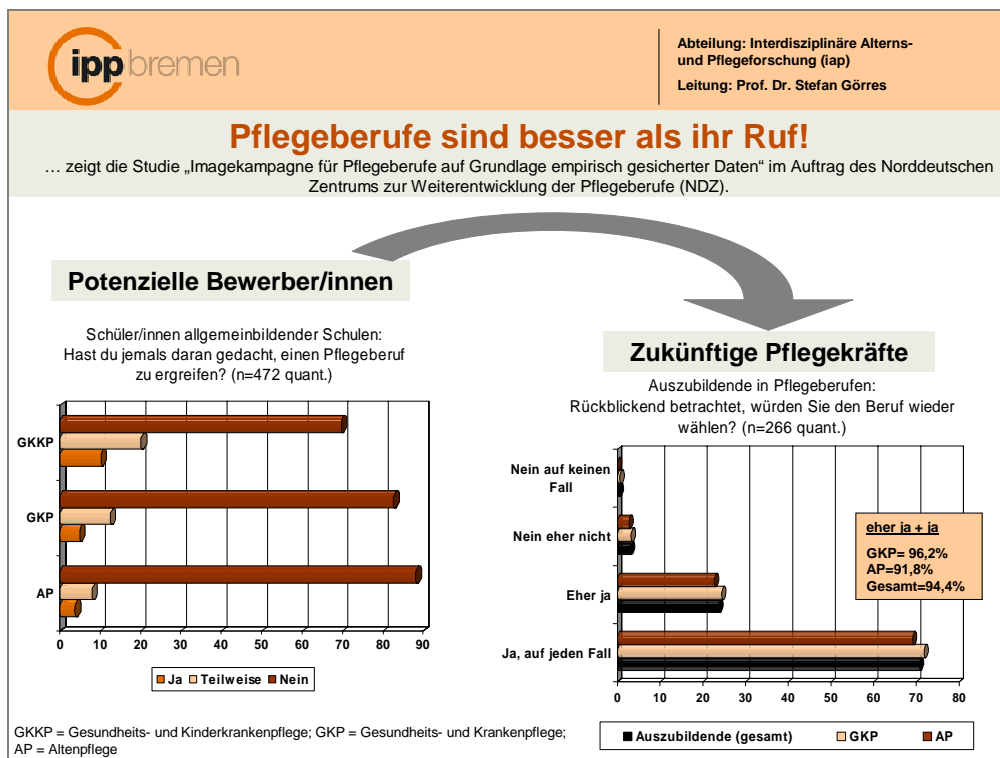


Empfehlungen zur Umsetzung einer Imagekampagne für den Pflegeberuf verbunden mit der Berufswahlentscheidung Jugendlicher auf der Grundlage empirisch gesicherter Daten.

Kurzfassung



Auftraggeber:



NORDDEUTSCHES ZENTRUM ZUR WEITERENTWICKLUNG DER PFLEGE
c/o Ministerium für Arbeit, Soziales und Gesundheit
des Landes Schleswig-Holstein
Adolf-Westpfahl-Str. 4
24143 Kiel

Inhaltsverzeichnis

1. Einführung

2. Zentrale Ergebnisse

3. Darstellung der Ergebnisse und Begründung der Handlungsempfehlungen

3.1. Image der Pflegeberufe und Berufswahlmotivation von Schüler/innen für einen Pflegeberuf

3.2. Bevorzugte Berufe / Branchen von Schüler/innen und Rückschlüsse auf Pflegeberufe

3.3. Hilfreiche Personen bei der Berufswahl der Schüler/innen

3.4. Einflussfaktoren auf die Berufswahl der Schüler/innen

3.5. Berufswahlhilfen, die Schüler/innen in der Berufswahlphase nutzen

3.6. Berufs- und Anforderungsprofil von Pflegeberufen

Kurzversion - Empfehlungen zur Umsetzung einer Imagekampagne für den Pflegeberuf verbunden mit der Berufswahlentscheidung Jugendlicher auf der Grundlage empirisch gesicherter Daten.

1. Einführung

Wenngleich umfassende Statistiken zur Personalsituation in der Pflege fehlen, ist schon jetzt absehbar, dass es in den nächsten Jahren zu einem Mehrbedarf an qualifizierten Fachkräften kommen wird (Reuschenbach 2004: 7). Diesem erhöhten Bedarf stehen rückläufige Bewerberzahlen in den Ausbildungsstätten gegenüber, die mitunter die Existenz von Pflegeschulen bedrohen (ebd.). So verzeichnet beispielsweise das Deutsche Institut für angewandte Pflegeforschung (dip) im Pflege thermometer 2002 einen Anstieg der nicht besetzten praktischen Ausbildungsplätze von 3,9 Stellen (1999) auf 5,8 Stellen im Jahr 2002 (dip 2002: 26). Dieser Trend wird sich, auch angesichts der demografischen Entwicklung und der damit verbundenen dünner werdenden Rekrutierungsbasis potenzieller Bewerber/innen¹ einerseits und dem steigenden Bedarf an Pflegeleistungen andererseits², noch deutlich stärken.

Ziel dieser Studie war es, Handlungsempfehlungen für eine Imagekampagne für Pflegeberufe (in der Altenpflege und Gesundheits- und Krankenpflege) zur Akquirierung von weiblichen und männlichen Schulabgänger/innen zu erstellen. Im Rahmen der Studie, die von Juni 2009 bis März 2010 erfolgt, sind rund 848 Personen unterschiedlicher Zielgruppen befragt worden – darunter Schüler/innen aus allgemeinbildenden Schulen, deren Eltern und Lehrer/innen, Auszubildende aus Pflegeschulen und Berufsberater/innen der norddeutschen Städten Bremen, Hamburg, Hannover, Neumünster, Wardenburg, Oldenburg und Schwerin.

Folgende Forschungsfragen waren bei der Studie leitend:

- Welches Image haben Pflegeberufe derzeit bei Schüler/innen und Eltern?
- Welche Maßnahmen (Berufswahlhilfen) lassen sich insbesondere zur Akquirierung männlicher Schulabgänger aus den Daten ableiten?
- Welche Faktoren können aus den Daten identifiziert werden, die die Attraktivität des Gesundheits- und Krankenpflegeberufes sowie Altenpflegeberufes beeinflussen?
- Welche Strategien lassen sich benennen, die zu einer Attraktivitätssteigerung der Pflegeberufe aus der Perspektive männlicher Jugendlicher führen?
- Welche Berufsanforderungsprofile für die Ausbildung der Pflegeberufe (Gesundheits- und Krankenpflege sowie Altenpflege) ergeben sich aus den vorliegenden Daten und der Analyse der Berufsprofile der Arbeitsagentur?

¹ Die Alterskohorte der 17-28 jährigen hat allgemein von 1985 – 2000 um 4,6 Millionen abgenommen (DBR 2007:14)

² „3,5 Millionen Pflegebedürftige werden es im Jahre 2050 sein. Wir brauchen doppelt so viele beruflich in der Pflege Tätige als heute“ (Klie 2002: 955)

2. Zentrale Ergebnisse

Auf Grundlage der empirisch gesicherten Daten der Studie ergeben sich folgende zentrale Handlungsempfehlungen

Maßnahmen sind für folgende Zielgruppen einzuleiten:

- Schüler/innen
 - Erstellen Genderspezifischer Informationsmaterialien d.h. Bereitsstellung von Materialien getrennt nach männlichen und weiblichen Bewerber/innen
 - Gemeinsame Darstellung der Pflegeberufe innerhalb der Informationsmaterialien
 - Vermehrtes Bereitstellen von Praktikumsplätzen
 - Nutzen unterschiedlicher Medien um Jugendliche zu erreichen
- Eltern der Schüler/innen
 - Bereitstellung von Informations- und Werbematerialien, die speziell für die Eltern der Schüler/innen konzipiert werden und deren Bedürfnisse an die Berufe ihrer Kinder berücksichtigen
- Lehrkräfte aus allgemeinbildenden Schulen/ die allgemeinbildenden Schulen
 - Bereitstellen von Informationsmaterialien über Pflegeberufe für die Lehrkräfte selbst sowie Unterstützungsmaterialien zur Information der Eltern und Schüler/innen über Pflegeberufe
 - Steigerung der Informationsmaterialversorgung (z.B. Flyer) der Schulen in qualitativer und quantitativer Hinsicht
- Berufsberater/innen der Arbeitsagenturen/ Berufsinformationszentren
 - Anregung einer Systematisierung und qualitativen Verbesserung der Informationspolitik zu Pflegeberufen

3. Darstellung der Ergebnisse und Begründung der Handlungsempfehlungen

Im folgenden Kapitel werden diese zentralen Forschungsergebnisse der Studie „Imagekampagne auf der Grundlage empirisch gesicherter Daten“ begründet:

Die ausgewählten Ergebnisdaten sind aus den folgenden Themenfeldern generiert:

- 3.1 Image der Pflegeberufe und Berufswahlmotivation von Schüler/innen für einen Pflegeberuf
- 3.2 Bevorzugte Berufe/ Branchen von Schüler/innen und Rückschlüsse auf Pflegeberufe
- 3.3 Hilfreiche Personen bei der Berufswahl der Schüler/innen
- 3.4 Einflussfaktoren auf die Berufswahl der Schüler/innen
- 3.5 Berufswahlhilfen, die Schüler/innen in der Berufswahlphase nutzen
- 3.6 Berufs- und Anforderungsprofil von Pflegeberufen

3.1. Image der Pflegeberufe und Berufswahlmotivation von Schüler/innen für einen Pflegeberuf

Pflegeberufe werden von den Schüler/innen und Eltern weder zu den „In“-Berufen gezählt, noch gehören sie zu den potenziell in Frage kommenden Berufsgruppen. Stattdessen werden Pflegeberufe allgemein, vor allem aber die Altenpflege, von den Schüler/innen explizit zu den „Out“-Berufen gezählt.

Vergleicht man das Interesse an Pflegeberufen innerhalb der **drei untersuchten Schultypen** (Hauptschulen, Realschulen, Gymnasien), dann wird deutlich, dass es eher die Schüler/innen aus den Hauptschulen sind, die sich sicher für einen der drei Pflegeberufe interessieren (ja, ich kann mir die Wahl eines Pflegeberufes vorstellen: 11,4%).

Im Vergleich dazu geben 5,3% der Realschüler/innen und 3,4% der Gymnasialschüler/innen an, die Wahl eines Pflegeberufes für sich ernsthaft in Betracht zu ziehen.

Diejenigen die sich zum Teil die Wahl eines Pflegeberufes vorstellen können, kommen vor allem aus den Gymnasien. Hier sind es 16,1% die sich teilweise die Wahl eines Pflegeberufes vorstellen können (im Vergleich dazu: Hauptschule: 15,3% und Realschule 10,1%).

Unter den Gymnasialschüler/innen gibt fast jede/r dritte Befragte/r an (27,7%), eine Gesundheits- und Kinderkrankenpflegeausbildung zumindest teilweise in die Berufswahl mit einzubeziehen.

Nach Geschlecht differenziert, neigen Mädchen in höherem Maße dazu, einen Pflegeberuf für sich in Betracht zu ziehen. 10,5% der Mädchen können sich die Wahl eines Pflegeberufes vorstellen. Bei den befragten Jungen können sich 1,9% vorstellen einen Pflegeberuf zu ergreifen. Für 5,4% der Jungen kommt ein Pflegeberuf zum Teil in Betracht, während das aber für 21,7% der Mädchen zutreffend ist.

Während 67,8% der Mädchen die Wahl eines Pflegeberufes komplett ablehnen, trifft das aber für 92,6% der Jungen zu.

Auch die **Eltern** bestätigen die geringe Neigung ihrer Kinder, einen Pflegeberuf zu ergreifen. 81,5% der befragten Eltern geben an, dass ihr Kind einen Pflegeberuf nicht in die engere Berufswahl einbezieht. Im Vergleich dazu antworten 11,1% der Befragten auf die Frage: „Hat Ihr Kind jemals in Betracht gezogen, einen Pflegeberuf zu ergreifen?“ mit „Ja“ und 7,4% mit „teilweise“.

Die fünf meist genannten **Vorstellungen, die Jungen** mit Pflegeberufen verbinden, sind „Betreuen und Versorgen“ (55,2%), „alte Leute“ (29,2%), „Helfen“ (18,8%), „Abwertungen der Tätigkeit“ (17,7%) und „Schmerz, Krankheit und Behinderung“ (17,7%).

Die fünf meist genannten **Vorstellungen der Mädchen** zu Pflegeberufen beginnen mit „Pflege ist Helfen“ (45,9%), gefolgt von den Assoziationen „Betreuen und Versorgen“ (43,4%), „positive Attribute wie Mitmenschlichkeit, Solidarität und Verantwortung“ (26,3%), „Pflege ist anstrengend/ viel Arbeit“ (20,5%) und Pflege ist „Schmerz, Krankheit und Behinderung“ (16,4%).

Die **Eltern** messen Pflegeberufen grundsätzlich zwar eine wichtige und zukunftsorientierte Bedeutung bei, thematisieren aber in weitaus höherem Maße die mit Pflegeberufen verbundenen Belastungen und schwierigen Rahmenbedingungen (wie niedrige Einkommenschancen, harte Arbeit etc.).

Die innerhalb der Studie festgestellte geringe Motivation für einen Pflegeberuf ist aufgrund der empirischen Daten vor allem auf Informationsdefizite und undifferenzierte Informationen über Pflegeberufe bei den Befragten zurückzuführen. Die Schüler/innen erscheinen

unabhängig von den Inhalten der genannten Assoziationen mit Pflegeberufen insgesamt nur in geringem Maße über Pflegeberufe informiert.

Vor allem die konkrete Weitergabe von Informationen erscheint bislang unzureichend. Während 81% der Lehrer/innen angeben, dass den Schüler/innen ausreichend Informationen zu Pflegeberufen zur Verfügung stehen, wurde das nur von 23% der Schüler/innen bestätigt. Die Mehrheit der Schüler/innen (77%) gab hingegen an, dass ihnen nicht ausreichend Informationen zur Verfügung stehen.

Fazit: Den Schüler/innen fehlen in hohem Maße ausreichende, umfassende und realitätsnahe Informationen über Pflegeberufe während der Berufswahlphase.

Empfehlung: Die quantitative Bereitstellung von differenzierten und realitätsnahen Informationen zu Pflegeberufen ist zu erhöhen.

Fazit: Die Altenpflege erfährt innerhalb der Pflegeberufe von den Schüler/innen die geringste Zustimmung.

Empfehlung: Wir empfehlen ausdrücklich zumindest bei Print-Werbematerialien (Flyer/ Poster/ Broschüren) keine getrennten Werbematerialien für die Pflegeberufe „Altenpflege“, „Gesundheits- und Krankenpflege“ und „Gesundheits- und Kinderkrankenpflege“ zu erstellen, sondern die Berufe jeweils zusammen auf einem Flyer (etc.) darzustellen.

Dabei sollten sowohl die Gemeinsamkeiten ebenso wie die jeweiligen Besonderheiten der Berufe ausgewiesen und gleichwertig gegenüber gestellt werden (zur Darstellung siehe Kapitel Berufsprofil).

Fazit: Obgleich die Schüler/innen insgesamt unzureichend über Pflegeberufe informiert sind, zeigt sich doch bei den weiblichen Befragten ein realistischeres und positiveres Berufsbild, als bei den männlichen Befragten. Aus den Daten geht deutlich hervor, dass eine genderspezifische also unterschiedliche Ansprache von weiblichen und männlichen Bewerber/innen bei der Darstellung der Pflegeberufe notwendig ist.

Empfehlung: Um Interesse bei Jungen zu wecken, ist innerhalb der Informationsmaterialien auf den Spaß, die Abwechslung und Herausforderung, die Pflegeberufe mit sich bringen, zu verweisen. Mädchen können eher gewonnen werden, wenn der Hinweis erfolgt, dass es sich bei Pflegeberufe um eine helfende, mitmenschliche und sinnvolle Tätigkeit handelt, welche sozialer Fähigkeiten bedarf und von Kommunikationsfähigkeiten getragen wird.

Fazit: Fast jede/r dritte Gymnasialschüler/in kann sich die Wahl des Gesundheits- und Kinderkrankenpflegeberufes vorstellen.

Empfehlung: Das deutlich gewordene Potential von Gymnasialschüler/innen für Pflegeberufe ist zu nutzen. Auch hier könnten gezielte Maßnahmen eingeleitet werden. Diese sollten auf die Sicherheit einer ersten Berufsausbildung mit der Möglichkeit anschließend zu studieren abheben. Hierzu sind zielgruppenspezifische Materialien notwendig.

3.2. Bevorzugte Berufe/ Branchen von Schüler/innen und Rückschlüsse auf Pflegeberufe

Berufe die momentan sowohl aus Sicht der Eltern und Schüler/innen bevorzugt werden, finden sich vor allem in der kaufmännischen und Verwaltungsbranche sowie in Kreativ- und Designberufen. Unterschiede zwischen Jungen und Mädchen bestehen insofern, dass Jungen eher Berufe mit technischem Hintergrund als „in“ bezeichnen, während für Mädchen eher Kreativ- und Designberufe „in“ sind.

Die „In“-Berufe der Jungen sind in erster Linie KFZ-, Technik- und Industrie- oder Ingenieurberufe. Mit 48,9% ist fast jeder zweite Junge an einem Beruf in diesem Bereich interessiert. An zweiter Stelle favorisieren die Jungen kaufmännische und Verwaltungsberufe (34,6%). Auf Rang drei rangieren mit 15,3% bei den Jungen PC- und IT-Berufe. Danach sind unter den fünf attraktivsten Berufen der Jungen Justiz/ Polizei mit 14,8% und Kreativ- und/ oder Designberufe mit 14,2% angesiedelt.

Für Mädchen zählen zu den „In“-Berufen an erster Stelle mit jeweils 33,3% die Kreativ- und/oder Design-Berufe sowie kaufmännische und Verwaltungsberufe. Auf Platz zwei der „In“-Berufe von Mädchen befinden sich Tätigkeitsfelder im Wellness- und Schönheitsbereich (20,8%). Weiterhin favorisieren Mädchen Berufe in der Medizin (20,4%) und Beschäftigungen im Bereich Justiz und/oder Polizei (19%). Den Abschluss der fünf am häufigsten genannten „In“-Berufe der Mädchen bilden pädagogische und psycho-soziale Berufsgruppen mit 19%.

Zu den fünf häufigsten „In“-Berufen aus Sicht der Eltern gehören an erster Stelle kaufmännische und Verwaltungsberufe (26,9%). Den zweiten Rang nehmen mit 23,9% Berufe im Bereich „Kreatives und Design“ ein. An dritter Stelle zählen die Eltern mit 15,4% Berufe in der Wellness-/ Schönheitsbranche zu den derzeit interessantesten Berufen. Weiterhin gehören für die Eltern eine Tätigkeit bei der Justiz/ Polizei (17,1%), pädagogische und psycho-soziale Berufsgruppen (13,9%) sowie Berufe aus dem PC/ IT – Bereich (8,8%) zu den fünf häufigsten „In“-Berufen.

Fazit: Besonders begehrte Berufsbranchen sind derzeit aus Sicht der Eltern und Schüler/innen kaufmännische und Verwaltungsberufe sowie Kreativ/ Designberufe.

Empfehlungen: Für die Altenpflege ist innerhalb der Werbematerialien insbesondere der Alltagsbezug/ Lebensbezug herauszustellen, unter dem auch kreative Neigungen und Interessen von Pflegekräften realisiert werden könnten. – Altenpflege sollte als kreativer Beruf dargestellt werden. Weiterhin sollte insbesondere für Jungen erwähnt werden, dass es in Pflegeberufen zu einem nicht unerheblichen Anteil auch um Aufgabengebiete mit Organisations- und Verwaltungsbezug (z. B. Dokumentation/ Pflegeplanung/ Pflegeprozess) geht.

Fazit: Jungen wählen eher Berufe wie KFZ/ Technik/ Industrie und Ingenieursberufe.

Empfehlungen: Für die Jungen ist auf den Einsatz technischer Geräte (z.B. Medizintechnik) und auf den wachsenden Einzug neuer Medien in die Pflegeberufe zu verweisen.

Fazit: Zu den einstigen Berufswünschen der Auszubildenden gehören unter anderem Pädagogik, psycho-soziale Berufe und medizinisch-pflegerische Assistenzberufe. Immerhin 21,7% der weiblichen Befragten aus allgemeinbildenden Schulen ziehen

Berufe aus dem pädagogischen, psycho-sozialen sowie medizinisch-pflegerischen Assistenzbereich für sich in Betracht.

Empfehlungen: Die 21,7% der weiblichen Befragten sind gezielt zu bewerben, z.B. indem der pädagogische Bezug der Gesundheits- und Kinderkrankenpflege, der geragogische Bezug der Altenpflege und der psychosoziale und medizinische Bezug aller drei Pflegeberufe verdeutlicht wird.

3.3. Hilfreiche Personen bei der Berufswahl der Schüler/innen

Für die Schüler/innen haben die Eltern mit 83,4%, gefolgt von den Berater/innen der Arbeitsagentur mit 76,2% sowie der Lehrer/innen mit 66,6% einen großen Einfluss auf ihre Berufswahl. Weiterhin beraten sich 61,1% im Freundeskreis und 41,4% mit sonstigen Personen aus dem Verwandten- und Bekanntenkreis sowie z. T. mit Fachkräften oder Experten/innen bestimmter Berufe.

Hinsichtlich der Annahme konkreter Berufsempfehlungen von Eltern oder Lehrkräften, wird deutlich, dass die Eltern hier den höchsten und im Vergleich zu den Lehrkräften doppelt so hohen Einfluss haben. 71,5% der Schüler/innen würden Vorschläge ihrer Eltern zur Wahl eines Berufes annehmen. Aber immerhin auch mehr als jeder dritte Schüler/in (36,1%) würde die Empfehlungen der Lehrkräfte zur Berufswahl annehmen.

Innerhalb der Befragung von Eltern und Lehrkräften hinsichtlich deren Einflusses auf die Berufswahl der Schüler/innen zeigt sich allerdings, dass sich sowohl die Eltern als auch die Lehrkräfte weniger Einfluss zuschreiben, als die eigenen Kinder bzw. die Schüler/innen ihnen beimessen.

Darüber hinaus geben die Eltern an, dass sie ihren Kindern neben der allgemeinen Beratung durchaus auch bestimmte Berufe und Branchen empfehlen, während die Lehrkräfte von dieser Möglichkeit keinen Gebrauch machen. Lehrkräfte gehen vornehmlich vor allem auf diejenigen Berufswünsche beratend ein, an denen die Schüler/innen von sich aus bereits Interesse äußern.

Fazit: Hilfreiche Personen für die Berufswahlentscheidung sind für die Schüler/innen an erster Stelle die Eltern, gefolgt von den Berufsberater/innen der Arbeitsagentur und den Lehrer/innen.

Empfehlung: Da die beratenden Personen der Schüler/innen Ihren Einfluss als weitaus geringer einschätzen als es der Meinung der Schüler/innen entspricht, sollte eine Imagekampagne auch bei den Eltern, Lehrkräften und Berater/innen der Arbeitsagentur ansetzen.

Fazit: Konkrete Berufsempfehlungen nehmen die Schüler/innen vor allem von den Eltern an.

Empfehlung: Die Eltern stellen auf Grund der erfassten Daten eine eigene Zielgruppe innerhalb einer Imagekampagne für Pflegeberufe dar. Deshalb sind eigenständige und gezielte Werbematerialien auch für die Eltern zu entwickeln.

Fazit: Mehr als jede/r dritte Schüler/in nimmt die Empfehlungen von Lehrer/innen an.

Empfehlung: Lehrer/innen sollten zukünftig umfangreicher und besser über Pflegeberufe informiert sein. Eigene Informationsmaterialien für Lehrkräfte/ Schulen könnten helfen, das Image der Pflegeberufe auch über diesen Weg zu steigern.

Fazit: Innerhalb der Berufsberatungen bei den Arbeitsagenturen nehmen die Pflegeberufe eine untergeordnete Stellung ein. Die Berufsberater/innen erwecken in den qualitativen Befragungen den Eindruck von undifferenzierten Informationsweitergaben und einer unsystematischen Vorgehensweise bei der Beratung zu Pflegeberufen.

Empfehlung: Empfohlen wird eine einheitliche Vorgehensweise bei den Berufsberater/innen der Arbeitsämter in Richtung Pflegeberufe anzuregen. Das könnte über gemeinsame Workshops der Verantwortlichen und Führungskräfte der norddeutschen Berufsberatungsstellen gemeinsam geschehen. Dabei sind die gewonnenen Erkenntnisse dieser Studie zu vermitteln. Aufgrund der geringen Repräsentativität der Berufsberater/innen dieser Studie wären vorab weitere Forschungen notwendig.

3.4. Einflussfaktoren auf die Berufswahl der Schüler/innen

Mit 91,2% gehört für die Schüler/innen das Einkommen zum wichtigsten Einflussfaktor auf Ihre Berufswahl, gefolgt von dem Wunsch nach einem sicheren Arbeitsplatz für 90,3% der Befragten (Sicherheit im Sinne von Langfristigkeit nicht Arbeitsschutz). Weiterhin ist es bedeutend, dass es sich um eine interessante (89,5% der Befragten) und sinnvolle Tätigkeit (84,2%) handelt. Aufstiegschancen innerhalb des Berufes sind für 80,8% der Schüler/innen ein weiterer bedeutsamer Einflussfaktor.

Eltern fokussieren bei Berufsempfehlungen für ihre Kinder vor allem die Qualität der Arbeit, d.h., dass es sich um eine interessante (92,5%) und sinnvolle Tätigkeit (90,1%) handelt. An dritter Stelle der Einflussfaktoren steht für 87,6% der Eltern die Möglichkeit der „Realisierung eigener Interessen und Neigungen“ ihrer Kinder. Darüber hinaus gehört zu den 5 wichtigsten Einflussfaktoren der Eltern, dass es sich bei dem Beruf ihrer Kinder um sichere und gesunde Arbeitsplätze (84%) sowie um einen Beruf mit einem hohen Maß an selbstständiger Arbeitsweise (81%) handelt.

Fazit: Faktoren, die die Berufswahl von Schüler/innen beeinflussen, sind in erster Linie: Einkommenschancen, die Sicherheit des Arbeitsplatzes, die Qualität der Arbeit (interessant und sinnvoll) sowie die mit dem Beruf verbundenen Aufstiegsmöglichkeiten.

Empfehlungen: In Werbematerialien für Schüler/innen ist auf die Zukunftssicherheit der Pflegeberufe zu verweisen. Darüber hinaus sollte dargestellt werden, dass es sich bei Pflegeberufen um vielseitige, interessante, abwechslungsreiche und sinnvolle Tätigkeiten handelt. Hervorzuheben sind vor allem die unterschiedlichen Studien- und Weiterbildungsmöglichkeiten, die sich seit einigen Jahren mit Pflegeausbildungen realisieren lassen.

Fazit: Eltern achten bei Berufsempfehlungen für ihre Kinder vor allem auf die Qualität der Arbeit (interessante und sinnvolle Tätigkeit), auf die Realisierung der eigenen Interessen und Neigungen ihrer Kinder, auf sichere und gesunde Arbeitsplätze sowie

auf ein hohes Maß an Selbstständigkeit.

Empfehlungen: In Materialien für Eltern wie auch für Schüler/innen sollte vor allem die Qualität der Arbeit in Pflegeberufen erwähnt werden (interessante und sinnvolle Tätigkeit). Weiterhin ist in den Werbemitteln für Eltern herauszustellen, dass in Pflegeberufen eigene Neigungen und Interessen realisiert werden können (vor allem in der Altenpflege durch den Alltags- und Lebensbezug) und ein hohes Maß an Selbstständigkeit gefordert ist.

3.5. Berufswahlhilfen, die Schüler/innen in der Berufswahlphase nutzen

Schüler/innen greifen im Berufsfindungsprozess bevorzugt auf die Möglichkeit, ein „Praktikum“ zu absolvieren (68% der Schüler/innen) zurück. Weiterhin empfinden 62,3% die Beratung mit ihren Eltern als sehr hilfreich. Darüber hinaus sind es „Gespräche im Unterricht“ sowie „Berufsberatungen oder Informationen an der Schule“, die von jeweils 41,8% der Schüler/innen genutzt werden. Jede/r dritte Schüler/in (33%) besucht „Berufsinfotage und Messen“. 32,9% der Schüler/innen „beraten sich mit anderen Personen“ um Sicherheit bei der Berufswahl zu erlangen.

Fazit: Das Absolvieren eines Praktikums stellt für Schüler/innen die beste Möglichkeit dar, sich in ihrer Berufswahl sicher zu werden.

Empfehlung: Zukünftig sind von den Praxisorten vermehrt Praktikumsplätze zur Verfügung zu stellen. Eine Imagekampagne für Pflegeberufe, sollte diese Notwendigkeit in der Pflegepraxis (Krankenhäuser und Pflegeheime) stärker verbreiten.

Fazit: Die Beratung mit den Eltern ist für die Schüler/innen eine entscheidende Hilfe im Berufswahlprozess.

Empfehlung: Die Eltern sind gezielt innerhalb der Imagekampagne in Form von eigenständigen Informationsmaterialien zu berücksichtigen.

Fazit: Die Berufsberatungen und Informationen innerhalb der Schule unterstützen fast die Hälfte der Schüler/innen hinsichtlich ihrer Berufswahl.

Empfehlungen: Die Schulen sind in Form gezielter und umfassender Informationen bei einer Imagekampagne für Pflegeberufe zu berücksichtigen. Sie sollten mit speziellen Materialien ausgestattet werden, mit denen auch die Lehrer/innen ihre Kenntnisse über Pflegeberufe und die damit verbundenen Berufschancen erweitern können.

Fazit: Annähernd ein Drittel der Schüler/innen nutzt die Möglichkeit der Information zu Berufen auf Messen und Berufsinformationstagen

Empfehlungen: Die Untersuchung der Informationspolitik auf Messen und Berufsinformationstagen war nicht Gegenstand der Studie. Empfohlen wird, diese Form der Informationsweitergabe zu prüfen und ggf. zu erweitern und zu optimieren.

3.6. Berufs- und Anforderungsprofil von Pflegeberufen

Anforderungen, die der Beruf aus persönlicher Perspektive an sie stellt, sehen die Auszubildenden beider befragten Berufsgruppen (Gesundheits- und Krankenpflege und Altenpflege) vor allem in einem hohen Maß an mitmenschlichen Fähigkeiten, an Offenheit, hoher Belastbarkeit, Empathie und Teamfähigkeiten. 94,4% der Auszubildenden würden den Pflegeberuf wieder wählen – wohl nicht zu letzt auch aufgrund des hohen Maßes an Spaß und Freude am Beruf, das sie innerhalb der Befragung wiederholt betonen.

Darüber hinaus würden die Auszubildenden den Pflegeberuf wieder wählen, weil es sich um einen „sinnvollen und erfüllenden Beruf“ handelt, weil dieser Beruf ihnen die Möglichkeit des „Kontaktes mit anderen Menschen“ bietet, da sie „anderen helfen“ können und da es ein „interessanter, herausfordernder und abwechslungsreicher Beruf“ ist.

Darstellung der Berufsprofile – Pflegeberufe allgemein und Besonderheiten Altenpflege und Gesundheits- und Krankenpflege³

Voraussetzungen, die Menschen auszeichnen um eine Pflegeausbildung zu beginnen:

- Sprachkompetenz (gute mündliche und schriftliche Ausdrucksweise)
- Kontaktfreude und Freude an der Arbeit mit Menschen
- Eigenschaften wie Flexibilität, Verantwortungsbereitschaft und psychische Stabilität
- Körperliche und psychische Gesundheit
- Interesse an medizinischen und psychosozialen Sachverhalten
- Bereitschaft zur Teamarbeit

Charakterisierungen von Pflegekräften – Oder, was zeichnet die ausgebildeten Pflegekräfte aus?

Berufsprofil für alle Pflegeberufe

- Fachpflegerische Kenntnisse und Fähigkeiten
- Wissen und Kenntnisse in den Bereichen Pflege, Anatomie, Physiologie, Psychologie, Recht, Arzneimittellehre, Ernährung, Hygiene, Krankheitsbilder,
- Sprach- und Ausdrucksfähigkeiten (mündlich wie schriftlich)
- Rechtschreibesicherheit und Textverständnis
- Kommunikations- und Beziehungsfähigkeiten
- Anleitungs- und Beratungsfähigkeiten
- Beobachtungs- und Wahrnehmungsfähigkeiten
- Persönliche Fähigkeiten wie: Flexibilität, Verantwortungsbewusstsein, Einfühlungsvermögen, Verschwiegenheit, Freundlichkeit, Offenheit, Selbstbeherrschung/ Selbstkontrolle, Geduld
- Soziale Fähigkeiten wie: Konfliktfähigkeit, Kontaktbereitschaft
- Technisches Verständnis im Umgang mit Hilfsmitteln und medizinischen Geräten
- Organisations-, Planungs- und Steuerungsfähigkeiten
- Psychische Belastbarkeit und Gesundheit
- Verwaltende Kompetenzen

³ Die folgenden Charakterisierungen und Anforderungen an Mitarbeiter/innen in Pflegeberufen setzen sich aus der Recherche der Beschreibungen zum Berufsbild der Arbeitsagenturen und den Ergebnissen der Befragungen von Auszubildenden und Berufsberater/innen zusammen.

Besonderheiten im Berufsprofil von Altenpflegekräften

In der Altenpflege geht es im Unterschied zur Gesundheits- und Krankenpflege stärker um Tätigkeiten, die folgende Kompetenzen voraussetzen:

- Betreuende und Alltagsbegleitende Fähigkeiten
- Freizeitgestaltende Fähigkeiten und Fertigkeiten (Musik, Lesen, Kreatives Gestalten, Bewegung etc.)
- Fähigkeiten zum Aufnehmen, Halten und Beenden langfristiger Beziehungen

Besonderheiten im Berufsprofil von Gesundheits- und Krankenpflegekräften

In der Gesundheits- und Krankenpflege geht es im Unterschied zur Altenpflege stärker um Tätigkeiten, die folgende Kompetenzen voraussetzen:

- Medizinisch Kompetenzen
- Umgang mit medizintechnischen Geräten

Fazit: Wie mehrfach deutlich wurde, scheinen die derzeitigen Werbematerialien inhaltlich gesehen, nicht den Informationsbedarf der Schüler/innen (und damit der potentiellen Bewerber/innen für Pflegeberufe) zu decken.

Empfehlungen: Folgende allgemeinen inhaltlichen Veränderungen der Informationen sind auf Grundlage der empirisch gesicherten Daten vorzunehmen:

- Vermittlung eines höheren Maßes an Selbstverständlichkeit bei der Wahl eines Pflegeberufes (Pflege ist ein besonderer, aber auch völlig lebens- und alltagsbezogener Beruf).
- Hinweise auf das hohe Maß an Arbeitsplatzsicherheit.
- Beschreiben der Vielseitigkeit des Berufes (interessant, herausfordernd, abwechslungsreich, kreativ, sinnvoll).
- Auch Hinweise auf die organisatorisch-verwaltenden Aufgaben in Pflegeberufen sollten stärker in Werbemaßnahmen und Berufsbeschreibungen einfließen.
- Hervorgehoben werden sollte auch der zunehmende Innovationsbedarf von Pflegeberufen – Pflege braucht Aktivität, Veränderung und Innovationen.
- Besonders zu betonen sind ebenso die Weiterentwicklungsmöglichkeiten und Spezialisierungsmöglichkeiten sowie die Studienmöglichkeiten in Pflegeberufen.
- Darüber hinaus ist die Bedeutung einer Ausbildung als praktischer Einstieg, mit der anschließenden Weiterentwicklung durch Studien- und Weiterbildungsmöglichkeiten zu verdeutlichen.
- Außerdem sollte das hohe Maß an Mitmenschlichkeit des Berufes hervorgehoben werden – in Zeiten zunehmender und zügiger gesellschaftlicher Veränderungen könnte das ein Gefühl von Sicherheit und Vertrauen vermitteln.

Besondere Empfehlungen zum Erreichen der Jungen sind im Folgenden dargestellt:

- Zu betonen ist der von den Auszubildenden hervorgehobene „Spaßfaktor“ und die „Aktivität“, die mit Pflegeberufen verbunden sein können.
- Für Jungen ist insbesondere auf Weiterbildungs-, Spezialisierungs- und Studienmöglichkeiten zu verweisen.
- Es sind Möglichkeiten zu finden, um „ältere und alte Menschen“ für männliche Schüler interessant zu machen. Ein Vorschlag wäre beispielsweise die Zielgruppe alte Menschen z.B. zukunftsorientiert darzustellen – die neuen „Alten“ gehören zu anderen Generationen mit anderen Ansprüchen.
- So könnte auch auf den zukünftig steigenden Einsatz von Technik, Multimedia und Internet/ PC in Pflegeheimen und anderen Institutionen der Altenhilfe sowie in der häuslichen Pflege hingewiesen werden.

- z.B. ist der Hinweis auf den Einsatz von Spielkonsolen in Pflegeheimen (Die Wii – eine Motorikorientierte Spielkonsole, die hauptsächlich junge Menschen nutzen, wird bereits versuchsweise in einigen Pflegeheimen eingesetzt.)
- Bei den Jungen sollte auf den Bezug zu betreuenden und psychosozial/geragogischen Aspekten eher verzichtet werden.

Empfehlungen für die Altenpflege können aufgrund der Daten folgendermaßen zusammengefasst werden:

- Für die Altenpflege ist insbesondere der Alltagsbezug/ Lebensbezug herauszustellen (z.B. kreative Aspekte, Hobbys, evtl. Tiere im Pflegealltag, Einbinden der Interessen von Pflegekräften).
- Werbemaßnahmen für Eltern hinsichtlich der Altenpflege sollten Hinweise auf die geragogischen und psychosozialen Anteile des Berufes beinhalten.
- Auch um Gymnasialschüler/innen zu erreichen, könnten die Weiterbildungs-, Spezialisierungs- und Studienmöglichkeiten, insbesondere für den Altenpflegeberuf, stärker hervorgehoben werden. Diesbezüglich könnten eventuell schon vorhandene Materialien aus den Maßnahmen der Bundesregierung „Moderne Altenpflege“ wirken.

Verfasserin und Ansprechpartnerin: Dipl. Soz. Jaqueline Bomball, wissenschaftliche Mitarbeiterin, IPP Universität Bremen, Telefon: 0421 – 218 - 96 72, E-Mail: jbomball@uni-bremen.de
 Homepage: www.iap.uni-bremen.de