

Öffentlichkeitsarbeit im DBfK: Ein Blick hinter die Kulissen

Was heißt es eigentlich, Öffentlichkeitsarbeit im DBfK zu machen? Und was passiert dort den ganzen Tag? Öffentlichkeitsarbeit bedeutet weit mehr, als Pressemitteilungen zu schreiben oder Beiträge für die sozialen Medien zu veröffentlichen. Wir sorgen für eine wirkungsvolle Interessenvertretung, die von jedem neuen Mitglied über unsere Aktion DBfKplusEins gestärkt werden kann.

Dabei machen wir berufspolitische Themen verständlich, ordnen politische Entwicklungen ein, bringen die Positionen des Verbands in die öffentliche Debatte und zeigen, warum professionelle Pflege eine starke Stimme braucht. Hinter jedem Beitrag und jeder Aktion stehen Recherche, Abstimmungen und redaktionelle Arbeit und all das immer in enger Zusammenarbeit mit den Fachreferaten, dem Ehrenamt und den Regionalverbänden.

Im **Bundesverband** laufen dabei viele Fäden zusammen, so auch hier beim DBfK-Magazin. Vergangene Woche, immer in der letzten Woche des Monats, begann die heiße Phase der Produktion. Beiträge werden fertiggestellt, letzte inhaltliche Abstimmungen getroffen, Fotos und Grafiken ausgewählt oder erstellt. Gleichzeitig sorgt ein kursierendes Papier für Unruhe. Es bringt eine Rückführung des Pflegebudgets in das DRG-System und die Rücknahme der PPR 2.0 ins Gespräch. Innerhalb kurzer Zeit müssen die Inhalte bewertet, mögliche Auswirkungen eingeordnet und die Position des DBfK abgestimmt werden.

Das ursprünglich geplante Editorial wird kurzfristig verworfen. Stattdessen wird ein neuer Beitrag geplant, der die aktuelle berufspolitische Lage aufgreift. So fügen sich viele einzelne Bausteine aus dem Bundesverband und den Regionalverbänden zu einer Ausgabe zusammen, die das aktuelle Geschehen einordnet und über die Arbeit des DBfK informiert. Parallel entstehen dazu aktuelle Presseinformationen und Social Media Beiträge. Ziel ist es, schnell Orientierung zu geben und deutlich zu machen, welche Folgen solche Vorschläge für die professionelle Pflegenden haben.

Einen Tag später geht es zum Hauptstadtkongress. Dort berichten wir über eine internationale Session mit dem ICN-Präsidenten und DBfK-Präsidentin Vera Lux und greifen die wichtigsten Impulse für unsere Kommunikation auf. Als einziger deutscher Mitgliedsverband im International Council of Nurses (ICN) bringen wir internationale berufspolitische Entwicklungen in die deutsche Debatte ein, tragen umgekehrt die Perspektiven der professionellen Pflege aus Deutschland in das internationale Netzwerk und ermöglichen einen weltweiten Austausch. Gleichzeitig dauert bundespolitisch die Diskussionen um das Pflegebudget und die PPR an – das Thema entwickelt sich und muss nun laufend weiter beobachtet und bewertet werden.

Protestaktion mit selbstgebasteltem Sparschwein

Ein Blick in den **Regionalverband Nordwest**, zwei Tage vor der Gesundheitsministerkonferenz in Hannover: In der DBfK Nordwest-Geschäftsstelle beginnt die Woche für das Team Öffentlichkeitsarbeit mit einem Riesenballon, alten Zeitungen, Acrylfarbe und zehn Litern Kleister. In mühsamer Handarbeit wird daraus eine große Sparschwein-Piñata geformt. Am Mittwochmorgen hängt sie bei einer großen Protestaktion gegen die Sparpläne der Bundesregierung für mehrere Stunden gut sichtbar am DBfK-Pavillon auf dem Hannoverschen Platz der Menschenrechte. Dahinter ein Banner mit der Aufschrift „Pflege ist kein Sparschwein!“

Manchmal braucht es neben fachlichen Stellungnahmen, Interviews, Pressemitteilungen und politischen Hintergrundgesprächen auch groß angelegten Protest, um die breite Öffentlichkeit wachzurütteln, Haltung zu zeigen, die Situation der beruflich Pflegenden sichtbar zu machen. Und noch dazu starke Bilder wie die symbolische Zerstörung eines leeren Sparschweins. Daran schließt sich der Aufruf an, sich uns anzuschließen, in Kontakt zu bleiben und uns Botschaften an politische Entscheidungsträger:innen mit auf den Weg zu geben.

So wird aus einem kurzen Moment der Aufmerksamkeit bei einer Protestaktion ein Gesprächsanlass vor Ort und im Nachgang: Welche Folgen haben die geplanten Kürzungen? Wie setzt sich der DBfK gegen die Sparpläne und für beruflich Pflegenden ein? Und wie können Pflegenden selbst aktiv werden? Gute Antworten darauf haben häufig diejenigen, die den Nutzen einer starken berufspolitischen Vertretung bereits erleben.

Unsere glaubwürdigsten Botschafter:innen sind die zahlreichen DBfK-Mitglieder, die Menschen aus ihrem Umfeld auf uns und unsere berufspolitischen Ziele aufmerksam machen; die mit uns auf die Straße gehen und

ihre Kolleg:innen mitbringen; die am DBfK-Stand Gespräche mit den Besucher:innen führen, sich in die dicht gedrängte Menschenmenge stellen und unsere Flaggen und Banner in die Höhe und in Kameras halten; die – ganz im Sinne der Aktion DBfKplusEins – andere von uns überzeugen. Denn aus persönlichen Kontakten werden neue Mitgliedschaften und aus neuen Mitgliedern ein stärkerer Verband.



Pressemitteilung vom Messestand aus

Weiter im **Regionalverband Südwest**, dort ging es an einem Dienstagabend nach Stuttgart zur Messe Pflege Plus und dem Junge Pflege Kongress. Drei Tage lang führen wir – Haupt- und Ehrenamtliche aus dem DBfK Südwest – Gespräche mit Pflegefachpersonen, dokumentieren Vorträge und Diskussionen für unsere Social-Media-Kanäle, drehen Videos für neue Formate und werben am Messestand für die Arbeit des DBfK. Für unsere Aktion „Pflege begeistert, weil ...“ sammeln wir Stimmen von Pflegenden und zeigen, was sie an ihrem Beruf motiviert.

Am Mittwochabend liegt dann der Koalitionsvertrag der neuen Landesregierung Baden-Württemberg auf dem Tisch. Statt Feierabend heißt es: lesen, markieren, diskutieren. Gemeinsam mit dem Chef prüfen wir in der Hotellobby, was die Vereinbarungen für die Pflege bedeuten. Welche Chancen ergeben sich? Welche Forderungen des DBfK finden sich wieder? Wo müssen wir kritisch nachhaken?

Noch am selben Abend steht auch der Entwurf für unsere Pressemitteilung zum Koalitionsvertrag. Am nächsten Morgen wird sie mit unserem Vorstand abgestimmt und schließlich direkt vom Messestand aus versandt. Während um uns herum Kongressbetrieb herrscht, bringen wir die Position der professionellen Pflege in die politische Debatte ein.

Kaum ist die Mitteilung veröffentlicht, geht die Arbeit weiter. Wer übernimmt die relevanten Ministerien? Wer wird Staatssekretär:in? Welche Ansprechpartner:innen werden künftig über Gesundheit und Pflege

entscheiden? Wir recherchieren Zuständigkeiten, bereiten Anschreiben vor und planen die ersten Gespräche mit der neuen Landesregierung. Gleichzeitig informieren wir hier im Magazin unsere Mitglieder über die politischen Entwicklungen und deren Bedeutung für die Pflege.

Aus Stuttgart geht es dann direkt nach Wiesbaden in den Landtag. Die Fraktion der Grünen hat zum Frauenempfang mit dem Thema „Warum Care-Arbeit politisch ist“ mit Theresa Bücker eingeladen. Sichtbarkeit, Kontaktpflege zu Politiker:innen, die Perspektive der Profession einbringen und sich auch über die Grenzen unserer Berufsgruppe hinweg vernetzen, das alles gehört zum Geschäft.

Professionelle Werte in einer Social-Media-Kampagne

Im **DBfK Südost** steht anlässlich der Landtagswahl in Sachsen-Anhalt am 6. September eine Social Media Kampagne im Fokus, die wir anhand des ICN-Ethikkodex entwickelt haben. Wir wollten bewusst keine Selbstäußerungen der Parteien zusammentragen, sondern unsere grundsätzliche berufsethische Haltung verdeutlichen. Der ICN-Ethikkodex beschreibt nicht nur die Werte professioneller Pflege, sondern auch, wie sie den pflegerischen Alltag beeinflussen: Es geht um eine konkrete Haltung zum Gegenüber und zum Umgang miteinander.

Die Sozialen Medien eignen sich gut für diese Kampagne, weil sie auch komplexe Inhalte niedrigschwellig vermitteln können und über eine große Reichweite verfügen. Statt nur durch Pressemitteilungen oder Fachveranstaltungen sichtbar zu sein, sprechen wir Pflegefachpersonen dort direkt an.

Für die Kampagne haben wir zentrale Aussagen des ICN-Ethikkodex in kurzen Carousel-Posts zitiert und ihren Bezug zur Landtagswahl in Sachsen-Anhalt erläutert. Ab Juni bis zum Wahlvortag im September veröffentlichen wir jeden Monat einen Post. Unser Ziel ist, beruflich Pflegenden die Werte der Profession vor Augen zu führen, damit sie sich mit den möglichen Folgen ihres Wahlverhaltens auseinandersetzen. Wir spielen sie auf unserem Instagram-Kanal [dbfksuedost](#) und im Facebook-Kanal [dbfk.suedost](#) aus, wo wir eine stabile Community erreichen.

Die Kampagne zeigt, was digitale Präsenz für uns als Interessenvertretung leisten kann: komplexe Themen in ein zugängliches Format übersetzen, Gesprächsanlässe schaffen und die Position des Berufsverbands sichtbar machen.

Berufspolitische Diskussionen in Pflegeschulen

Neben der kontinuierlichen Social Media Arbeit gibt es auch eine Renaissance der Live-Kommunikation, wie der **DBfK Nordost** zeigt. Hier liegt seit dem vergangenen Jahr ein besonderer Fokus auf dem berufspolitischen Austausch in Einrichtungen der Pflegebildung in der Region. Lag der Schwerpunkt aus organisatorischen Gründen zunächst auf (Hoch-) Schulen in Berlin, wurden Ende vergangenen Jahres alle Pflegeschulen in Brandenburg angeschrieben. Dieses Frühjahr folgte – auch mit Blick auf die Landtagswahl im September – Mecklenburg-Vorpommern.

Die Resonanz ist erfreulich. Rund ein Viertel der Einrichtungen haben sich zurückgemeldet, teils direkt mit Wunschdaten, teils zunächst aus allgemeinem Interesse. Nun geht es darum, die Termine so zu koordinieren, dass möglichst wenige Wege doppelt gemacht werden müssen. Und vielleicht im nächsten Jahr mehr Mitglieder (und weitere Pflegeschulen) dafür zu gewinnen, in ihrer Region vor Ort in den berufspolitischen Austausch mit dem Pflegenachwuchs zu gehen. Bisher leisten das überwiegend Ehrenamtliche der AG Junge Pflege gemeinsam mit hauptamtlich Mitarbeitenden der Geschäftsstelle aus Berlin.

Quantitativ mag die Reichweite geringer sein als in digitalen Kanälen, qualitativ sind die Kontakte aber erheblich intensiver. Statt ein paar Likes, Shares und Kommentaren, gibt es Raum für Rückfragen, Diskussion und auch Widerspruch. So wichtig die Unterstützung innerhalb der eigenen Community ist, so wertvoll ist das Feedback aus der analogen Welt in seiner ganzen Breite.

In der Öffentlichkeitsarbeit: kein Tag wie der andere

Diese letzten hier beschriebenen Wochen in allen Verbänden waren sicher besonders intensiv – aber sie zeigen eindrücklich, was Interessenvertretung im DBfK bedeutet: Wir sind dort präsent, wo das Thema Pflege

stattfindet: auf Kongressen, in den Medien, in sozialen Netzwerken, in Ausbildungsstätten und im politischen Raum. Unser Ziel ist immer dasselbe: Dafür zu sorgen, dass die Erfahrungen, das Wissen und die Anliegen von Pflegefachpersonen gehört werden und in politische Entscheidungen eingehen.

Genau das wird durch die Mitgliedschaft vieler Pflegefachpersonen im DBfK erst möglich. Sagt es weiter und nutzt unsere Mitgliederwerbemaßnahme DBfKplusEins dafür!

Beiträge der Mitarbeitenden Öffentlichkeitsarbeit: Ivonne Köhler-Roth (Bundesverband), Toni Hoffmann und Stefan Schwark (Nordwest), Anja Hild und Christiane Ischir (Südwest), Laura Schröder (Südost) und Hans Selge (Nordost).

Dieses PDF wird automatisch auf Basis der aktuellen Daten erstellt, dadurch können Seitenumbrüche möglicherweise nicht optimal erfolgen.
