

Hochschule Neubrandenburg  
Fachbereich Gesundheit, Pflege, Management  
Studiengang Pflegewissenschaft/Pflegemanagement

**#PflegelstMehr – Empfehlungen zur Gewinn-  
nung von Studierenden in der Pflege**

**B a c h e l o r a r b e i t**  
zur  
Erlangung des akademischen Grades  
**Bachelor of Science (B.Sc.)**

Vorgelegt von: *Laura Diedrich*

URN: *urn:nbn:de:gbv:519-thesis2019-0136-2*

Betreuer: *Prof. Dr. paed. Bedriska Bethke*

Zweitbetreuer: *Prof. Dr. rer. biol. hum. Hans-Joachim Goetze*

Tag der Einreichung: *23.11.2019*



# Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis .....	II
Abkürzungsverzeichnis.....	V
Abbildungsverzeichnis .....	VI
Tabellenverzeichnis.....	VII
Glossar .....	VIII
„Pflege ist Arbeit mit Menschen.“ .....	1
<b>1 Zentrale Fragestellungen und Hypothesen .....</b>	<b>3</b>
1.1 <i>Das Image der Pflege und die Motivation für einen Pflegeberuf</i> .....	3
1.2 <i>Wie Schüler*innen erreicht und begeistert werden können</i> .....	3
<b>2 Methodisches Vorgehen .....</b>	<b>4</b>
<b>3 Der Pflegeberuf in Deutschland – Status quo.....</b>	<b>7</b>
3.1 <i>Struktur und Wesensmerkmale des Pflegeberufes</i> .....	7
3.1.1 <i>Das Wesen des Pflegeberufes</i> .....	7
3.1.2 <i>Möglichkeiten der Ausbildung</i> .....	8
3.1.3 <i>Ausbildungsmöglichkeiten anderer Länder</i> .....	10
3.2 <i>Die Problematik des anhaltenden Fachkräftemangels</i> .....	11
3.2.1 <i>Der Fachkräftemangel anhand aktueller Daten und Fakten</i> .....	11
3.2.2 <i>Weitere Einflussfaktoren auf den Fachkräftemangel</i> .....	12
3.2.3 <i>Politische und Gesellschaftliche Maßnahmen im Hinblick auf den Fachkräftemangel</i> .....	15
<b>4 Die Reform der Pflegeberufe – Pflege primär-qualifizierend studieren .....</b>	<b>16</b>
4.1 <i>Das neue Pflegeberufereformgesetz</i> .....	16
4.1.1 <i>Hintergrund und Ziele der Reform</i> .....	16
4.1.2 <i>Die Generalistische Ausbildung</i> .....	16
4.1.3 <i>Finanzierung</i> .....	18
4.2 <i>Die hochschulische Pflegeausbildung</i> .....	18
4.2.1 <i>Aufbau der hochschulischen Ausbildung</i> .....	18



4.2.2	Derzeitige Studienorte .....	19
4.2.3	Vorteile und mögliche Problemstellungen .....	20
<b>5</b>	<b>Gezieltes Studiengangsmarketing zur Gewinnung von Studierenden in der Pflege .....</b>	<b>21</b>
5.1	<i>Marketing – Eine Begriffsklärung .....</i>	21
5.2	<i>Notwendigkeit eines Marketingkonzeptes .....</i>	22
5.2.1	Die Notwendigkeit von Marketingkonzepten für Pflegestudiengänge gemäß PflBRefG .....	23
5.2.2	Gezieltes Marketing als Möglichkeit der Fachkräftesicherung .....	24
5.3	<i>Planung und Umsetzung eines Marketingkonzeptes .....</i>	25
5.3.1	Der Aufbau eines Marketingkonzeptes .....	25
5.3.2	Moderne Kanäle für Marketing-Maßnahmen .....	26
5.3.3	Ausgewählte Social-Media-Maßnahmen .....	27
<b>6</b>	<b>Die Zielgruppe: Potentielle Studierende in der Pflege – Stand der Forschung .....</b>	<b>28</b>
6.1	<i>Eine Generation als Zielgruppe .....</i>	28
6.2	<i>Die Generation der Digital Natives .....</i>	30
6.3	<i>Die Zielgruppe anhand von Zahlen und Fakten .....</i>	31
6.3.1	Merkmale und Eigenschaften junger Menschen .....	31
6.3.2	Berufliche Erwartungen und Zukunftsentscheidungen .....	32
6.3.3	Annahmen und Vorstellungen zum Pflegeberuf .....	33
6.3.4	Häufig genutzte Informationskanäle .....	34
<b>7</b>	<b>Methodik der empirischen Untersuchung .....</b>	<b>36</b>
<b>8</b>	<b>Die Zielgruppe: Potentielle Studierende in der Pflege – Ergebnisse der empirischen Untersuchung</b>	<b>39</b>
8.1	<i>Ergebnisse aus der empirischen Untersuchung .....</i>	39
8.2	<i>Quintessenz zu den Hypothesen .....</i>	42
<b>9</b>	<b>Empfehlungen für ein erfolgreiches Marketing .....</b>	<b>43</b>
9.1	<i>Die Zielgruppe definieren .....</i>	43
9.2	<i>Alleinstellungsmerkmale der hochschulischen Pflegeausbildung .....</i>	44
9.3	<i>Kernelemente des Marketingkonzeptes .....</i>	45
9.4	<i>Marketingmaßnahmen .....</i>	46



<b>10 Der Anpassungsprozess wird zu einem Muss .....</b>	<b>49</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>I</b>
<b>Rechtsquellenverzeichnis .....</b>	<b>X</b>
<b>Anhang.....</b>	<b>XI</b>
<i>Anhangsverzeichnis.....</i>	<i>XI</i>
<b>Eidesstattliche Erklärung.....</b>	<b>CIV</b>



## Abkürzungsverzeichnis

BIZ .....	<i>Berufsinformationszentrum</i>
BMBF .....	<i>Bundesministerium für Bildung und Forschung</i>
BMFSFJ .....	<i>Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend</i>
bzw. ....	<i>beziehungsweise</i>
ca. ....	<i>circa</i>
DBfK .....	<i>Deutscher Berufsverband für Pflegeberufe</i>
ggf. ....	<i>gegebenenfalls</i>
IW .....	<i>Institut der deutschen Wirtschaft</i>
NEPS .....	<i>National Educational Panel Study/ Nationales Bildungspanel</i>
PflBRefG .....	<i>Pflegeberufereformgesetz, Pflegeberufereformgesetz</i>
u. a. ....	<i>unter Anderem</i>
Usw. ....	<i>und so weiter</i>
vs. ....	<i>verses</i>



## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Derzeitige Ausbildungsmöglichkeiten in Deutschland.....	9
Abbildung 2: Neue Ausbildungsmöglichkeiten nach dem PflBRefG.....	17
Abbildung 3: Der Aufbau der hochschulischen Ausbildung .....	19
Abbildung 4: Gymnasiasten, die sich für den Pflegeberuf interessieren - ein Vergleich zwischen 2010 und 2016 .....	24
Abbildung 5: Die Bestandteile eines Marketingkonzeptes .....	25
Abbildung 6: Die 5 Schritte zu einem erfolgreichen Marketingkonzept .....	26
Abbildung 7: Vorrangige Erwartungen junger Menschen an ihre berufliche Zukunft nach der Shell-Jugendstudie.....	32
Abbildung 8: Vergleich von persönlich wichtigen Berufseigenschaften und Einschätzungen zum Pflegeberuf.....	34
Abbildung 9: Internetnutzung verschiedener Altersgruppen, nach konkreter Tätigkeit (in Minuten) .....	35
Abbildung 10: Ablaufmodell der zusammenfassenden Inhaltsanalyse.....	39



## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Ausschnitt aus dem Ergebnis der Systematischen Literaturrecherche.....	5
Tabelle 2: Ausgewählte Studien- und empirische Untersuchungen .....	7
Tabelle 3: Generationen im Vergleich .....	29
Tabelle 4: Transkriptionsregeln bei der Aufbereitung der Interviews .....	37
Tabelle 5: Zuordnung der Fragekategorien aus dem Leitfaden zu den Hypothesen der Arbeit.....	38
Tabelle 6: Assoziationen und Erfahrungen der Interviewten zum Pflegeberuf .....	40

## Glossar

- Babyboomer** Die geburtenreichen Jahrgänge zwischen 1956 und 1964 werden als Babyboomer bezeichnet. Menschen dieser Generation befinden sich in ihrer Lebensmitte und sind durch die ständige Konkurrenz zueinander geprägt wurden. Kennzeichen sind eine materielle Ausrichtung und einem großes Sicherheitsbedürfnis. (Eberhardt 2018, S. 41–42)
- Blog** Mit Hilfe von Blogs werden Erfahrungen, Ereignisse und Sichtweisen auf authentische, lockere und lebendige Art und Weise im Internet dargestellt. Im Rahmen von Marketingstrategien werden Blogs genutzt, um einerseits das eigene Unternehmen zu präsentieren und andererseits bei neuen bzw. potentiellen Bewerbern das Interesse zu wecken.(Schröter-Ünlü 2014, S. 181–183)
- Cross-Media** Auch Marketing-Mix  
Der Begriff Cross-Media bezeichnet den Mix von traditionellen und unkonventionellen Marketingmaßnahmen innerhalb eines Werbekonzeptes. (Reuter 2014, S. 247)
- Digital Natives** Zu Deutsch: „Digitale Ureinwohner“  
Als Digital Natives werden Menschen bezeichnet, die mit dem Internet aufgewachsen sind und bereits seit Kindesalter digitale Informationen verarbeiten.(Agentur Junges Herz 2018c)
- Employer Branding** Unter (Employer) Branding ist die Markenbildung eines Unternehmens zu verstehen. Ziel ist es die Attraktivität und die Glaubwürdigkeit zu steigern. (Roedenbeck Schäfer 2014, VII)
- Facebook** Facebook wurde 2003 durch Mark Zuckerberg entwickelt und ist das weltweit größte soziale Netzwerk im Internet. Jeder Nutzer erstellt eine eigene Profilseite, auf welcher Texte, Fotos und Videos für Freunde veröffentlicht werden können. (Focus online 2019) Diese werden wiederum durch Freunde gelikt (Gefällt-mir-Markierung), weiterverbreitet (teilen) und kommentiert. Einige Unternehmen nutzen Facebook, um

sich vorzustellen und bei Kunden oder potentiellen Personal Interesse zu wecken. (Roedenbeck Schäfer 2014, VII)

- Gap Year** Das Gap Year wird im deutschen als Überbrückungsjahr (z. B. Freiwilliges soziales Jahr, Auslandsaufenthalt) bezeichnet. Schüler\*innen nutzen es nach der Schule, um zu sich selbst zu finden und Orientierung in ihren eigenen Zukunftsvorstellungen zu gewinnen. (Köcher et al. 2019, S. 7)
- Generation Y** Zu Generation Y (auch Millennials) gehören i.d.R. Personen, welche zwischen 1980 und 2000 geboren wurden. Generation Y ist durch Wandel und Veränderung geprägt und hat teilweise im Teenageralter die Jahrtausendwende und 9/11 erlebt. Die Millennials fordern als erste Generation nachdrücklich von Arbeitgebern die Vereinbarkeit von Lebensbereichen und finden die klassische hierarchische Struktur in Unternehmen nicht mehr attraktiv.(Eberhardt 2018, S. 25)
- Generation Z** Zu Generation Z (auch Generation „Internet“) gehören junge Menschen, die ab ca. 1995 geboren wurden. Diese Generation beendet zurzeit ihren Schulabschluss bzw. hat bereits ein erstes Studium oder eine Ausbildung absolviert. Demnach steht Generation Z „ an der Schwelle zum Berufseintritt“ und ist vorrangige Zielgruppe für die hochschulische Pflegeausbildung. (Roedenbeck Schäfer 2014; Eberhardt 2018, S. 25)
- Influencer Marketing** Das sogenannte Influencer Marketing wird oftmals mit YouTube in Verbindung gebracht, kann jedoch auch über andere Social-Media-Kanäle (Instagram, Snapchat, etc.) erfolgen. Influencer besitzen über ihre Accounts eine enorme Reichweite und beeinflussen mit ihren authentischen und kreativen Videos bzw. Beiträgen die Meinungsbildung vieler junger Menschen. (Agentur Junges Herz 2018d) So können sie beispielsweise das Interesse an einem Produkt oder Dienstleistung gezielt steigern.
- Instagram** Instagram ist eine Online-Anwendung zum Erstellen, Bearbeiten und Verbreiten von Fotos und Videos. Die App ermöglicht zudem die

Verknüpfung zu anderen Sozialen Netzwerken wie beispielsweise Facebook. (Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz und Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen 2019)

<b>Marketing</b>	Marketing umfasst den gezielten Einsatz von Informations- und Kommunikationstechniken, um potentielle Kunden bzw. Bewerber für ein Produkt bzw. Dienstleistung, ein Unternehmen oder ein Bildungsangebot zu gewinnen. Grundsätzlich wird in traditionelle und unkonventionelle Werbemaßnahmen unterschieden. (Schmidt 2012, S. 25; Roedenbeck Schäfer 2014, S. 4)
<b>Millennials</b>	Siehe Generation Y
<b>Mobile Recruiting</b>	Siehe Recruiting 2.0
<b>NEPS-Studie – Startkohorte 4</b>	NEPS = Nationales Bildungspanel Bei der NEPS handelt es sich, um eine groß angelegte, bundesweite Multi-Kohorten-Wiederholungsbefragung mit mehr als 60.000 Personen in unterschiedlichen Lebensphasen. U. a. werden Studienverläufe, Persönlichkeitseigenschaften und den sozioökonomischen Hintergrund erhoben. Die Startkohorte 4 umfasst junge Erwachsene, die 2014 und 2015 die Hochschulreife erworben haben. (Berkes und Peter 2019, S. 717)
<b>Recruiting 2.0</b>	Recruiting 2.0 bezeichnet den zunehmenden Einsatz neuer Techniken, Medien und Dienstleistungen wie Blogs und soziale Netzwerke, um potentielle Bewerber über ein Unternehmen und freie Stellen zu informieren sowie die Bewerbung über mobile Endgeräte (Smartphone, Tablet) zu ermöglichen (Agentur Junges Herz 2018b, S. 7) (Weitzel et al. 2019c)
<b>Snapchat</b>	Snapchat ist eine kostenlose Messenger-Anwendung für mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablets. Der Begriff Snapchat kommt aus dem Englischen und setzt sich aus „Snapshot“ (=Schnappschuss) und „Chat“ (=Reden) zusammen. Mit Hilfe der App können Bilder und Videos bearbeitet und von Freunden oder allen Anwendern betrachtet

werden. Das Besondere: Jedes versendete Bild oder Video ist nur für eine begrenzte Zeit sichtbar. (Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz und Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen 2019) So eignet sich Snapchat, um Imagekampagnen zu starten und Aufmerksamkeit zu erregen.

<b>Social Media</b>	Social Media umfasst jegliche Social Software, die dazu dient sich auszutauschen und/oder mediale Inhalte zu erstellen bzw. zu verbreiten. Typische Social-Media-Kanäle sind Blogs, Facebook, Instagram, YouTube etc..(Lammenett 2018)
<b>Social Media Analyse</b>	Bei dieser Social-Media-Analyse erfolgt eine gezielte Suche nach Kernthemen und Informationskanälen, die die Zielgruppe ansprechen. Ziel ist es, Erwartungen, Interessen und Wünsche der Zielgruppe zu identifizieren und geeignete Werbemaßnahmen abzuleiten. (Grothe 2014, S. 130–131)
<b>Spotify</b>	Spotify ist ein weltweit agierender Musikstreamingdienst. Neben Musik können auch Hörbücher, Podcasts und Videos gehört bzw. angeschaut werden.(Spotify AB 2019)
<b>Tracken von Social-Media-Kanälen und anderen Marketingmaßnahmen</b>	Das Tracken von Marketingmaßnahmen beinhaltet die Ermittlung von Nutzungsraten einzelner Informations- und Kommunikationskanälen. Ziel ist es effiziente Maßnahmen von weniger erfolgreichen zu unterscheiden. Beispielsweise wird die Anzahl der Zugriffe auf Beiträge (sogenannte Klicks) erfasst, um die Verbreitungsreichweite und damit den Erfolg der Werbemaßnahme abzuleiten. (Agentur Junges Herz 2018b, 17, 66)
<b>Traditionelles Marketing</b>	Als traditionelles Marketing wird die Nutzung von Werbemaßnahmen mit möglichst großer Streuung bezeichnet (z. B. Zeitungsartikel, Flyer, Plakate). (Roedenbeck Schäfer 2014, VII)



<b>Unkonventionelles Marketing</b>	Unter unkonventionelles Marketing werden Werbemaßnahmen, die direkt auf eine spezifische Zielgruppe ausgerichtet sind, verstanden. (z. B. Social Media Nutzung). (Roedenbeck Schäfer 2014, VII)
<b>WhatsApp</b>	Der Messengerdienst WhatsApp gehört zu den größten Kommunikationsnetzwerke im Internetzeitalter. Nutzer können u.a. Textnachrichten, Fotos, Videos- und Audioaufnahmen (=Sprachnachrichten) aber auch Standortinformationen oder Dokumente austauschen (Shell Deutschland Holding 2019, S. 32)
<b>Work-Live-Balance</b>	Die Work-Live-Balance bezeichnet die Ausgeglichenheit (= Balance) zwischen Arbeit (= Work) und Freizeit (= Life). Die Entstehung dieser ist individuell und wird durch die Lebenssituation und Persönlichkeitseigenschaften des Einzelnen beeinflusst. (Roedenbeck Schäfer 2014, IX)
<b>YouTube</b>	YouTube ist eine Internetplattform, um Videos und Musik anzusehen bzw. auszutauschen. Zudem können diese kommentiert und bewertet werden. (Roedenbeck Schäfer 2014; Shell Deutschland Holding 2019, S. 32)

## **„Pflege ist Arbeit mit Menschen.“<sup>1</sup>**

*„Es ist nicht die stärkste Spezies, die überlebt, auch nicht die intelligenteste, es ist diejenige, die sich am ehesten den Wandel anpasst.“ (Charles Darwin 1809 -1882)*

*"Pflege ist Arbeit mit Menschen. Und die Arbeit mit Menschen steht in unserer schnelllebigen, hochtechnologisierten Zeit in besonderem Maße für das, was wirklich wichtig ist: für Nächstenliebe, Sehnsucht nach Beständigkeit und Aufmerksamkeit für den Moment." (Roedenbeck Schäfer 2014, S. 1)*

Fachkräftemangel, demografische Entwicklung, Generationskonflikt – Deutschland befindet sich im Wandel. Vor allem die Bevölkerungsstruktur wird sich in den nächsten Jahrzehnten stark verändern. Denn dank des medizinischen Fortschrittes und den hohen Lebensstandards werden die Menschen immer älter. So ist die durchschnittliche Lebenserwartung in Deutschland in den vergangenen letzten 30 Jahren, um 7 Jahre gestiegen. (BMG 2018) Doch mit der zunehmenden Lebenserwartung steigt auch die Wahrscheinlichkeit einer Pflegebedürftigkeit. Derzeit leben rund 3,3 Millionen pflegebedürftige Menschen in Deutschland. Es wird davon ausgegangen, dass die Zahl der Pflegebedürftigen bis 2050 auf 5,1 Millionen Menschen ansteigen wird. (Schwinger et al. 2019) Um auch zukünftig die Pflege dieser Menschen zu gewährleisten, wächst der Bedarf an professionellen Pflegekräften. (BMG 2018) Demgegenüber stehen allerdings immer weniger Schulabgänger\*innen, die sich für diesen Berufszweig interessieren. (BMBF 2019, S. 108–109) Junge Menschen verbinden vorwiegend negative Einstellungen und Assoziationen mit dem Pflegeberuf. (Bomball et al. 2010; Matthes 2016; Eggert et al. 2019) Um die Attraktivität und das Image der Pflege zu verbessern und dem drohenden Fachkräftemangel entgegen zu wirken, verabschiedete die Bundesregierung 2017 das Pflegeberufreformgesetz. (PflBRefG 2017(DBfK Bundesverband e.V. 2019) Ab 2020 werden die bisherigen pflegerischen Ausbildungsberufe (Altenpflege, Gesundheits- und Kinderkrankenpflege, Gesundheits- und Krankenpflege) zusammengefasst und durch eine einheitliche und europaweit anerkannte Ausbildung von Pflegefachmännern und -frauen abgelöst. Zudem besteht künftig auch die Möglichkeit, Pflege primärqualifizierend zu studieren. Schüler\*innen mit Hochschulreife erhalten durch die hochschulische Pflegeausbildung nicht nur die Berufsbezeichnung, sondern auch einen Bachelorabschluss. (DBfK Bundesverband e.V. 2019, S. 3–5) Um bei Gymnasiasten\*innen das Interesse an der Pflege verstärkt zu wecken, ist die gezielte Nachwuchssicherung und das Entwickeln von spezifischen

---

<sup>1</sup> Roedenbeck Schäfer 2014, S. 1.

Marketingstrategien erforderlich. (Bomball et al. 2010, S. 10; BMBF 2019, S. 18) Klassische Informationsquellen wie Zeitungsanzeigen und Flyer z. B. bei Jobcenter verlieren jedoch zunehmend an Bedeutung. Moderne Medien wie Social-Media und die Internetrecherche hingegen werden von Jugendlichen immer häufiger verwendet, um sich zu Studiengängen und Berufsgruppen zu informieren. (Köcher et al. 2019, S. 83) Erfolgreiche Werbekampagnen in der Pflege müssen diesen Umstand berücksichtigen, um in Zeiten des Fachkräftemangels Nachwuchskräfte zu gewinnen. Dies führt dazu, dass Kliniken, Pflegeeinrichtungen und Hochschulen künftig ihre Werbestrategien überdenken und an die neue Generation anpassen müssen. (Hornung 2012, S. 310; Roedenbeck Schäfer 2014, S. 30–37) Die vorliegende Bachelorarbeit „#PflegeIstMehr“ thematisiert die Entwicklung von gezielten Werbemaßnahmen für die hochschulische Pflegeausbildung, um Abiturienten\*innen als potentielle Bewerber\*innen zu erreichen und für die Studienmöglichkeit zu begeistern. Ziel ist es, spezifische Empfehlung für die Erarbeitung eines Marketingkonzeptes auszusprechen. Hierfür wurde einerseits eine systematische Literaturrecherche in verschiedenen Datenbanken und andererseits leitfadengestützte Interviews mit Schüler\*innen der 12. Klasse durchgeführt. Zunächst wird im Folgenden die Zentrale Fragestellung und die Methodik der Bachelorarbeit erläutert. Im Anschluss wird der theoretische Hintergrund betrachtet. Hierzu wird im Überblick u. a. das aktuelle Ausbildungssystem, Ursachen und Auswirkungen des Fachkräftemangels in der Pflegebranche sowie der Inhalt des Pflegeberufereformgesetz und der Aufbau der hochschulischen Pflegeausbildung dargestellt. Danach steht die theoretische Entwicklung von Marketingkonzepten und ausgewählte moderne Werbemaßnahmen im Mittelpunkt der Bachelorarbeit. Im letzten Abschnitt wird vertieft die Zielgruppe der hochschulischen Ausbildung betrachtet. Dargelegt wird zunächst der Forschungsstand zu Merkmalen und Eigenschaften junger Menschen und im Anschluss durch die Ergebnisse der empirischen Untersuchung ergänzt. Am Ende der Bachelorarbeit stehen Empfehlungen zur Entwicklung gezielter Marketingkonzepte für primärqualifizierende Pflegestudiengänge.

# 1 Zentrale Fragestellungen und Hypothesen

## 1.1 Das Image der Pflege und die Motivation für einen Pflegeberuf

Vorrangiges Ziel der vorliegenden Arbeit ist die Formulierung konkreter Marketingempfehlungen für Studiengänge im Bereich der hochschulischen Ausbildung nach dem neuen Pflegeberufereformgesetz (PflBRefG). Hierfür ist die Definition der spezifischen Zielgruppe – heutige und künftige Abiturienten\*innen – und deren Eigenschaften, Merkmale, Wünsche und Vorstellungen notwendig. Insbesondere soll das Imageproblem der Pflege und die Motivation für einen Pflegeberuf thematisiert und diskutiert werden. Dargestellt werden zu diesem Zweck u.a. persönliche Sichtweisen und Meinungen von jungen Menschen zum Pflegeberuf dargestellt, um die sinkende Attraktivität des Berufszweiges zu belegen. Des Weiteren sollen geeignete, durch junge Menschen häufig genutzte Kommunikationskanäle identifiziert werden. Darüber hinaus wird die Notwendigkeit der Professionalisierung und Akademisierung der Pflege verdeutlicht. Im Rahmen des Theoretischen Hintergrundes (ab Abschnitt 3 „Der Pflegeberuf in Deutschland – Status quo, S. 8) werden diesbezüglich einerseits das Wesen des Pflegeberufes sowie deutsche und internationale Ausbildungsmöglichkeiten und andererseits Fakten, Ursachen sowie zielgruppenspezifisches Marketing als Lösungsansatz zum bestehenden Fachkräftemangel vorgestellt.

## 1.2 Wie Schüler\*innen erreicht und begeistert werden können

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) betont seit Jahren die Notwendigkeit eines zielgruppenspezifischen Marketings in der Pflegebranche. (BMBF 2017, 2019) Diese Arbeit greift diese Forderung auf und zeigt mögliche Marketingmaßnahmen für primärqualifizierende Pflegestudiengänge auf. Im Mittelpunkt steht die Fragestellung, wie Schüler\*innen mit Hochschulzugangsberechtigung erreicht und für eine pflegerische hochschulische Ausbildung begeistert werden können. Auf dieser Grundlage wurden drei Hypothesen entwickelt:

### 1. Das negative Bild des Pflegeberufes

*Abiturient\*innen erkennen zwar den gesellschaftlichen Nutzen des Pflegeberufes, interessieren sich allerdings nicht für eine pflegerische Tätigkeit und formulieren ein eher negatives Berufsbild.*

Es wird davon ausgegangen, dass Gymnasiasten – aufgrund ihres hohen Bildungsgrades – den gesellschaftlichen Nutzen und die Notwendigkeit von Pflegefachpersonen erkennen, um die Pflege von hilfebedürftigen Menschen zu gewährleisten. Dennoch kommt für sie selbst eine pflegerische Tätigkeit nicht in Frage, weil der Pflegeberuf eher mit negativen Merkmalen und

Gedanken verbunden wird. Insgesamt ist der Pflegeberuf für junge Menschen eher unattraktiv und wird häufiger abgelehnt als andere Berufszweige.

## **2. Keine Kenntnisse zum Pflegeberuf**

*Abiturient\*innen verfügen über keine oder ungenaue Kenntnisse zum Pflegeberuf und derzeitige Entwicklungen.*

Gymnasiasten besitzen ein unzureichendes bzw. undifferenziertes Wissen zum Wesen und dem Tätigkeitsfeld des Pflegeberufes sowie zu derzeitigen politischen wie auch gesellschaftlichen Entwicklungen. Ihnen ist weder die generalistische schulische, noch die Möglichkeit der hochschulischen Pflegeausbildung ab 2020 gemäß dem PflBRefG bekannt. Pflegerische Tätigkeiten und Studiengänge sind außerdem kein Inhalt der schulischen Berufs- und Studienorientierung.

## **3. Das Internet als Hauptinformationsquelle**

*Abiturient\*innen nutzen vor allem das Internet und Social-Media-Plattformen wie YouTube und Instagram um sich zu informieren.*

Gymnasiasten recherchieren zu möglichen Berufs- oder Studienwünschen vorwiegend im Internet. Social-Media-Kanäle verwenden sie u.a., um einen ersten Einblick in die jeweilige Branche/Berufszweig zu erhalten. Sie sehen zudem keinen Nutzen mehr in analogen Informations- und Kommunikationskanäle wie Zeitungen, Messen und Flyer.

## **2 Methodisches Vorgehen**

Für die Erarbeitung des theoretischen Hintergrundes und dem Stand der Forschung zu den aufgestellten Hypothesen wurde ein Methodenmix aus theoretischer und empirischer Forschung gewählt. Im Vorfeld der Bachelorthesis erfolgte eine systematische Literaturrecherche in diesen Datenbanken:

- Bibliothekskatalog der Hochschule Neubrandenburg
- GVK – Gemeinsamer Verbundkatalog
- LIVIVO – das Suchportal für Lebenswissenschaften
- SpringerLink Volltextdatenbank
- Google Scholar

Die Literaturrecherche wurde parallel zur Ausarbeitung der Bachelorarbeit weitergeführt. Für das Wider- bzw. Belegen der Hypothesen außer den Ergebnissen aus der Literaturrecherche auch qualitative Interviews genutzt. Diese wurden mit sechs angehenden

Hochschulzugangsberechtigten durchgeführt. Die Methodik der empirischen Untersuchung wird im Abschnitt 7 „Methodik der empirischen Untersuchung“ ab Seite 36 dargestellt. Die Literaturrecherche erfolgte systematisch durch die Verknüpfung von insgesamt 57 Begriffen mittels Trunkierungen (\*) und Boolesche Operatoren (AND). Tabelle 1 zeigt einen Ausschnitt aus dem Ergebnis der Literaturrecherche.

<b>Stichwortkombination</b>	<b>HS NB</b>	<b>LIVIVIO</b> (links nur Titelsuche)	<b>GS</b> (2019)	<b>GVK</b>	<b>SpL</b> (2019)	
Auszubildend* AND werben AND Pflegeberuf*	7	1	4	72	0	108
Fachkräftemangel AND Pflegeberuf*	1	3	47	199	9	633
Generation* AND Internetnutzung AND Jugend	1	0	11	114	4	684
Hochschulmarketing AND Pflege	0	1	9	26	2	6268
Jugendliche AND werben AND Pflege	0	3	72	576	2	285
Marketing AND Studenten AND Gewinnung	1	0	60	138	3	87
Primärqualifizier* AND studieren	3	3	12	35	0	916
Primärqualifizier* AND studieren AND Pflege	3	2	5	31	0	916
Schülerbefragung* AND Pflege	0	0	6	24	3	7
Studiengang* AND Marketing AND Pflege	0	1	12	728	3	120

*Tabelle 1: Ausschnitt aus dem Ergebnis der Systematischen Literaturrecherche (HS NB = Hochschulbibliothek Neubrandenburg; GS = Google Scholar; GVK = Gemeinsamer Verbundkatalog; SpL = SpringerLink)*

Um die Trefferzahl bei Google Scholar und SpringerLink zu verkleinern, wurden Zitate und Patente ausgeschlossen und die Literaturtreffer auf das Erscheinungsjahr ab 2019 eingegrenzt. Auch erfolgte bei LIVIVO eine gesonderte Stichwortsuche nach Titeln. Im Abschnitt 1 des Anhangs (S. XIII) befindet sich die vollständige Auflistung aller Suchbegriffe und der Stichwortkatalog in einer Gesamtübersicht. Im Verlauf der Erörterungen des theoretischen Hintergrundes werden auf die Studien und empirischen Untersuchungen aus Tabelle 2 zurückgegriffen.

Titel und Kurzquelle	Ziel der Studie	Methodik a) Untersuchungsgegenstand; b) Methodik; c) Stichprobe
<p><b>„Imagekampagne für Pflegeberufe auf der Grundlage empirisch gesicherter Daten“</b> (Bomball et al. 2010)</p>	<p>Ableitung von Empfehlungen für eine Imagekampagne der Pflegeberufe, um Schulabgänger zu akquirieren.</p>	<p><b>a)</b> Image der Pflegeberufe bei Schülern und Eltern; Berufswahlhilfen und Einflussfaktoren auf die Berufswahl <b>b)</b> Qualitative/ Quantitative schriftliche und mündliche Befragung <b>c)</b> 21 Lehrer, 472 Schüler (8. und 10. Klasse), 82 Elternpaare, 6 Berufsberater, 267 Auszubildende der Pflegeberufe</p>
<p><b>„Recruiting Trends 2017 – Was HR-Verantwortliche wissen müssen“</b> (Staufenbiel Institut GmbH und Kienbaum Consultants International GmbH 2017)</p>	<p>Beurteilung der Lage des HR-Marktes und Entwicklungen der Personalabteilungen</p>	<p><b>a)</b> Bewerbungsprozesse, Recruitingkanäle, Fachkräftemangel, Employer Branding <b>b)</b> Onlinebefragung <b>c)</b> 297 Unternehmen</p>
<p><b>„Kinder der Einheit – Same same but (still) different! Die McDonald’s Ausbildungsstudie 2019“</b> (Köcher et al. 2019)</p>	<p>Repräsentative Erhebung von gesellschaftlichen und beruflichen Erwartungen und persönlicher Sichtweisen junger Menschen etc.</p>	<p><b>a)</b> Berufliche Ausbildung, schulische Bildung, Motivationen junger Menschen, Zukunftsperspektiven, Globalisierung, Migration, Wissensvermehrung, Digitalisierung, demografischer Wandel <b>b)</b> Mündlich-persönliche Interviews anhand standardisierter Fragebögen <b>c)</b> 1.592 Personen im Alter von 15 bis 24 Jahre</p>
<p><b>„Attraktivitätssteigerung durch Reform der Pflegeberufe? – Hinweise aus einer Schülerbefragung“</b> (Matthes 2016)</p>	<p>Erweiterung der empirischen Grundlage für die Diskussion der Attraktivitätssteigerung durch die Pflegeberufereform</p>	<p><b>a)</b> Berufliches Selbstkonzept, Berufswahrnehmung, Image der Pflegeberufe <b>b)</b> Befragung mittels standardisierten Fragebögen <b>c)</b> Ca. 2.000 Schüler (9. und 10. Klasse)</p>
<p><b>„Schülerbefragung Pflege: Eigene Erfahrungen und Interesse an Pflegeberufen“</b> (Eggert et al. 2019)</p>	<p>Erhebung von Einstellungen und Erfahrungen mit Pflege</p>	<p><b>a)</b> Berufseigenschaften, Image der Pflegeberufe, spätere Berufstätigkeit in der Pflege, Berufsinteressen <b>b)</b> Qualitative Online-Bevölkerungsbefragung <b>c)</b> 1.532 Schüler im Alter von 14 bis 18 Jahre</p>

<p><b>„ARD/ZDF-Onlinestudie 2018 – Zuwachs bei medialer Internetnutzung und Kommunikation“</b> (Frees und Koch 2018)</p>	<p>Erhebung von repräsentativen Daten zu Medientrends</p>	<p><b>a)</b> Mediennutzung, mediale Internetnutzung, Mediengattungen <b>b)</b> Festnetz- und Mobilfunkstichproben, Interviews <b>c)</b> 2009 deutschsprachige Personen ab 14 Jahre</p>
<p><b>„Ausbildung 2018 – Ergebnisse einer DIHK Online-Unternehmensbefragung“</b> (Friedrich und Müller 2018)</p>	<p>Erhebung von Ausbildungserfahrungen aus Unternehmenssicht</p>	<p><b>a)</b> Ausbildungssituation, Fachkräftemangel, Digitalisierung <b>b)</b> Onlinebefragung <b>c)</b> 10.335 Unternehmen</p>
<p><b>„18. Shell Jugendstudie: Jugend 2019 – eine Generation meldet sich zu Wort“</b> (Shell Deutschland Holding 2019) Leven et al. 2019; Schneekloth 2019)</p>	<p>Repräsentative Erhebung zur Lebenssituation und Einstellungen von Jugendlichen</p>	<p><b>a)</b> Berufliche Ausbildung, schulische Bildung, Motivationen junger Menschen, Zukunftsperspektiven, Globalisierung, Migration, Wissensvermehrung, Digitalisierung, demografischer Wandel <b>b)</b> Leitfadengestützte Gespräche, mündlich-persönliche Interviews anhand standardisierter Fragebögen <b>c)</b> 2.572 Personen im Alter von 12 bis 25 Jahre + 20 Jugendliche für die leitfadengestützten Interviews</p>

Tabelle 2: Ausgewählte Studien- und empirische Untersuchungen

### 3 Der Pflegeberuf in Deutschland – Status quo

#### 3.1 Struktur und Wesensmerkmale des Pflegeberufes

##### 3.1.1 Das Wesen des Pflegeberufes

###### *Der Pflegeberuf – eine Definition der Pflegearbeit*

Der Begriff „Pflege“ wird durch zahlreiche Institutionen auf vielfältige Art und Weise verwendet und reicht von der bloßen Beschreibung von Tätigkeiten bis zu konkreten humanitären Verpflichtungen. (Bogai 2017, S. 19) Grundsätzlich grenzen derartige Definitionen eines Berufsfeldes, ausgeübte bzw. beanspruchte Aufgaben von anderen Berufsgruppen ab. (Benedix und Kathmann 2019, S. 18) Laut dem International Council of Nurses (ICN) umfasst professionelle Pflege „die eigenverantwortliche Versorgung und Betreuung, allein oder in Kooperation mit anderen Berufsangehörigen, von Menschen aller Altersgruppen, von Familien oder Lebensgemeinschaften sowie

Gruppen und sozialen Gemeinschaften, ob krank oder gesund, in allen Lebenssituationen“<sup>2</sup> (ICN 2002). Dabei steht der Mensch, mit seiner individuellen Krankheitssituation, all seinen Ressourcen und seinem ganz persönlichen sozialen Umfeld, im Mittelpunkt jeder Pflegearbeit. Diese beinhaltet nicht nur die schlichte Übernahme von Tätigkeiten, welche der Betroffene nicht mehr selbstständig ausführen kann, sondern zielt insbesondere auf die Erhaltung bzw. Wiederherstellung der Autonomie ab. (Benedix und Kathmann 2019, S. 16–17) Pflege besteht vor allem „darin, ihre eigene Notwendigkeit [...] aufzuheben.“ (Benedix und Kathmann 2019, S. 16).

### ***Anforderungen und Aufgaben im Pflegeberuf***

Gemäß dem ICN-Ethikkodex sind die Förderung bzw. Wiederherstellung der Gesundheit, die Verhütung von Krankheiten und die Linderung von Leiden grundlegende, pflegerische Aufgaben. (DBfK Bundesverband e.V. et al. 2010) Die Erfüllung dieser erfordert u. a. sehr gute Kommunikationsfähigkeiten, Empathie und die professionelle Zusammenarbeit mit anderen Gesundheitsfachberufen, um „Menschen [...] bei ihren Lebensaktivitäten auf Basis eines [...] Beziehungs- und Problem-Lösungsprozesses in Situationen gesundheitlicher Instabilität“ zu unterstützen. (Darmann-Finck 2018b, S. 11). Die Pflege von kranken und hilfsbedürftigen Menschen stellt demzufolge besondere Anforderungen an Pflegefachkräfte und beansprucht eine ständige Neubewertung der Pflegesituation, eine hohe Beobachtungsgabe sowie ein umfangreiches, evidenzbasiertes Pflegewissen. Voraussetzung hierfür ist ein klar strukturiertes Qualifizierungssystem. (Bogai 2017; Benedix und Kathmann 2019, S. 17; Ewers und Lehmann 2019)

### **3.1.2 Möglichkeiten der Ausbildung**

Die Rahmengesetzgebung für die Ausbildung im Pflegebereich obliegt dem BMBF. Auf dieser Grundlage organisieren und gestalten die Bundesländer die pflegerische Ausbildung auf Landesebene. Dies führt derzeit dazu, dass sich die Ausbildungen in den Ländern unterscheiden. (Landenberger et al. 2005, S. 32) Grundsätzlich erfolgt in Deutschland eine traditionelle Trennung des Pflegeberufes in verschiedene Bereiche. Abbildung 1 zeigt die aktuellen Ausbildungstypen und Berufsabschlüsse der deutschen Pflegebranche bis 2020.

---

<sup>2</sup> Offizielle und von Berufsverbänden Deutschlands, Österreichs und der Schweiz konzertierte Übersetzung

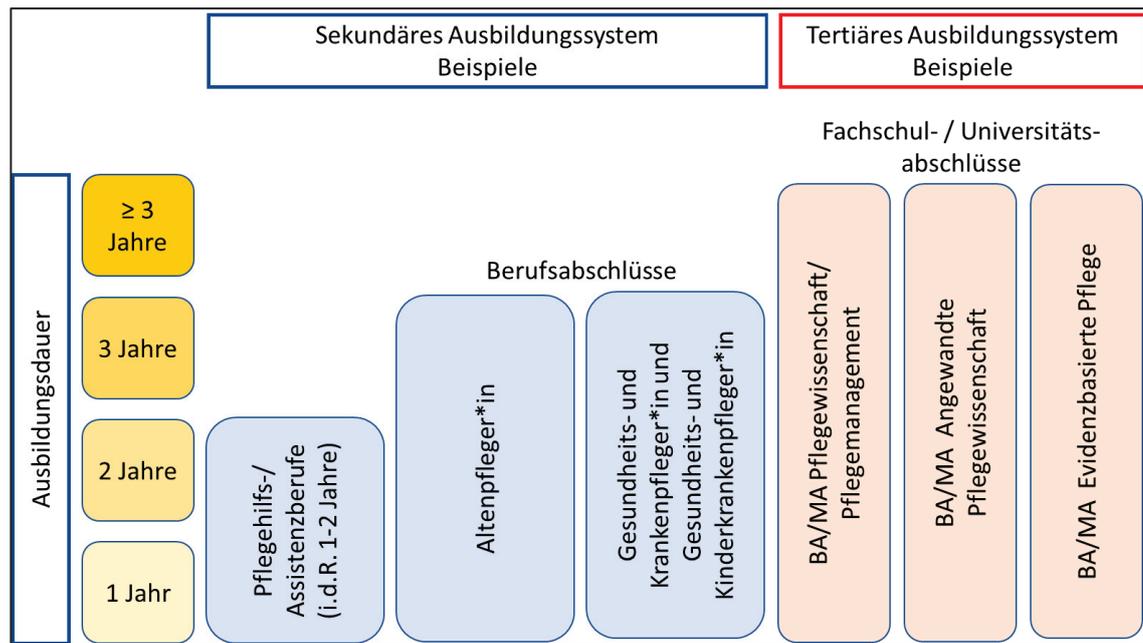


Abbildung 1: Derzeitige Ausbildungsmöglichkeiten in Deutschland (KrPflG 2003; AltPflG 2003; BMG 2016; BMFSJ 2019; Stiftung zur Förderung der Hochschulrektorenkonferenz 2019)(Abbildung in Anlehnung: (Landenberger et al. 2005, S. 39)

In der Pflegebranche erfolgt eine Ausbildung von sogenannten Pflegehilfs- und Assistenzberufen in der Gesundheits- und Krankenpflege sowie in der Altenpflege. Zudem wird der Ausbildungsberuf Pflege bisher in die Altenpflege, Gesundheits- und Krankenpflege und Gesundheits- und Kinderkrankenpflege unterteilt. (Landenberger et al. 2005, S. 38–41) Seit ca. 1990 etablierte sich die Pflegeberuf in der Hochschullandschaft, es entstanden zunehmend Studiengänge im Bereich Pflege und Gesundheit. Laut Hochschulkompass gibt es aktuell 110 grundständige Vollzeit-Pflegestudiengänge mit Bachelorabschluss und 52 weiterführende Masterstudiengänge in Deutschland, welche inhaltlich vorwiegend wissenschaftliche, pädagogische und/oder wirtschaftliche Aspekte vermitteln. (Stiftung zur Förderung der Hochschulrektorenkonferenz 2019) Eine systematische hochschulische Ausbildung von Pflegeexperten, anhand konkreter, evidenzbasierter Pflegehandlungen, erfolgte bisher nur im geringen Maße. (Bogai 2017; Ewers und Lehmann 2019) An einigen Hochschulen wird im Rahmen von dualen Studiengängen „eine traditionelle Pflegeausbildung mit einem Studium“ kombiniert. (Ewers und Lehmann 2019, S. 169). Vereinzelt werden erste modellhafte, primärqualifizierende Studiengänge mit unmittelbarer Patientenorientierung angeboten. (Bogai 2017, S. 158) Dennoch sind nur knapp 0,1 Prozent im ambulanten und 0,2 Prozent im stationären Sektor graduierte Pflegefachkräfte. Zwei von drei dieser Hochschulabsolventen arbeiten zudem im Bereich der Verwaltung und nicht in der direkten Pflege. (Ewers und Lehmann 2019, S. 169)

### 3.1.3 Ausbildungsmöglichkeiten anderer Länder

#### *Nachholbedarf Deutschlands im internationalen Vergleich*

Im internationalen Vergleich ist die dreijährige berufliche Ausbildung in den verschiedenen Pflegefachberufen eher unüblich. In den meisten Ländern erfolgt ein Qualifikationsmix aus hochschulisch ausgebildeten Pflegefachkräften und geringer qualifizierten Personal. (Ewers und Lehmann 2019, S. 171) Ein primärqualifizierendes Bachelorstudium ist vielmals der „einzige Weg zur Berufszulassung und zur beruflichen Registrierung in der Pflege.“ (Ewers und Lehmann 2019, S. 171). Für die angestrebte Akademisierung der Pflegeberufe in Deutschland besteht im internationalen Vergleich großer Handlungsbedarf. (Friese 2018, S. 34) In anderen Ländern wie Großbritannien, Niederlande oder Schweden wird längst nicht mehr „die Notwendigkeit eines primärqualifizierenden Pflegestudiums [...] in Frage gestellt. [...] Neben graduierten Pflegenden (Bachelor) wird oftmals auch der Einsatz von Pflegeexperten mit erweiterten Kompetenzen (Master) gefordert und gefördert“ (Ewers und Lehmann 2019, S. 172).

#### *Aufgabenbereiche von graduierten Pflegefachkräften in anderen Ländern*

In europäischen Ländern sind berufszulassende Pflegestudiengänge bereits seit Anfang der 1970er-Jahre üblich. (Ewers und Lehmann 2019, S. 171) Die Niederlande beispielweise verfügt über ein integriertes Ausbildungssystem, welches sowohl berufsbildende als auch hochschulische Ausbildungsmöglichkeiten bietet. Allerdings werden diese nicht als einzelne Berufsgruppen betrachtet, sondern als ein aufeinander abgestimmtes, generalistisches fünfstufiges System, welches die Schüler\*innen an Fach(hoch)schulen durchlaufen und zu verschiedenen Abschlüssen sowie klar definierten Aufgabenbereiche führt. Am Ende steht ein berufsbefähigendes, abgeschlossenes Bachelorstudium, welches nicht nur zur allgemeinen Pflege qualifiziert, sondern auch für eine Tätigkeit im Casemanagement und zur Beurteilung hochkomplexer Pflegesituationen. (Landenberger et al. 2005, S. 119–124) In den vereinigten Staaten von Amerika dagegen gibt es neben zwei Ebenen der primären Grundausbildung am College oder einer Universität auch die Möglichkeit einer dreijährigen bzw. einjährigen praktischen Ausbildung im Krankenhaus. Solche ausgebildeten Personen handeln allerdings nur unter Aufsicht der professionell Pflegenden. (Taylor und Bairan 2001, S. 55) Als „Professional Nurse“ werden nur die Pflegekräfte bezeichnet, welche mindestens einen Bachelorabschluss in der Pflege vorweisen können. Sie verfügen einerseits über ein umfangreiches Expertenwissen, begonnen bei Gesundheitsrisiken und die Behandlungen/Vermeidung von Krankheiten, über ethische Aspekte sowie rechtliche Grundlagen, bis hin zu Kenntnissen zur globalen Gesundheitsvorsorge und neusten Gesundheitstechnologien und

andererseits über Kernkompetenzen in Kommunikation, Umgang mit Assessmentinstrumenten und kritisches Denken. (Taylor und Bairan 2001, S. 55–60)

## **3.2 Die Problematik des anhaltenden Fachkräftemangels**

### **3.2.1 Der Fachkräftemangel anhand aktueller Daten und Fakten**

#### *Allgemeiner Fachkräftemangel in Deutschland*

Seit der globalen Finanz- und Schuldenkrise im Jahr 2009 entwickelt sich der deutsche Arbeitsmarkt im Allgemeinen sehr positiv. „[...] 2018 erreichte die Gesamtzahl der [deutschen] Erwerbstätigen [...] knapp über 45Mio. und [...] die Arbeitslosenquote [fiel] in Westdeutschland mit 4,5% auf den niedrigsten Stand seit 1981.“ (Bonin 2019, S. 62). Gleichzeitig steigt aufgrund des demografischen Wandels, einer zunehmenden Internationalisierung und weiteren Ursachen stetig der Bedarf an Personal in allen Branchen stetig. (Weitzel et al. 2019b, S. 4) Vor allem im Bereich der Fachkräfte zeichnen sich vermehrt Defizite ab. 2016 gab mehr als jedes zweite deutsche Unternehmen an, einen Fachkräftemangel zu verspüren. (Staufenbiel Institut GmbH und Kienbaum Consultants International GmbH 2017, S. 2–6) Auch das BMBF vermeldet „in Bezug auf bestimmte [...] Branchen deutliche Fachkräftengpässe. Hierzu zählen einzelne technische Berufsfelder, Bauberufe und Gesundheits- und Pflegeberufe.“ (BMBF 2019, S. 27).

#### *Fachkräftemangel in der Pflege*

Auch die Pflegebranche kämpft mit einem akuten Mangel an professionellen Personal. Nahezu alle Pflegeeinrichtungen, Kliniken und ambulante Pflegedienste berichten laut Buchinger von großen Schwierigkeiten, offene Stellen mit qualifizierten Pflegekräften zu besetzen. (Buchinger 2017, S. 18) Diese Entwicklung wird im Hinblick auf den demografischen Wandel und anderen Ursachen (siehe Abschnitt 3.2.2 „Weitere Einflussfaktoren auf den Fachkräftemangel“ ab Seite 12) weiter zu nehmen. (Buchinger 2017; BMBF 2019; Bonin 2019) 2017 waren allein in der Altenpflege durchschnittlich 14.230 Stellen offen. (Flake et al. 2018, S. 23) Im Klinikbereich griffen, laut dem Krankenhaus-Barometer, im selben Jahr mehr als die Hälfte aller Kliniken auf teure Leasingkräfte zurück, um den Fachkräftemangel zu kompensieren. (Blum et al. 2018, S. 70–71) Auch die Pflege durch Angehörige wird in den kommenden Jahren zurück gehen. Wurden im Jahr 2011 noch 45 Prozent der Pflegebedürftigen allein durch Angehörige versorgt, wird dieser Wert voraussichtlich im Jahr 2030 auf 35 Prozent und bis 2050 auf 30 Prozent absinken. (Sachverständigenkommission 2016, S. 200) Verschiedene Studien und Experten untersuchten diese Trends unter verschiedenen Annahmen mit dem Ergebnis, dass der Bedarf an Pflegefachkräften in Zukunft steigen und den Fachkräftemangel weiter verschärfen wird. (BMG 2018; Schwinger

et al. 2019) Laut der Trendberechnung des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) wird der Bedarf an Fachkräften bis 2035 um ca. 40 Prozent ansteigen, wenn „der heutige Personalschlüssel konstant bleibt.“ (Flake et al. 2018, S. 34) Andere Berechnungen ermitteln Werte zwischen 70 und 80 Prozent. (Schwinger et al. 2019, 12ff) Bereits jetzt sind 62 Prozent der Menschen, die in der Gesundheitsversorgung tätig sind, älter als 40 Jahre. In den Pflegeheimen sind sogar 42 Prozent der Beschäftigten älter als 50 Jahre. (Statistisches Bundesamt (Destatis) 2019b, 146ff) Wie stark sich der Fachkräftemangel letztendlich entwickelt, ist schwer vorauszusagen und vom Verlauf zahlreicher Faktoren abhängig. Der Bertelsmann-Stiftung zur Folge werden im Jahr 2030 zwischen 263.000 und 434.000 Pflegekräfte fehlen. (Rothgang et al. 2012, S. 54) Um die heute übliche qualitative Pflegeversorgung zu gewährleisten, müssen nach Schwinger, Buchinger etc., zwingend Maßnahmen ergriffen werden. Es besteht akuter Handlungsbedarf, sowohl in der Personalgewinnung als auch bei der grundlegenden Neuordnung der Versorgungsstrukturen. (Schwinger et al. 2019; Buchinger 2017; Roedenbeck Schäfer 2014; Sachverständigenkommission 2016)

### **3.2.2 Weitere Einflussfaktoren auf den Fachkräftemangel**

#### ***Der Demografische Wandel***

Unter dem demografischen Wandel wird „die Änderung der Bevölkerungszusammensetzung und -größe durch die natürliche Bevölkerungsentwicklung sowie durch Bevölkerungswanderungen“ verstanden. (Bogai 2017, S. 83). Diese Veränderungen beobachten verschiedene Untersuchungen seit Jahrzehnten. Sie ergaben sinkende Geburtenzahlen sowie steigende Lebenserwartungen. Dies führt langfristig zu einer permanenten Veränderung der Altersstruktur und begründet u. a. den Fachkräftemangel. (Bogai 2017, S. 83) Laut dem statistischen Bundesamt leben derzeit ca. 82,8 Millionen Menschen in Deutschland. (Statistisches Bundesamt (Destatis) 2018, S. 21–22) Trotz des aktuell bestehenden Wachstums wird die Bevölkerungszahl in den nächsten Jahren wieder sinken. Gründe hierfür sind vor allem eine geringe Geburtenrate und die wachsende Zahl der Sterbefälle<sup>3</sup>. (Statistisches Bundesamt (Destatis) 2019a) Seit dem Ende des ersten Weltkrieges sank das bis dato hohe Geburtenniveau von 4 Kinder auf 1,4 Kinder pro Frau in Deutschland ab. Dieser Trend ist beständig. Es fehlen junge Mütter, um den zahlenmäßigen Bestand der deutschen Bevölkerung aufrecht zu erhalten. (Bogai 2017, S. 84–85) Gleichzeitig steigt die Lebenserwartung in den letzten 30 Jahren um ca. 7 Jahre – Immer mehr Menschen werden über 80 Jahre.

---

<sup>3</sup> Die Babyboomer-Generation wird zunehmend das Alter mit erhöhter Sterbewahrscheinlichkeit erreichen. (Statistisches Bundesamt (Destatis) 2019a.)

Zurückzuführen ist dies hauptsächlich auf den medizinischen Fortschritt und die erhöhten Lebensstandards (Bogai 2017; BMG 2018) Mit der Zahl der Hochbetagten in Deutschland erhöht sich allerdings auch der Anteil der Pflegebedürftigen. Laut den Berechnungen der Autoren des Pflege-Reports 2019 anhand der Daten des Statistischen Bundesamtes „steigt die Zahl der gesetzlich versicherten Pflegebedürftigen von 3,3 (2017) auf 3,9 Millionen im Jahr 2030. [...] und erreicht schließlich im Jahr 2050 mit rund 5,1Mio. den Peak" (Schwinger et al. 2019, S. 10). Dieser enormer Anstieg von 54 Prozent ist nicht nur auf den demografischen Wandel (ca. 1,5 Prozent jährlich), sondern auch auf neue gesetzliche Bestimmungen (jährlich um ca. 2,2 Prozent) zurückzuführen. (Schwinger et al. 2019, S. 8)

### ***Der Mangel an Auszubildenden***

Neben dem Besetzen von Fachkraftstellen bereitet auch die Vergabe von Ausbildungsstellen den Unternehmen zunehmend Probleme. Die Quote der Unternehmen, die ihre Ausbildungsstellen nicht erfolgreich besetzen können, wächst stetig. Laut dem BMBF erreichte diese im Jahr 2018 einen neuen Höchststand von ca. 57.700 unbesetzten Stellen. Dies entspricht fast jeder zweiten Ausbildungsstelle. (BMBF 2019, S. 34) Ein vorrangiger Grund hierfür ist der Anstieg des Personalbedarf und der gleichzeitige Rückgang der Schulabgänger\*innen. Schlossen im Jahr 2007 noch 965.000 junge Menschen die allgemeinbildenden Schulen ab, sind es 2017 nur noch 831.000. Bis 2025 wird die Zahl der Schulabgänger\*innen weiter sinken auf ca. 772.000. Das entspricht einem Rückgang von 20 Prozent. (BMBF 2019, S. 26–27) Ein weiterer Grund ist, dass immer mehr jungen Menschen einen gymnasialen Abschluss anstreben. Im Jahr 2019 gaben 61 Prozent der Schüler\*innen an, die Schule mit einem Abitur abschließen zu wollen. 2002 waren es noch ca. 50 Prozent. (Shell Deutschland Holding 2019) Abiturienten\*innen wählen nach der Schule häufiger ein Studium oder interessieren sich eher für einen Karriere-Start bei großen, bekannten Unternehmen. (Agentur Junges Herz 2018a; BMBF 2019) So befinden sich derzeit ca. 3 Millionen Jugendliche an Hochschulen in Deutschland, „[...] also weit mehr als das Doppelte wie im dualen Ausbildungsbereich. Wenn der Trend so weiterläuft wie bisher, entwickelt sich die Hochschulbildung zum Normalfall und die berufliche Ausbildung wird allmählich die Ausnahme.“ (Köcher et al. 2019, S. 7).

### ***Der Auszubildende-Mangel in der Pflegebranche***

Auch Pflegeunternehmen und Kliniken haben zunehmend Probleme ihre Ausbildungsstellen zu besetzen. Im Jahr 2017 waren ca. 12 Prozent der bundesweiten Auszubildenden in der Pflegebranche tätig. (BMBF 2019; Statistisches Bundesamt (Destatis) 2019b) Zwar konnte insgesamt die Zahl der Ausbildungsanfänger, vor allem im Bereich der Altenpflege und Pflegehilfe,

gesteigert werden, dennoch konnten 27 Prozent der Pflegeunternehmen ihre Ausbildungsplätze nicht oder nur teilweise vergeben. (Friedrich und Müller 2018; BMBF 2019, S. 82) Zudem werden im Bereich der Pflege (häufiger als in anderen Berufszweigen) Ausbildungsverträge durch die Auszubildenden wieder gelöst. (Friedrich und Müller 2018, S. 6) Die derzeitige Zahl der neuen Auszubildenden wird nicht ausreichen, um den künftigen Fachkräftemangel in der Pflegebranche zu decken. Dieser Fakt stellt die Unternehmen und das Bildungssystem in der Nachwuchsgewinnung vor neuen Herausforderungen. Im Zentrum stehen hierbei u. a. die Attraktivitätssteigerung des Pflegeberufes und die Rekrutierung von Studienberechtigten. (Flake et al. 2018; Slotala 2019, S. 72–74; BMBF 2019)

### ***Das Imageproblem der Pflege***

Pflegeberufe sind eher ein unattraktives Tätigkeitsfeld für Nachwuchskräfte. (Bomball et al. 2010; Matthes 2016; Eggert et al. 2019) Laut einer Studie der Universität Bremen (Bomball et al.) zählen pflegerische Tätigkeiten zu den Top-5 der „Out-Berufe“ (Altenpflege belegt Platz 4; Pflegewissenschaft/ Pflege allgemein auf Platz 5). Kaum einer der befragten Schüler\*innen nannte den Berufszweig bei den „In-Berufen“. (Bomball et al. 2010, S. 12–20) Nur 6 Prozent ziehen nach Eggert überhaupt eine pflegerische Ausbildung für sich in Betracht. (Eggert et al. 2019, S. 8) Zwar erkennen auch die jungen Menschen die Notwendigkeit des Pflegeberufes für die Gesellschaft, allerdings verbinden sie überwiegend negative Einstellungen und Assoziationen mit der Pflege: u. a. mit „Alte Leute“, „Schmerz, Krankheit“, eine geringe Bezahlung, ungesunde Arbeitsbedingungen und ein geringer Einsatz moderner Techniken. (Bomball et al. 2010; Matthes 2016; Eggert et al. 2019) Dabei ist besonders erschreckend ist das Gefühl der geringen Anerkennung durch Freunde und Bekannte. 40 Prozent der Jugendlichen erwarten negative Anmerkungen ihrer Freunde, wenn sie sich für eine Ausbildung zum Gesundheits- und Krankenpfleger\*in entscheiden. Bei der Wahl eines Altenpflegeberufes vermuten sogar 58% derartige Reaktionen. (Matthes 2016, S. 19) Alle Studien vermuten allerdings, dass die Annahmen der Schüler\*innen vor allem auf unzureichende Informationen zum Pflegeberuf zurückzuführen sind. „Diejenigen Informationen, die bei den Schüler/innen ankommen, sind sehr undifferenziert und entsprechen in weiten Teilen bekannten Klischees über Pflegeberufe“ (Bomball et al. 2010, S. 58). Um Nachwuchs im Pflegesektor zu generieren, müssen die Vorteile des Pflegeberufes gezielt hervorgehoben und für die Jugendlichen über verschiedene Medien sichtbar gemacht werden. (Matthes 2016, S. 5)

### 3.2.3 Politische und Gesellschaftliche Maßnahmen im Hinblick auf den Fachkräftemangel

#### *Maßnahmen, um den Fachkräftemangel zu begegnen*

Zu Beginn der 1990er setzte sich die Bundesregierung erstmalig mit der demografischen Entwicklung und seinen Folgen auseinander. Doch zu dieser Zeit beschäftigte sich die Innenpolitik noch mit den Herausforderungen der Deutschen Einheit und veranlasste keine weiteren Maßnahmen. (Bogai 2017, S. 83–84) Erst 20 Jahre später<sup>4</sup> erstellte die Bundesregierung einen erneuten Bericht, welchem zahlreiche Projekte und Kampagnen folgten. (Bundesministerium des Inneren 2011) Heute steht vor allem die Personalgewinnung für mittelständische Berufe, wie auch der Pflege, im Mittelpunkt dieser Aktionen. (Sachverständigenkommission 2016). Beispiele hierfür sind:

- Informationskampagne „Du + Deine Ausbildung = Praktisch unschlagbar“,
- Ausbildungs- und Qualifizierungsoffensive Altenpflege,
- die Stärkung der Angehörigenpflege,
- Ausbau der Berufs- und Studienorientierung,
- ausländische Fachkräfte stärken,
- Konzentrierte Aktion Pflege,
- Usw.

#### *Die neue Informationskampagne der Bundesregierung „Mach Karriere als Mensch“*

Das Pflegeberufereformgesetz der Bundesregierung soll durch die Zusammenführung der Pflegeberufe in eine einheitliche, generalistische Ausbildung und dem Vorantreiben der Akademisierung die Attraktivität der Pflegebranche steigern bzw. aufwerten. (BMBF 2019, 94ff) Dafür startete das BMFSFJ im Oktober 2019 eine bundesweite Informations- und Öffentlichkeitskampagne mit dem Motto „Mach Karriere als Mensch“, welche vor allem Jugendliche in der Berufsorientierungsphase ansprechen soll. Die Kampagne ist Teil der im Januar 2019 gestartete „Ausbildungsoffensive Pflege“. Dies ermöglicht dem Bundesfamilienministerium, mit Hilfe von über 40 Partnern, für die neuen Ausbildungsmöglichkeiten in der Pflege zu werben – begonnen mit einfachen Plakaten, über Informationsveranstaltungen und Beratungen bis hin zu bedruckten Bussen in den Großstädten. (BMFSFJ 2019b) Die Website [www.pflegeausbildung.net](http://www.pflegeausbildung.net) bietet

---

<sup>4</sup> 2001 führte das Bundesinnenministerium ebenfalls eine Analyse zur demografischen Entwicklung und dessen möglichen Auswirkungen durch. Hierauf folgten ebenfalls keine weiteren Reaktionen. (Bogai 2017).

Interessierten weitere Informationen rund um die neue (hochschulische) Pflegeausbildung. Vorrangiges „[...] Ziel der Offensive ist es, die Zahl der Auszubildenden und ausbildenden Einrichtungen bis 2023 um zehn Prozent zu erhöhen.“ (BMFSFJ 2019b).

## **4 Die Reform der Pflegeberufe – Pflege primär-qualifizierend studieren**

### **4.1 Das neue Pflegeberufereformgesetz**

#### **4.1.1 Hintergrund und Ziele der Reform**

Aufgrund der sich verändernden Anforderungen an Pflegefachkräfte, der europäischen Anschlussfähigkeit und als Reaktion auf die Auswirkungen der demografischen Entwicklungen wurde am Ende der Legislaturperiode 2013 – 2017 eine neue Pflegebildungsreform als Kompromisslösung vom Bundestag verabschiedet. (Friese 2018; BMBF 2019; DBfK Bundesverband e.V. 2019) Hiermit erfolgt laut dem Bundesgesundheitsminister Hermann Gröhe ein zentraler „Schritt, um die Attraktivität der Pflegeberufe zu steigern und so dafür Sorge zu tragen, dass wir dem wachsenden Bedarf an Pflegekräften auch nachkommen können.“ (Gröhe 2016). In der heutigen Zeit und im internationalen Vergleich ist eine Trennung der Pflegeberufe nicht mehr sinnvoll, da es zu einer Fragmentierung und unterschiedlichen Organisationsstrukturen der Pflegeberufe führt. (Benedix und Kathmann 2019, S. 23–24) Erstmals wird eine Zuordnung von vorbehaltenen, pflegerischen Tätigkeiten und damit eine klare Abgrenzung zu anderen Gesundheitsberufen vorgenommen. Demnach dürfen nur Pflegefachmänner/-frauen den individuellen Pflegebedarf erheben bzw. feststellen, den Pflegeprozess gestalten und optimieren sowie die Qualität der Pflege analysieren und weiterentwickeln. (PflBRefG 2017, § 4 (2))

#### **4.1.2 Die Generalistische Ausbildung**

Das PflBRefG vom 17. Juli 2017 ist in erster Linie ein Berufszulassungsgesetz, welches im Kern die neue Berufsbezeichnung als „Pflegefachfrau/ Pflegefachmann“ (§1) regelt und ab dem 1.1.2020 in Stufen in Kraft tritt. (PflBRefG 2017; (DBfK Bundesverband e.V. 2019) Im Wesentlichen erfolgt eine bundesweite Neuausrichtung der pflegerischen Ausbildung. Abbildung 2 zeigt die möglichen Ausbildungsgänge und Berufsabschlüsse ab 2020.

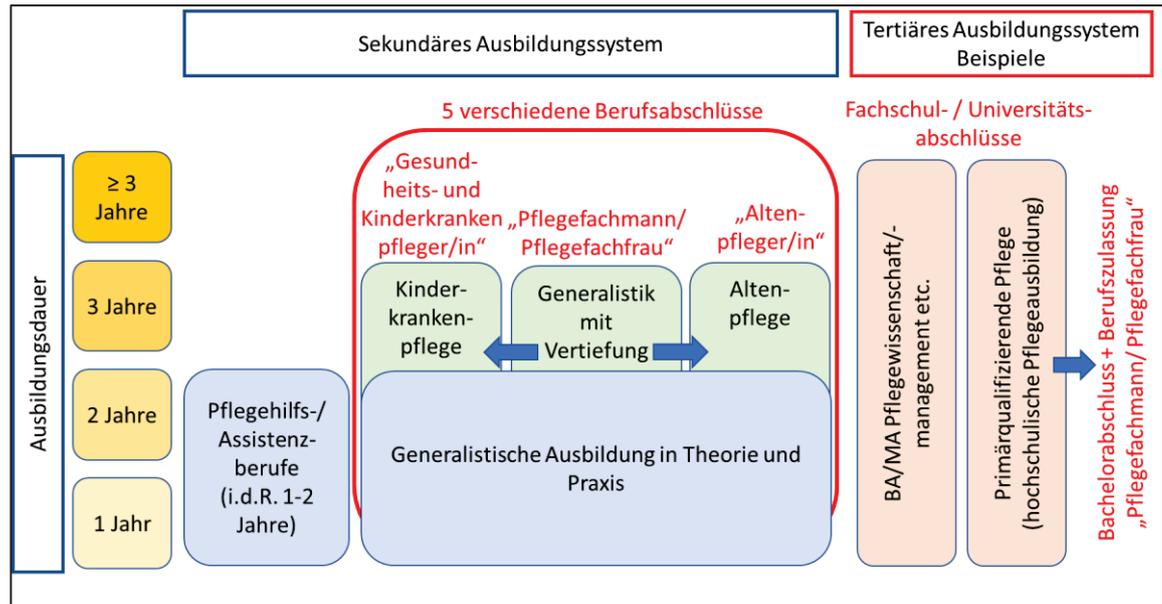


Abbildung 2: Neue Ausbildungsmöglichkeiten nach dem PflBRefG (DBfK Bundesverband e.V. 2019, S. 4)

Das PflBRefG führt die drei Grundberufe Gesundheits- und Krankenpflege, Altenpflege und Gesundheits- und Kinderkrankenpflege in eine generalistische Ausbildung zusammen. Die Möglichkeit sich auf eine bestimmte Patientengruppe zu spezialisieren, bleibt bestehen: Im Rahmen des 3. Lehrjahres wählt die/ der Auszubildende eine Vertiefung der generalistischen Ausbildung in die Richtung der Pädiatrie bzw. Langzeitpflege oder wechselt zu einem gesonderten Abschluss in der Kinderkrankenpflege bzw. Altenpflege. (DBfK Bundesverband e.V. 2019) Bis 2025 sind folgende fünf Berufsabschlüsse möglich (PflBRefG 2017; PflAPrV 2018; DBfK Bundesverband e.V. 2019):

- Pflegefachmann/-frau mit Vertiefung Langzeitpflege
- Pflegefachmann/-frau mit Vertiefung Kinderkrankenpflege
- Pflegefachmann/-frau
- Altenpfleger/in
- Gesundheits- und Kinderkrankenpfleger/in

Mit der Evaluierung der Umsetzung des PflBRefG im Jahr 2025 wird erhoben, wie oft die Schüler\*innen die Sonderwege (Berufsabschluss als Altenpfleger/in; Gesundheits- und Kinderkrankenpfleger/in) wählten. Auf dieser Grundlage wird die Generalistische Ausbildung ggf. ein weiteres Mal reformiert werden. (DBfK Bundesverband e.V. 2019, S. 2–5) Ergänzend wird ab 2020 die hochschulische Ausbildung verstärkt gefördert, „um eine neue Zielgruppe anzusprechen und neue Karrierewege zu eröffnen“ (BMBF 2017, S. 109)

### **4.1.3 Finanzierung**

Die Kosten für die Berufsausbildung des Pflegeberufes werden über Ausbildungsfonds und einen Umlageverfahren finanziert. Diese Finanzierung regelt Abschnitt 3 der PflBRefG §§26 – 36 und der weiterführenden Pflegeberufe-Ausbildungsfinanzierungsverordnung (PflAFinV). (PflBRefG 2017, §§26 – 36; PflAFinV 2018) Unter den Ausbildungskosten werden alle Ausbildungsaufwendungen verstanden, die der direkten theoretischen oder praktischen Ausbildung zuzurechnen sind. Hierzu zählen: Mehrkosten der Ausbildungsvergütungen, Kosten der praktischen Ausbildung und Betriebskosten der Pflegeschulen, einschließlich der Praxisan- und -begleitung. Ausgenommen sind Investitionskosten (PflBRefG 2017, § 27 (1)) Um diese Kosten zu decken, zahlen sowohl alle Krankenhäuser, Pflegeheime und Pflegedienste (unabhängig davon, ob sie ausbilden) als auch die soziale Pflegeversicherung und die Länder in einen Ausbildungsfond ein. Dieser wird auf Landesebene verwaltet. Die Bundesländer ermitteln den erforderlichen Finanzierungsbedarf und zahlen die Umlagebeiträge an die ausbildenden Einrichtungen aus. (PflBRefG 2017, § 26 (2 – 6); (DBfK Bundesverband e.V. 2019) Diese Form der Ausbildungsfinanzierung ist nicht neu, sondern wurde in Nordrhein-Westfalen bereits umgesetzt und führte u.a. zu einen Anstieg der Altenpflegeauszubildenden. (Slotala 2019, S. 76–81) Hierdurch ist es möglich, die neue generalistische Ausbildung für Schüler\*innen kostenfrei (kein Schulgeld) und mit einen Anspruch auf eine angemessene Ausbildungsvergütung anzubieten. (DBfK Bundesverband e.V. 2019)

## **4.2 Die hochschulische Pflegeausbildung**

Durch die Zunahme der Komplexität der pflegerischen Versorgung steht nicht mehr nur die Übernahme der reinen Körperpflege im Mittelpunkt, sondern die Planung und Umsetzung von effektiven und effizienten Pflegeprozessen, abgestimmt auf die Ressourcen und Lebenssituation der bedürftigen Menschen. (Bogai 2017; Benedix und Kathmann 2019) Hierfür ist ein umfangreiches, wissenschaftliches und evidenzbasiertes Pflegewissen sowie die selbstreflexive Anpassung des professionellen Handelns notwendig. Deswegen empfiehlt der Wissenschaftsrat die Ausbildung von akademischen Pflegefachkräfte. (Wissenschaftsrat 2012, S. 35–36) Durch das PflBRefG wird dieser Empfehlung folgegeleistet und die hochschulische Pflegeausbildung ab 2020 ausgebaut. (Wissenschaftsrat 2012)PflBRefG 2017, §§37 – 39)

### **4.2.1 Aufbau der hochschulischen Ausbildung**

Die Organisation und Koordination der hochschulischen Pflegeausbildung, inklusive der theoretischen und praktischen Anteile, ist Aufgabe der Hochschule. (PflBRefG 2017, §38). Diese schließt mit Pflegeeinrichtungen aller Versorgungsarten Kooperationsverträge ab und

gewährleistet hiermit die gesetzlich vorgeschriebenen Praxispraktikas. (PflAPrV 2018, §31 (2)). Die Studierenden gehen keine Ausbildungsverträge mit den Praxiseinrichtungen ein und erhalten keine Ausbildungsvergütung, wenn auch durch den DBfK eine Praktikumsvergütung empfohlen wird. (DBfK Bundesverband e.V. 2019, S. 5) Die hochschulische Pflegeausbildung befähigt, wie auch die berufliche Ausbildung, zur Pflege von „[...] Menschen aller Altersstufen in den allgemeinen und speziellen Versorgungsbereichen.“ (PflAPrV 2018; §1 (1)). Darüber hinaus sind den graduierten Pflegefachkräften neben den vorbehaltenden Tätigkeiten nach §4 (2) des PflBRefG weiterführende Kompetenzen zugeordnet. Hochschulisch qualifizierte Pflegefachmänner/-frauen werden anhand ihrer wissenschaftlichen Expertise u.a. hochkomplexe Pflegeprozesse, steuern und gestalten, an der Entwicklung von Expertenstandards und Qualitätskonzepten mitwirken sowie neuste Erkenntnisse aus der Pflegewissenschaft auf das berufliche Handeln übertragen. (PflBRefG 2017; §37 (3)). Die hochschulische Ausbildung endet mit einer Bachelorthesis und einer staatlichen Prüfung<sup>5</sup>. Nur mit erfolgreichem Abschluss beider Anteile gilt das Studium als bestanden. Die Absolventen\*innen erhalten sowohl den Bachelorabschluss als auch die Berufsbezeichnung „Pflegefachmann/frau“, welche in Verbindung mit dem akademischen Grad geführt wird. (PflAPrV 2018; §40) Abbildung 3 skizziert gemäß der Gesetzgebung den Aufbau der hochschulischen Pflegeausbildung.

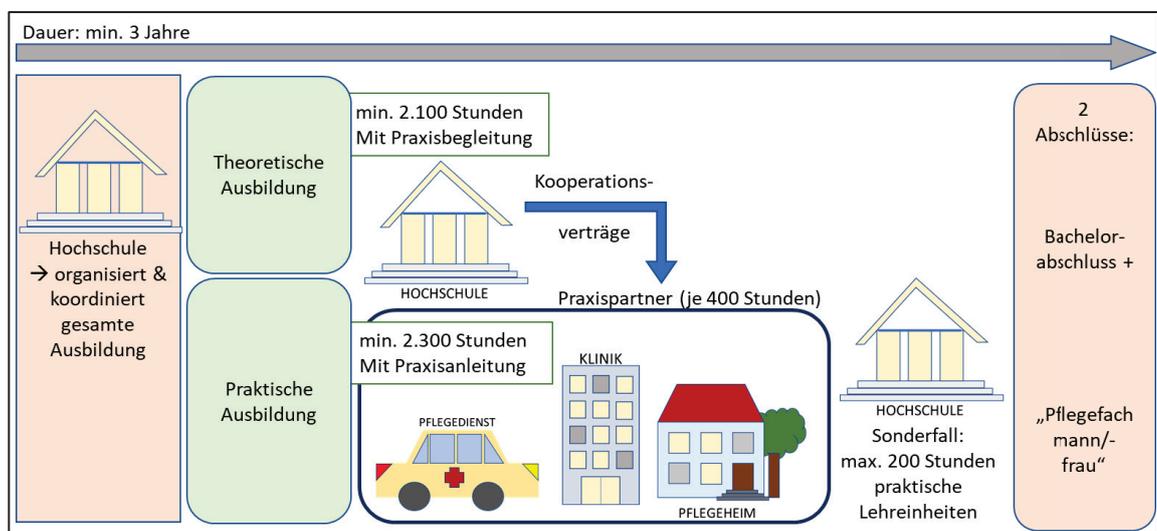


Abbildung 3: Der Aufbau der hochschulischen Ausbildung (PflBRefG 2017 §§37 -39; PflAPrV 2018 §§ 30 – 41)

#### 4.2.2 Derzeitige Studienorte

In den Gesetzen und Verordnungen wurden bereits konkrete Festlegungen zur hochschulischen Pflegeausbildung getroffen. (PflBRefG 2017 §§37 -39; PflAPrV 2018 §§ 30 – 41) Auch wirbt das Bundesfamilienministerium auf der Website [www.pflegeausbildung.net](http://www.pflegeausbildung.net) mit dem Beginn der

<sup>5</sup> Beinhaltet eine schriftliche, praktische und mündliche Prüfung

hochschulischen Ausbildung schon ab 2020. (BMFSFJ 2019a) Aber eine evidente Zusammenstellung der aktuellen bzw. kommenden Studienorte ist derzeit nicht durchführbar. Das Bundesfamilienministerium stellt zwar die hochschulische Ausbildung und die daraus entstehenden Vorteile vor, verzichtet aber bisher auf den Verweis zu konkreten Studiengängen. (BMFSFJ 2019a) Auf Nachfrage bestätigt das Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben (Referat 306 – Qualifizierung Pflegeberufe) das aktuell keine Erstellung einer „einheitliche[n] Übersicht zu möglichen Studiengängen nach PflBG“ möglich ist. (Hümmling 2019) Auch mit Hilfe des „Hochschulkompass“ gestaltet sich eine gezielte Suche nach primärqualifizierenden Studiengängen schwierig. Unter den Suchkriterien „Pflege, Bachelor, ausbildungsintegrierend“ findet die Suchmaschine der Hochschulrektorenkonferenz 30 Treffer. (Stiftung zur Förderung der Hochschulrektorenkonferenz 2019) Der Großteil dieser Studiengänge entspricht allerdings der dualen Studienform und nicht der hochschulischen Ausbildung gemäß PflBRefG. Es ist aber davon auszugehen, dass an einigen Hochschulen/Universitäten aktuell hochschulische Ausbildungsmöglichkeiten in der Pflege aufgebaut werden. (Hümmling 2019)

#### **4.2.3 Vorteile und mögliche Problemstellungen**

Das neue Pflegeberufereformgesetz, insbesondere die Etablierung von primärqualifizierenden Studiengängen ist ein bedeutsamer, erster Schritt zum professionellen Pflegeberuf und eine „Chance bei der Beantwortung anstehender Versorgungsherausforderungen“ (Ewers und Lehmann 2019, S. 174) In der Zeit des Fachkräftemangels müssen angehende Pflegefachkräfte zu selbstreflexiven, moralisch-ethischen und evidenzbasierten Pflegehandeln befähigt werden, um bei einer intensiveren Nutzung von Assistenz- und Hilfskräfte oder dem Ausbau der Angehörigenpflege<sup>6</sup> die Qualität der Versorgung sowie die Patientensicherheit zu gewährleisten. (Friese 2018, S. 39; Ewers und Lehmann 2019). Graduierte Pflegekräfte sollten „einerseits Anleitungs-, Supervisions- und Steuerungsaufgaben, andererseits [...] anspruchsvolle klinische Aufgaben“ übernehmen (Ewers und Lehmann 2019, S. 174). Mit der hochschulischen Pflegeausbildung wird die Akademisierung der Pflege und die Entstehung einer Pflegeprofession vorangetrieben. Im besten Fall wird sich durch diese Akademisierung der Pflege eine Expertenkultur entwickeln, „in der die Pflege auf wissenschaftsbasierten [...] Entscheidungen beruht, die Kolleg:innen offen für neue Erkenntnisse sind und das eigene Handeln kontinuierlich“ reflektiert bzw. angepasst wird (Darmann-Finck 2018a, S. 57). Aus Sicht vom Darmann- Finck sind allerdings einige der, in §37 der PflBRefG aufgeführten Kompetenzen „eher auf Master- oder sogar Promotionseben

---

<sup>6</sup> Mögliche Lösungsansätze, um die Auswirkungen des Fachkräftemangels zu minimieren. (Schwinger et al. 2019, S. 14–19.

anzusiedeln [...] und stellen somit eine Überfrachtung einer (hochschulischen) Erstausbildung“ dar (Darmann-Finck 2018a, S. 52) Eine weitere zukünftige Herausforderung ist das Fehlen von beruflichen Einsatzmöglichkeiten für die Absolvent\*innen. Aktuell gibt es diesbezüglich weder spezifische Personaleinsatzpläne noch Berufseinmündungskonzepte. (Ewers und Lehmann 2019, S. 170) Zudem besteht ein großer Informations- und Aufklärungsbedarf bei dem jetzigen Pflegefachpersonal. Es werden oftmals große Vorbehalte und Unsicherheiten gegenüber den graduierten Kollegen geäußert; beispielsweise wird eine „Beschneidung des begrenzten Kompetenzbereich[s]“ oder die Abwertung der eigenen Qualifikation befürchtet. (Ewers und Lehmann 2019, S. 170)

## **5 Gezieltes Studiengangsmarketing zur Gewinnung von Studierenden in der Pflege**

### **5.1 Marketing – Eine Begriffsklärung**

Marketing umfasst den gezielten Einsatz von modernen Informations- und Kommunikationstechnologien, um den Umgang und die Suche nach potentiellen Interessenten zu organisieren. (Schmidt 2012, S. 25) Im Kern beinhaltet Marketing das Gewinnen von Menschen, unabhängig davon, ob für ein Unternehmen, eine Aktion oder einen Studiengang. Ziel ist es, aus betriebswirtschaftlicher Sicht die Attraktivität eines Produktes, einer Dienstleistung oder eines Bildungsangebotes zu steigern und langfristig am Markt zu etablieren. (Roedenbeck Schäfer 2014, S. 4) Ein gelungenes Marketingkonzept ist jedoch nicht gleichzusetzen mit großangelegten Werbekampagnen, „vielmehr gilt es, die [...] Vorteile [der Unternehmungen, des Produktes oder des Studienganges] aufzubereiten und zu kommunizieren“ (Friedrich und Müller 2018, S. 14). Mittelpunkt eines gelungenen Marketings sind nicht mehr formulierte Voraussetzungen und Anforderungen an potentielle Bewerber, sondern die Erwartungen und Wünsche der Bewerber selbst, um in Zeiten des Fachkräftemangels Nachwuchs und Fachkräfte zu gewinnen. Unternehmen müssen ihre Strategien grundsätzlich überdenken und ihre Marketingmaßnahmen spezifisch auf eine Zielgruppe ausrichten. (Roedenbeck Schäfer 2014, S. 5–9) „Ziel allen Handels soll es sein, dass potentielle Bewerber [...] über eine durchdachte Vernetzung [...] [von Werbemaßnahmen] ein umfassendes Bild“ zu dem Produkt, dem Unternehmen oder dem Studienangebot erhalten (Reuter 2014, S. 249). Marketingmaßnahmen und (Employer) Branding stehen dabei im direkten Zusammenhang. Unter (Employer) Branding ist die Markenbildung eines Unternehmens zu verstehen mit dem Ziel, die Attraktivität und die Glaubwürdigkeit zu steigern bzw. zu verstetigen. (Roedenbeck Schäfer 2014, VII) Dies wird u. a. durch geeignete Marketingstrategien umgesetzt, welche

direkt einen Rückschluss auf das schaltende Unternehmen zulassen. (Reuter 2014, S. 250; Grothe 2014, S. 135)

## 5.2 Notwendigkeit eines Marketingkonzeptes

In der heutigen Zeit erfährt die Arbeitswelt einen massiven Generationswandel. Für junge Menschen stehen andere Werte und Wünsche in Vordergrund als noch vor 20 Jahren. (Agentur Junges Herz 2018a) Der jüngste deutsche Unternehmensberater Phillip Riederle bringt es auf den Punkt: „Die alten Paradigmen der Arbeitswelt werden dem Anspruch meiner jungen Generation nicht mehr gerecht.“ (Riederle 2013, S. 156) Riederle referiert über Ansprüche und Lebenseinstellungen seiner Generation und berät große Unternehmen wie beispielsweise die Verlagsgruppe Handelsblatt zu ihren Marketingstrategien. Aus seiner Sicht verlieren immer mehr Branchen den Kontakt zu seiner Generation, da diese ihre Marketingmaßnahmen nicht an Vorstellungen und Bedürfnisse junger Menschen anpassen. (Riederle 2013, S. 16) Riederle beschreibt sich und seine Generation wie folgt: „Wie jede Generation [...] treten auch wir mit dem Anspruch an, alles [...] besser machen zu wollen. [...] Wir wollen uns nicht in die Abhängigkeit von Arbeitgebern begeben. Streng hierarchische Strukturen lehnen wir ab, ebenso die starre Unterteilung in Arbeit und Freizeit. ‘Erst die Arbeit, dann das Vergnügen‘ kommt für uns gar nicht in Betracht.“ (Riederle 2013, S. 156). Für junge Menschen stehen heute Selbstverwirklichung und das Finden einer sinnvollen Beschäftigung im Vordergrund. (Riederle 2013, S. 160; Bonin 2019, S. 67) Bei perspektivischen Entscheidungen achten sie auf „eine gute Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Autonomie bei der Gestaltung von Arbeitsabläufen [...] [und] gute soziale Beziehungen“. (Bonin 2019, S. 67). Zudem sind bei der Wahl eines Bildungsweges vielseitige Einsatz-, Entwicklungs- und Aufstiegsmöglichkeiten von großer Bedeutung. (Matthes 2016, S. 14) Alle Branchen werden künftig aktiv auf sich aufmerksam machen müssen, um das Interesse von Nachwuchskräften und jungen Arbeitnehmern zu wecken und sich von der Konkurrenz abzugrenzen. (Hornung 2012, S. 312; Köcher et al. 2019, S. 103) Die Werte und Vorstellungen dieser Generation müssen berücksichtigt werden, um erfolgreiche Marketingkonzepte zu erstellen und in Zeiten des Fachkräftemangels zu bestehen. (Hornung 2012, S. 310; Roedenbeck Schäfer 2014, S. 30–37; BMBF 2019, S. 29) Roedenbeck Schäfer findet zu der Notwendigkeit von modernen Marketingstrategien klare Worte: „Wer das Spiel nicht mitspielt, der hat über kurz oder lang verloren, so einfach ist das.“ (Roedenbeck Schäfer 2014, S. 20)

### 5.2.1 Die Notwendigkeit von Marketingkonzepten für Pflegestudiengänge gemäß PfIBRefG

Vor allem im Bereich der Hochschulen und Universitäten ist eine Anpassung der Marketingstrategien sinnvoll, um jungen Menschen für einen Studiengang zu motivieren. (Agentur Junges Herz 2018c) Die Entscheidung für oder gegen ein Studium hängt von zahlreichen Faktoren ab. (Berkes und Peter 2019, S. 716) Bei der Wahl für eine Ausbildung oder Studium spielt auch laut dem BMBF das Image und die wahrgenommene Attraktivität eines Berufes/Studienrichtung eine entscheidende Rolle. (BMBF 2019, S. 29) Wie im Abschnitt 3.2.2 „Weitere Einflussfaktoren auf den Fachkräftemangel – Das Imageproblem der Pflege“ (S.14) verdeutlicht, werden die Pflegeberufe von jungen Menschen eher mit negativen Attributen verbunden. (Bomball et al. 2010; Matthes 2016; Eggert et al. 2019) Sie sehen weder in den aktuellen Pflegeberufen, noch in der neuen generalistischen (hochschulischen) Ausbildung ansprechende, vielseitige Entwicklungs- und Aufstiegsmöglichkeiten. (Matthes 2016, 5; 14).

Für die Etablierung einer hochschulischen Pflegeausbildung spricht der Fakt, dass Abiturienten\*innen sich eher gegen eine Ausbildung und für ein Studium entscheiden. Laut den Daten der NEPS (Startkohorte 4), welche Berkes und Peter analysierten, nahmen in den Jahren 2014 und 2015 78 Prozent der damaligen Abiturienten ein Studium auf. (Berkes und Peter 2019, S. 719) Der Großteil der Hochschulzugangsberechtigten entschied sich allerdings gegen ein Studium in den Gesundheits- und Pflegewissenschaften. Fast jeder Zweite begann ein Studium der Mathematik, der Naturwissenschaften oder den Ingenieurwissenschaften. (Berkes und Peter 2019, S. 719) Dennoch interessieren sich zunehmend auch mehr Gymnasiasten für eine Tätigkeit in der Pflege. Abbildung 4 vergleicht die Ergebnisse zweier Studien aus den Jahren 2010 (Bomball et al.) und 2016 (Matthes). Die Darstellung zeichnet den prozentualen Anteil der gymnasialen Schüler\*innen, welche sich eine pflegerische Tätigkeit (mindestens teilweise) vorstellen können. (Bomball et al., S. 51; Matthes 2016, S. 15)

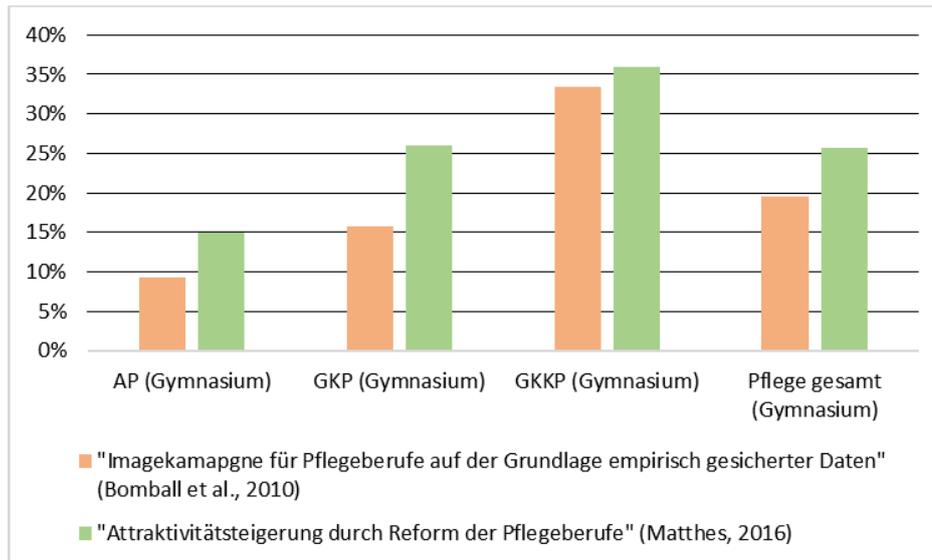


Abbildung 4: Gymnasiasten, die sich für den Pflegeberuf interessieren - ein Vergleich zwischen 2010 und 2016 (Bomball et al. 2010, S. 51; Matthes 2016, S. 15)

Trotz des verstärkten Interesses beginnen nur wenige Gymnasiasten eine Ausbildung in der Pflege. Dies ist vor allem auf unklare Berufsvorstellungen und Informationsdefizite zurückzuführen. (Friedrich und Müller 2018, S. 17) Drei von vier Schüler\*innen meinen keine Informationen zu pflegerischen Berufsfeldern erhalten zu haben. Aus ihrer Sicht sind Pflegeberufe/-studiengänge kein Bestandteil des schulischen Berufsorientierung. (Bomball et al. 2010, S. 56–58)

## 5.2.2 Gezieltes Marketing als Möglichkeit der Fachkräftesicherung

Laut dem BMBF ist das aktive Bewerben von Nachwuchskräften/Bewerber\*innen erforderlich, um den Fachkräftebedarf langfristig sicherzustellen. Ein erster Schritt ist es „Jugendliche [vor allem Leistungsstärkere] für Berufe [...] zu begeistern“ (BMBF 2019, S. 14). Unternehmen, Einrichtungen und Hochschulen müssen „alle vorhandenen Kräfte [...] mobilisieren“, um junge Menschen frühzeitig über Chancen und Möglichkeiten zu informieren. (BMBF 2019, S. 18) Um sie zu erreichen, ist das Teilnehmen an Social-Media und anderen digitalen Kommunikationssystemen erforderlich (Grothe 2014) Die erfolgreichsten 1000 Unternehmen setzen bereits verstärkt auf Mobile Recruiting und Branding, um Bewerber\*innen für sich zu gewinnen. (Weitzel et al. 2019b, S. 29, 2019c, S. 10) Bomball empfiehlt „das [...] Potenzial von Gymnasialschüler/innen zu nutzen“ und auf diese Zielgruppe ausgerichtete Marketingmaßnahmen einzuleiten. (Bomball et al. 2010, S. 59) Um dem Image- und Öffentlichkeitsdefiziten der Pflege entgegenzuwirken, müssen künftig auch Hochschulen und Universitäten für die hochschulische Pflegeausbildung mit zielgruppenspezifischem Marketing werben. (Hornung 2012, S. 310; Agentur Junges Herz 2018a). Das strategische Marketing einer Hochschule sollte nicht nur durch das „richtige Formulieren [...] oder die Auswahl der passenden Medien zu[r] [...] Platzierung“ der Werbeanzeigen

gekennzeichnet sein. Vielmehr geht es darum, einen Studiengang „den derzeitigen und potentiellen Kunden [Schüler\*innen/Studenten\*innen] [...] zu ‘verkaufen‘“. (Hornung 2012, S. 310)

## 5.3 Planung und Umsetzung eines Marketingkonzeptes

### 5.3.1 Der Aufbau eines Marketingkonzeptes

Die Agentur Junges Herz erstellt für Unternehmen und Einrichtungen Marketingkonzepte sowie geeignete Werbemaßnahmen auf verschiedenen Kanälen. Aus ihrer Sicht fußt ein gelungenes Marketing auf sechs Säulen und zwei Grundeinstellungen, welche in Abbildung 5 dargestellt sind. (Agentur Junges Herz 2018b, S. 6)

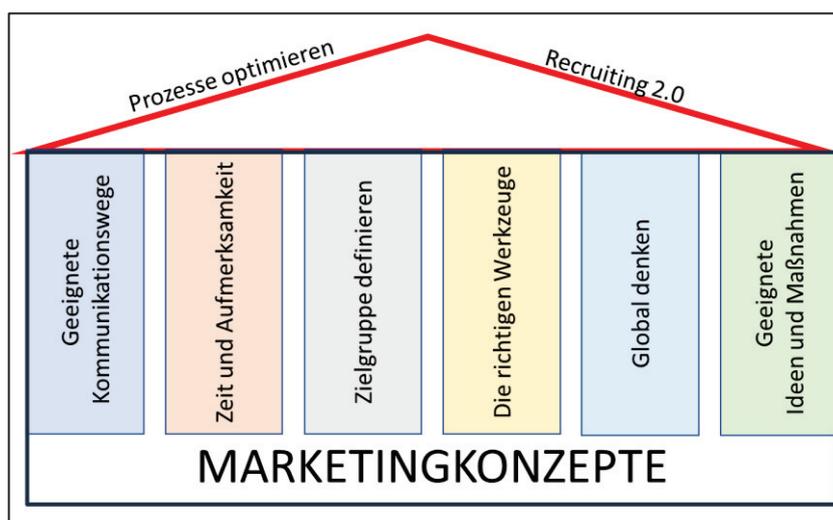


Abbildung 5: Die Bestandteile eines Marketingkonzeptes (Agentur Junges Herz 2018b, S. 6)

Die einzelnen Bestandteile werden eigenständig bearbeitet und im Anschluss, da sie sich gegenseitig bedingen, präzise aufeinander abgestimmt. So reicht eine Analyse der Zielgruppe allein nicht aus, um die Bewerberquote in einem Unternehmen anzuheben. (Agentur Junges Herz 2018b, S. 7) Die Säule „Global denken“ bezieht sich nicht auf internationale Hintergründe der Bewerber\*innen, sondern umfasst die breitgefächerte Medienaufstellung bei der Verbreitung neuer Informationen. (Agentur Junges Herz 2018b, S. 11) Unter den „richtigen Werkzeugen“ versteht die Agentur hilfreiche Marketingprogramme, die dazu dienen, Werbemaßnahmen zu evaluieren. Beispielsweise ist es möglich Social-Media-Kanäle zu „tracken“. (Agentur Junges Herz 2018b, S. 10) Um ein erfolgreiches Marketingkonzept nach diesen Merkmalen zu entwickeln, beschreibt Grothe im Sammelwerk „Praxishandbuch Social Media Recruiting“ den Entwicklungsprozess der Marketingstrategien in fünf Schritten, siehe Abbildung 6. (Grothe 2014, 130 ff.)

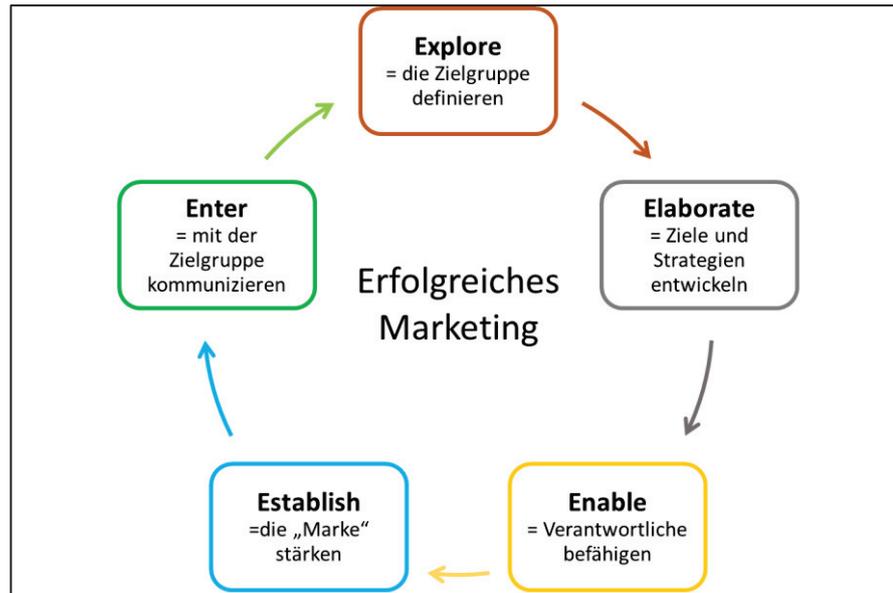


Abbildung 6: Die 5 Schritte zu einem erfolgreichen Marketingkonzept (Grothe 2014, 130 ff.)

Voraussetzung für ein erfolgreiches Marketing ist ein hohes Maß an Kreativität, große Netzwerke und ein grundsätzliches Verständnis für die mediale Welt (Agentur Junges Herz 2018d) Zudem unterliegen Marketingmaßnahmen einem ständigen Anpassungsprozess und sollten regelmäßig evaluiert werden, um einerseits zwischen erfolgreichen und weniger effizienten Maßnahmen zu differenzieren und andererseits Veränderungen in den Präferenzen der Zielgruppe oder Trendentwicklungen zu bestimmten Social-Media-Kanälen frühzeitig zu nutzen. (Agentur Junges Herz 2018b, S. 65–66) Das vorrangige Ziel innerhalb der Erarbeitung eines Marketingkonzeptes ist das Definieren der Zielgruppe. Insbesondere sind bevorzugte Informationsquellen, Wünsche und Merkmale zu identifizieren, um Marketingmaßnahmen generations- und geschlechterspezifisch auszurichten. (Bomball et al. 2010, S. 76; Roedenbeck Schäfer 2014, S. 25) Um Zielgruppen mit ihren Erwartungen, Interessen sowie Wünschen zu erheben, eignet sich beispielsweise die Befragung derzeitiger Arbeitnehmer, Auszubildende bzw. Studierende oder eine gezielte Social-Media-Analyse<sup>7</sup>. (Grothe 2014, S. 130–131; Agentur Junges Herz 2018b, S. 8–9)

### 5.3.2 Moderne Kanäle für Marketing-Maßnahmen

Um die unter 30-Jährigen im heutigen Zeitalter der Digitalisierung zu erreichen, ist die Nutzung des Internets und von Social-Media unvermeidbar. (Roedenbeck Schäfer 2014, S. 34; Dannhäuser 2014, VI) Klassische Informationsquellen wie Zeitungen, Fernsehen und Jobcenter, verlieren

<sup>7</sup> Eine Social-Media-Analyse umfasst die gezielte Suche nach Kernthemen und Interessen der Zielgruppe auf allen Social-Media -Kanälen. (Grothe 2014, S. 130–131.)

zunehmend an Bedeutung. (Köcher et al. 2019, S. 84) Hingegen nutzt laut der ARD/ZDF – Onlinestudie 2018 dreiviertel der deutschsprachigen Bevölkerung täglich das Internet. Bei den 14- bis 19-Jährigen liegt dieser Wert sogar bei fast 98 Prozent (Frees und Koch 2018, S. 399) 70 Prozent der Jugendlichen informieren sich im Internet über mögliche berufliche Perspektiven. Damit ist die Internetrecherche, neben Gesprächen mit Eltern, Freunden und Bekannten, einer der Top-3 Informationsquellen von jungen Menschen. (Köcher et al. 2019, S. 82) Die Website eines Unternehmens oder Bildungseinrichtung sind bei derartigen Recherchen der erste Anlaufpunkt. Sie ist der Grundstein eines gelungenen Marketings. Eine moderne Website zeichnet sich nicht nur durch eine einfache Bedienungsfläche und sortierten Sachinformationen aus, sondern auch durch Emotionen, professionelles Design und Kommunikationsbereitschaft. (Roedenbeck Schäfer 2014, S. 8–9) Zudem nutzen alle größeren Unternehmen Facebook und Co., um ihre Zielgruppe über Arbeitsbereiche und Vorteile des Unternehmens zu informieren sowie offene Fragen zu beantworten. (Grothe 2014, S. 174)

Dennoch eignen sich auch unkonventionelle und eher traditionelle Maßnahmen wie Printmedien, Messen und Jugendveranstaltungen im Marketing, um junge Menschen zu erreichen. Jeder zweite Jugendliche sieht die ständige Erreichbarkeit eher kritisch und schaltet deswegen bewusst sein Smartphone aus. (Köcher et al. 2019, S. 45) Auch legen junge Menschen nach wie vor einen großen Wert auf Erfahrungen von Eltern, Verwandten und Bekannten. (Roedenbeck Schäfer 2014, S. 34; Köcher et al. 2019, S. 82)

### 5.3.3 Ausgewählte Social-Media-Maßnahmen

Zu den meist genutzten Online-Plattformen von Jugendlichen gehören **Whats-App**, **YouTube** und **Google**. (Shell Deutschland Holding 2019, S. 32) Fast jeder Jugendliche verwendet Google und sucht 4- bis 5-mal täglich nach spezifischen Themen oder Fragstellungen. (Shell Deutschland Holding 2019, S. 32) YouTube eignet sich vorwiegend für **Influencer-Marketing**. Sogenannte Influencer verfügen über einen großen Einfluss auf klar definierte Personengruppen und können Vorbilder von Jugendlichen aller Altersklassen sein. (Shell Deutschland Holding 2019, S. 33) Durch ihre authentischen Posts, Videos und Fotos, welche teilweise gezielte Werbemaßnahmen enthalten, erreichen sie eine breite Öffentlichkeit. Doch nicht nur YouTube-Stars eignen sich für diese Form des Marketings, auch Experten auf bestimmten Fachgebieten oder stadtbekannt Personen können als „Influencer“ agieren und gezielt für eine Branche oder Unternehmen auf ihren eigenen Social-Media-Kanälen werben. (Agentur Junges Herz 2018d) Ein weitere erfolgreiche Kommunikationsmöglichkeit sind **Blogs**. Sie werden von Unternehmen gezielt verwendet, um sich als Unternehmen darzustellen, Nachwuchskräfte zu begeistern und Mitarbeiter zu binden. Durch die meistens durch Mitarbeiter detailreiche, transparente und authentische Darstellung von

Erfahrungsberichten, Ereignissen und Perspektiven, wird die Unternehmenskultur interessant und greifbar. (Schröter-Ünlü 2014, S. 181) Generell empfiehlt sich ein Marketingmix (**Cross Media**) aus traditionellen und unkonventionellen Marketingmaßnahmen, um die Zielgruppe möglichst über mehrere Marketingkanäle zu erreichen. (Roedenbeck Schäfer 2014, VII; Reuter 2014, S. 247) „[...] insbesondere [geht es bei Cross Media] darum, die heute real existierende Vielfalt der Kommunikationskanäle in ihrer ganzen Breite und Tiefe zu nutzen und die einzelnen Kommunikationsmaßnahmen untereinander optimal zu verzahnen.“ (Reuter 2014, S. 248). Für ein funktionierendes erfolgreiches Marketingkonzept ist Kontinuität und Aktualität von großer Bedeutung. Junge Leser (Follower) verlieren bei alten Posts, Berichten und Bildern schnell das Interesse. Aus diesem Grund steht im Mittelpunkt eines gelungenen Marketingkonzeptes die Qualität und nicht die Quantität. (Reuter 2014, S. 249)

## **6 Die Zielgruppe: Potentielle Studierende in der Pflege – Stand der Forschung**

### **6.1 Eine Generation als Zielgruppe**

Der Generationsbegriff wird vielfältig verwendet. Beispielsweise fallen in Medien und Öffentlichkeit Begriffe wie „68er-Generation (rebellische Jugend um 1968), Generation @ (Kinder der Computerrevolution) [...], No-Future-Generation (Jugend in den 1980er) [oder] gierige Generation (neue egoistische Rentnergeneration)“ (Eberhardt 2018, S. 33) Diese Begriffe sind nicht Teil der Generationsforschung, sondern das Ergebnis einer vereinfachten, plakativen und kurzfristigen Zusammenfassung von Menschen. (Eberhardt 2018, S. 33) „Umgangssprachlich ist ‚Generation‘ eine Gruppe von Personen, die aus einer identischen altersbedingten Zeitspanne kommen.“ (Scholz 2014, S. 15). Die Zuordnung zu einer Generation erfolgt i. d. R. mittels einer sozialzeitlichen Einordnung in die Gesellschaft. Aus dieser „ergibt sich eine bestimmte Identität, die leitend ist für das Denken, Wollen, Handeln oder Fühlen dieser Personen.“ (Eberhardt 2018, S. 25) Generationsmerkmale werden dabei auf gemeinsam erlebte und prägende Erfahrungen oder Werthaltungen zurückgeführt. (Eberhardt 2018, S. 33; Roedenbeck Schäfer 2014, S. 30–37) Ein Beispiel hierfür sind historische Ereignisse wie Kriege oder Attentate. Die Trennlinien zwischen den Generationen sind nicht feststehend und erscheinen teilweise zufallsbedingt. Dennoch ist es sinnvoll, vor allem im Bereich des Marketings, Generationen und ihre zugeschriebenen Merkmale zu betrachten, um ein grundsätzliches Verständnis zu entwickeln. (Scholz 2014, S. 14–19) Insgesamt werden derzeit fünf Generationen auf dem Arbeitsmarkt unterschieden. Diese Einteilung kann je nach Literaturquelle variieren. Tabelle 3 orientiert sich an der Einteilung nach Eberhardt. (Eberhardt 2018, 25; 38-46)

Generation	Jahrgang	Zentrale Merkmale
„Silver Worker“	1945 bis 1955	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Nachkriegsgeneration“</li> <li>• Pflichtbewusstsein, Vernunft, Recht und Ordnung</li> <li>• Fleißig, Sparsam</li> <li>• Veränderungen gegenüber wenig offen</li> <li>• An der Schwelle des Renteneintritts</li> </ul>
Babyboomer	1956 bis 1964	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Workaholics“, ausgeprägte Arbeitsorientierung</li> <li>• Geburtenstarke Jahrgänge, ständige Konkurrenz</li> <li>• Materielle Ausrichtung, Hohes Sicherheitsbedürfnis</li> <li>• Teamfähigkeit, Gleichberechtigung, Fairness</li> <li>• Selbstvertrauen, streben nach persönlicher Erfüllung</li> <li>• Befinden sich in der Lebensmitte</li> </ul>
Generation X	1965 bis 1980	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Generation Golf“</li> <li>• individuelles Lebensgefühl, behütet aufgewachsen</li> <li>• Streben nach Wohlstand, Karriere</li> <li>• Lebenslanges Lernen, Zielstrebigkeit</li> <li>• Hohes Sicherheitsbedürfnis</li> </ul>
Generation Y	1980 bis 2000	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Millennials“</li> <li>• mit Wandel und Veränderungen aufgewachsen</li> <li>• Erlebten Wiedervereinigung und 9/11</li> <li>• Großes Selbstwertgefühl</li> <li>• Vereinbarkeit von Lebensbereichen</li> <li>• Klassische hierarchische Strukturen sind unattraktiv</li> <li>• Sehr guter Umgang mit Medien, sind mit Entwicklung des Internets aufgewachsen</li> <li>• Im Einstieg des Berufslebens</li> </ul>
Generation Z	Ab 1995	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Generation Internet“</li> <li>• Vollständig im digitalen Zeitalter aufgewachsen</li> <li>• Hohe digitale Medienkompetenz</li> <li>• Flexibilisierung, Globalisierung</li> <li>• An der Schwelle des Berufseintritts</li> </ul>

Tabelle 3: Generationen im Vergleich (Eberhardt 2018, 25; 38-46)

Die Generationsforschung gibt „hilfreiche Hinweise für die Betrachtung von Phänomenen, Erwartungen und Handlungen“ einer Generation und „dient der Orientierung und dem Verständnis für unterschiedliche Schwerpunkte von Personengruppen“ (Eberhardt 2018, S. 33) Eine Generationsbeschreibung sollte aber nicht die alleinige Grundlage für ein Marketingkonzept sein. Diese Vereinfachung und Kategorisierung reicht nicht aus, um eine spezifische Zielgruppe in ihrer Gesamtheit zu definieren. Für eine erfolgreiches Marketing ist eine differenziertere Betrachtung sinnvoll. Die Generationsforschung kann unterstützen, die Zielgruppe zu verstehen. (Eberhardt 2018, S. 35) Für die hochschulische Ausbildung sollte als Marketingzielgruppe die Geburtsjahrgänge ab 2001 betrachtet werden, weil diese die Hochschulzugangsberechtigung ab 2020 erlangen. (Roedenbeck Schäfer 2014, S. 25–26; Eberhardt 2018, 25, 44-46) Laut der Generationsforschung entspricht dies den sogenannten Digital Natives.

## 6.2 Die Generation der Digital Natives

Sowohl Generation Z als auch die Millennials gehören zu den Digital Natives (= Digitale Ureinwohner). Sie sind mit der Entwicklung des Internets aufgewachsen und gelten als die 24-Stunden-online-Generation. Virtuelle Kontakte, Soziale Medien und neue Technologien sind für sie selbstverständlich. (Eberhardt 2018, S. 44–46; Agentur Junges Herz 2018c) Sie zeichnen sich vor allem durch ihre neuartigen Forderungen an die Arbeitswelt aus. Sie fordern u. a. flexiblere Arbeitszeiten, eine zeitgemäße technische Ausstattung und hierarchiefreies Denken. Des Weiteren besitzen sie umfassende technische wie mediale Fertigkeiten, eine schnelle Auffassungsgabe und ein starkes Selbstbewusstsein aus. (Eberhardt 2018, S. 44–46; Schlott 2012, S. 203–204) Scholz analysiert in seinem Buch „Generation Z - Wie sie tickt, was sie verändert und warum sie uns alle ansteckt“ die jüngste Generation in seiner Lebenswelt. Junge Menschen wollen, aus seiner Sicht, innovative Ideen in die bestehende Arbeitswelt einbringen und die Entwicklung einer "neue[n] und lebenswerte[n] Lebenswelt" vorantreiben. (Scholz 2014, S. 7–9) Diese veränderte Denkhaltung ist in allen Lebensbereichen, egal ob in der Hochschule, im Arbeitsleben oder im eigenen zu Hause spürbar. (Scholz 2014, S. 11–14) Weitere Merkmale der Digital Natives sind Selbstbewusstsein, Neugier und den Drang nach Selbstverwirklichung. Sie legen, in Bezug auf den Berufsalltag, besonders Wert auf die Vereinbarkeit ihnen wichtiger Lebensbereiche (Arbeit, Familie und Freizeit) und auf die Digitalisierung ihres Berufsfeldes. (Agentur Junges Herz 2018c) Die Generation des Internet sucht individuelle Selbstverwirklichung und Sinn in ihrem beruflichen Werdegang. (Riederle 2013, S. 160; Roedenbeck Schäfer 2014, S. 30–37) Bei älteren Generationen, wie den Babyboomern lösen diese jungen Menschen teilweise Sorgen und Befürchtungen aus, wenn sie sich "beharrlich [weigern] tradierte Wertemuster wie Leistungsstreben oder Pflichterfüllung fortzuführen". (Scholz 2014, S. 11–14)

## 6.3 Die Zielgruppe anhand von Zahlen und Fakten

### 6.3.1 Merkmale und Eigenschaften junger Menschen

Junge Menschen zeichnen sich in der heutigen Gesellschaft durch Toleranz, Weltoffenheit und Optimismus aus. 57 Prozent der deutschen Jugendlichen finden die Aufnahme Geflüchteter positiv und lehnen populistische Statements konsequent ab. (Shell Deutschland Holding 2019, S. 16–20) Familie, Freunde und Partnerschaften haben nach wie vor einen hohen Stellenwert bei den 12- bis 15-Jährigen. (Schneekloth 2019, S. 106) Junge Erwachsene legen verstärkt Wert auf eine bewusste Lebensführung, ein umweltbewusstes Verhalten und politische Engagement. (Schneekloth 2019, S. 106–117) Das Vertrauen in die aktuelle Politik nimmt jedoch stetig ab. Fühlten 2017 noch ca. 28 Prozent der Jugendlichen ihre Interessen durch Politiker vertreten, sind es 2019 nur noch 21 Prozent. (Köcher et al. 2019, S. 18) Sie zeichnet ein großes Selbstbewusstsein und ein sicherer Umgang mit neuen Medien und Technologien aus. Die Jugendlichen setzen sich mit sich selbst auseinander, testen und kennen ihre Grenzen und besitzen eine positive Einstellung zum Leben. (Scholz 2014, S. 14–28) Dreiviertel aller Jugendlichen sehen ihrer persönlichen Zukunft mit Optimismus entgegen und schätzten ihre beruflichen Perspektiven überwiegend gut bis sehr gut ein (75 Prozent). 60 Prozent gehen davon aus, dass mit der richtigen Motivation und Engagement, jeder Erfolg in Deutschland haben kann. (Köcher et al. 2019, S. 22–26; Shell Deutschland Holding 2019, S. 15) Sie fordern bezahlbaren Wohnraum, Reaktionen auf den Klimawandel und Maßnahmen gegen die zunehmenden gesellschaftlichen Missstände. (Köcher et al. 2019, S. 16) Die Zukunftsängste junger Menschen haben sich in der Vergangenheit gewandelt. Standen 2010 noch Themen wie Armut, Arbeitslosigkeit und wenig Ausbildungsplätze im Mittelpunkt ihrer Sorgen, befürchten aktuell drei von vier Jugendlichen eine Zunahme der Umweltverschmutzung, 66 Prozent Terroranschläge und 56 Prozent eine wachsende Feindseligkeit zwischen Menschen. (Shell Deutschland Holding 2019, S. 15) Junge Menschen sind außerdem stark mit ihrer Heimat verbunden. 64 Prozent der Jugendlichen geben an, nach der Schule in der Region verbleiben zu wollen. Nur 12 Prozent sind sich sicher, ihren Heimatort zu verlassen. (Köcher et al. 2019, S. 33) Dennoch entscheiden sie sich häufig für ein Studium an fernen Universitäten und Hochschulen, da sie „den verhältnismäßig hohen Freiheitsgrad der zeitlichen und sozialen Gestaltung“ genießen. (Köcher et al. 2019, S. 7). Zudem ziehen sie Orte vor die in städtischer und „urbaner“ Umgebung liegen. (Köcher et al. 2019, S. 7) Betriebe und Unternehmen nehmen eine abnehmende Leistungsbereitschaft und Motivation bei jungen Nachwuchskräften wahr. So vermissen 63 Prozent der Unternehmen Eigenantrieb und Einsatzbereitschaft. (Friedrich und Müller 2018, S. 20) Für junge Erwachsene rückt der Wunsch nach einem sicheren Arbeitsplatz in den Hintergrund, während Werte wie Selbstverwirklichung und persönliches Glück zunehmend an

Bedeutung gewinnen. Zu den wichtigsten Lebenszielen gehören laut der McDonald's Ausbildungsstudie gute Freunde (73 Prozent), Gesundheit (70 Prozent) und einen Beruf zu finden, welcher zu Erfüllung und Glück führt (62 Prozent). (Köcher et al. 2019, S. 14–15)

### 6.3.2 Berufliche Erwartungen und Zukunftsentscheidungen

Aus Sicht von Unternehmen sind für junge Menschen vor allem ein gutes Arbeitsklima (98 Prozent), verantwortungsvolle Aufgaben (93 Prozent), Selbstverwirklichung (91 Prozent) und eine ausgewogene Work-Live Balance (91 Prozent) wichtig. Weniger wichtig erscheint ihnen eine hohe Vergütung (61 Prozent), Internationalität (53 Prozent) und die Unternehmensbekanntheit (44 Prozent). (Staufenbiel Institut GmbH und Kienbaum Consultants International GmbH 2017, S. 9–10) Aus Sicht der jungen Erwachsenen haben nach wie vor materielle Aspekte, wie gute Aufstiegsmöglichkeiten (78 Prozent) oder ein späteres hohes Einkommen (76 Prozent) eine große Bedeutung bei der Entscheidung für einen künftigen Werdegang. (Köcher et al. 2019, S. 60–61) Diese Werte stehen laut der McDonalds-Ausbildungsstudie jedoch nicht an vorderster Stelle der Erwartungen. Junge Menschen suchen vor allem nach einer Tätigkeit, die Spaß macht (98 Prozent), Sicherheit bringt (93 Prozent) und letztlich zur Selbsterfüllung (89 Prozent) führt. Ihnen sind geregelte Arbeitszeiten, wenig Stress und eine gute Vereinbarkeit von Beruf und Freizeit besonders wichtig. Weniger wichtig hingegen ist der gesellschaftliche Status eines Berufszweiges. Nur etwa die Hälfte der Jugendlichen findet das Ansehen eines Berufs wichtig. (Köcher et al. 2019, S. 60–61). Die Shell-Jugendstudie ermittelte ähnliche Erwartungen. Diese fünf wichtigsten Aspekte bei der Berufs-/Studienwahl von jungen Erwachsenen sind in Abbildung 7 dargestellt. (Leven et al. 2019, S. 190).

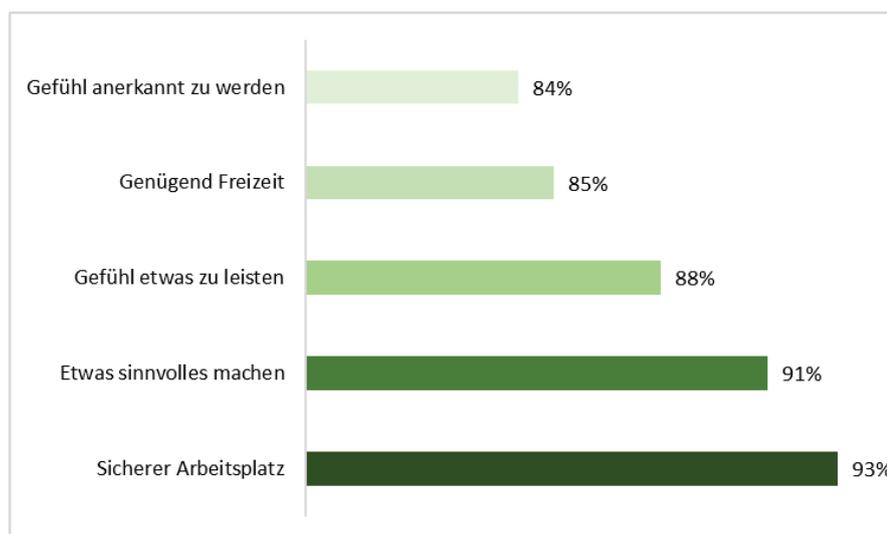


Abbildung 7: Vorrangige Erwartungen junger Menschen an ihre berufliche Zukunft nach der Shell-Jugendstudie (Leven et al. 2019, S. 190).

Schüler\*innen in Deutschland schauen zwar zuversichtlich in ihre persönliche Zukunft, fühlen sich allerdings nicht ausreichend über mögliche berufliche Perspektiven informiert. „Sie vermischen angemessene Angebote, die sie in die Vielfalt von Optionen und Möglichkeiten einführen. Die Mehrheit von ihnen ist mit dem Übergang von der Schule in den Beruf überfordert, die Minderheit geradezu irritiert und orientierungslos.“ (Köcher et al. 2019, S. 100) 60 Prozent der Schüler\*innen beurteilen die Berufs- und Studienvorbereitung an Schulen als mangelhaft. (Köcher et al. 2019, S. 56) Jeder Zweite Schüler\*in gibt an, dass die Berufswahl durch die Vielzahl der Möglichkeiten erschwert ist.<sup>8</sup> Nur 23 Prozent der Jugendlichen haben konkrete Vorstellungen zu ihrem persönlichen, weiteren Werdegang. Im Allgemeinen wünschen sich Schüler\*innen mehr Unterstützung bei der Berufs- bzw. Studienwahl (Köcher et al. 2019, S. 70–71) Dieses Bedürfnis nach Orientierung bestätigt die Quote der Studienabbrecher: Jeder dritte Bachelorstudent\*in bricht sein Studium ab. (Friedrich und Müller 2018, S. 14; BMBF 2019, S. 11) Oftmals fehlen jungen Menschen hilfreiche Kriterien, Informationsmaterialien oder Maßstäbe, um Vorstellungen zu konkretisieren und eine klare Entscheidung zu treffen. (Köcher et al. 2019, S. 7)

### 6.3.3 Annahmen und Vorstellungen zum Pflegeberuf

38 Prozent der Männer und jede zweite Frau sehen in der Pflege, Betreuung und Erziehung eine interessante und vielfältige Tätigkeit. Damit zählt der Soziale Bereich zu den Top 3 der Frauenbranchen. Bei den Männern belegt er nur Platz 12. (Köcher et al. 2019, S. 64) Dennoch zeichnet sich in der Pflegebranche verstärkt ein Imageproblem ab, welches bereits ausführlich im Abschnitt 3.2.2 „Weitere Einflussfaktoren auf den Fachkräftemangel – Das Imageproblem der Pflege“ auf Seite 14`erläutert wurde. Im Folgenden werden die Erwartungen der Jugendlichen an den zukünftigen Beruf mit den Annahmen zum Pflegeberuf verglichen. Junge Pflegefachkräfte verbinden mit ihrer Beschäftigung eine sinnvolle und interessante Tätigkeit. Die Berufsgruppe ist durch große soziale Neigungen geprägt und sieht den Sinn ihrer Aufgabe, vor allem in der Unterstützung und Dankbarkeit von pflege- sowie hilfebedürftigen Menschen. (Bomball et al. 2010, S. 45) Die Hauptgründe, warum sich junge Menschen für einen Pflegeberuf entscheiden, liegen aber nicht hauptsächlich in der Intention, „anderen zu helfen“. Nach Bomball sind folgende Punkte die Gründe für die Ergreifung der Pflegeausbildung (Bomball et al. 2010, S. 61):

- Vorherige Pflegeerfahrungen (39 Prozent)
- Kontakt mit Menschen (34 Prozent)

---

<sup>8</sup> Aktuell gibt es ca. 400 Ausbildungswege und ca. 12.000 Bachelorstudiengängen an Universitäten und Hochschulen. (Köcher et al. 2019, S. 70–71.)

- Spaß und Freude am Beruf (21 Prozent)
- Strukturelle Gründe, wie Abschluss oder Zeitungsanzeigen (20 Prozent)
- Menschen helfen (19 Prozent)

85 Prozent würden den Pflegeberuf ihren Freunden empfehlen. (Bomball et al. 2010, S. 68) Eggert befragte junge Erwachsene zu typischen Berufseigenschaften der Altenpflege. Er verwendete eine Liste von 20 Eigenschaften, welche er im Anschluss den Befragten erneut vorlegte, um die persönlich wichtigen Aspekte zu identifizieren, welche die Berufswahl beeinflussen (Eggert et al. 2019, S. 18–22). In einer Matrix stellte er die Kombination der Ergebnisse aus beiden Fragen dar (Abbildung 8).

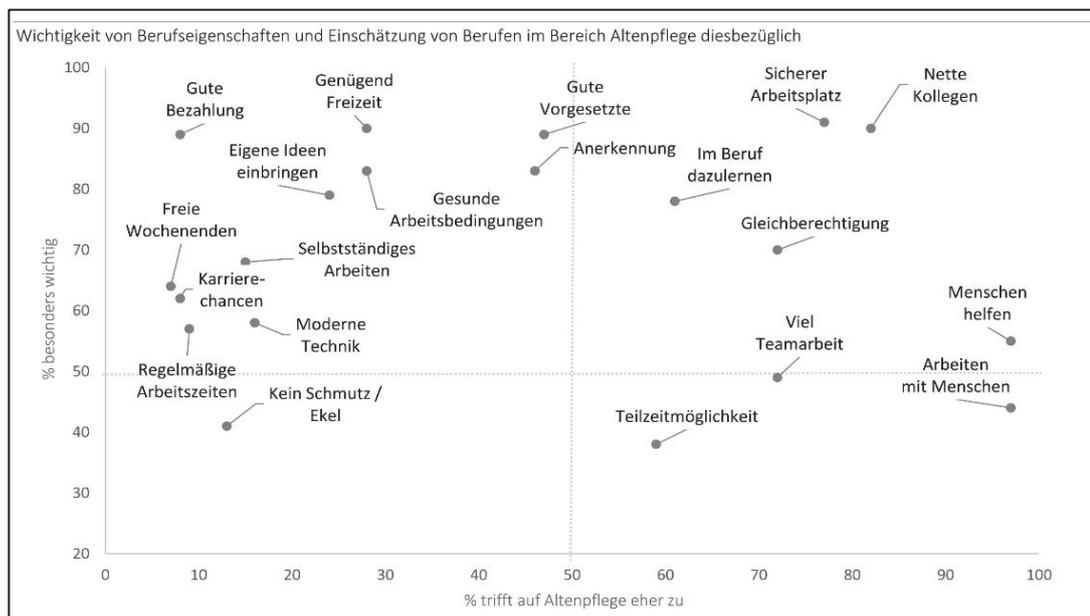


Abbildung 8: Vergleich von persönlich wichtigen Berufseigenschaften und Einschätzungen zum Pflegeberuf (Eggert et al. 2019, S. 18–22)

Für eine bessere Nachvollziehbarkeit gibt Eggert folgenden Hinweis: „Auf der senkrechten Achse (y-Achse) ist abgetragen, ein wie großer Anteil der Befragten die Eigenschaft als besonders wichtig für den zukünftigen Beruf ansieht. Diese Achse beginnt aus Gründen der Lesbarkeit bei 20 Prozent, nicht wie üblich bei 0 Prozent. Auf der waagerechten Achse (x-Achse) ist abgetragen, wie viel Prozent der Befragten eine Berufseigenschaft als typisch für die Altenpflege ansehen. Das heißt: Je höher eine Eigenschaft in der Abbildung platziert ist, desto wichtiger war sie für die Befragten; je weiter rechts sie platziert ist, desto eher sahen die Befragten sie als typisch für die Altenpflege.“ (Eggert et al. 2019, S. 18)

### 6.3.4 Häufig genutzte Informationskanäle

So gut wie jeder unter 29 Jahre nutzt das Internet, um sich zu informieren, zu kommunizieren oder einfach nur, um die ‚Zeit zu vertreiben‘. (Frees und Koch 2018, S. 399). Junge Menschen

verbringen mehr Zeit als alle anderen Generationen im Internet. 94 Prozent der Jugendlichen nutzt jeden Tag Messengerdienste, um mit Freunden und Familie in Kontakt zu stehen. Zudem sind sie vermehrt in Sozialen Netzwerken aktiv. „[...] um mitzubekommen, was andere machen“. Dementsprechend verwenden 81 Prozent der jungen Erwachsenen täglich Apps, wie Facebook und YouTube. (Shell Deutschland Holding 2019, S. 31; Wolfert und Leven 2019, S. 227) Zu den weiteren Internetaktivitäten gehören das Musik hören, die Informationssuche („googeln“) und die Nutzung für Schule, Studium oder Beruf. (Wolfert und Leven 2019, S. 227) Laut der ARD/ZDF-Onlinestudie nutzen 14- bis 29-Jährige durchschnittlich für 353 Minuten das Internet, vorwiegend um über Musikdienste wie Spotify und YouTube ihre Lieblingssongs zu hören (67 Minuten), Artikel und Berichte digital zu lesen (52 Minuten) oder Filme oder Videos zu streamen (44 Minuten). Zusätzlich verbringen sie im Schnitt 152 Minuten mit Kommunikationsanwendungen, wie Whats-App und Snap-Chat, und 58 Minuten im Internet, um sich zu bestimmten Themen „schnell“ zu informieren<sup>9</sup>. (Frees und Koch 2018, S. 406) Abbildung 9 zeigt einen Vergleich zu anderen Altersgruppen.

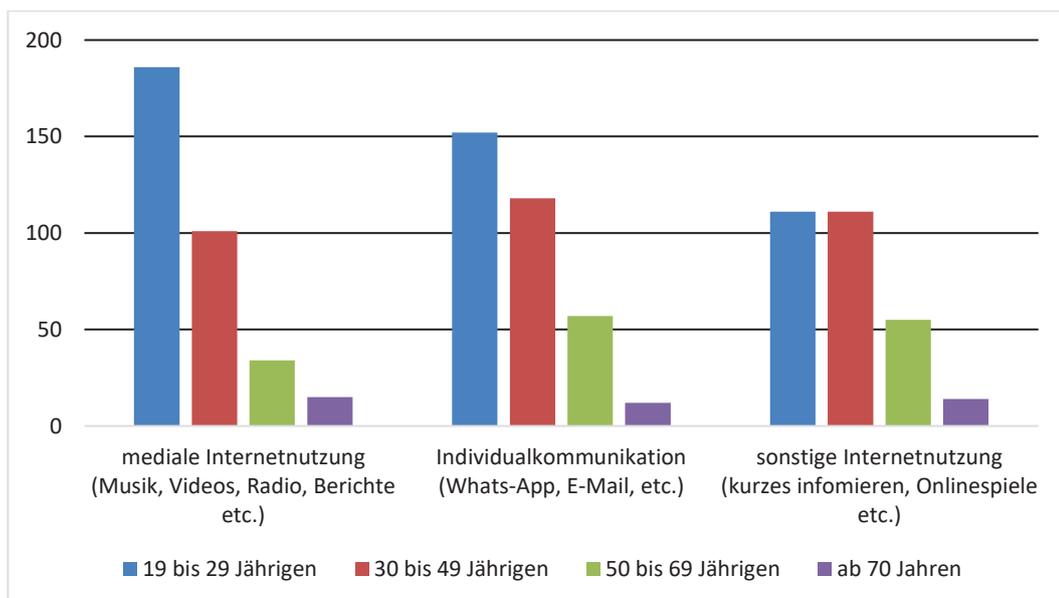


Abbildung 9: Internetnutzung verschiedener Altersgruppen, nach konkreter Tätigkeit (in Minuten) (Frees und Koch 2018, S. 406)

Um sich über berufliche Möglichkeiten zu informieren nutzen junge Erwachsene vorrangig Gespräche mit Eltern (89 Prozent) oder Freunden und Bekannten (77 Prozent). An dritter Stelle der an den häufigsten genutzten Informationsquellen für die Berufs-/Studienwahl steht die Recherche im Internet (70 Prozent). Zudem nutzen rund die Hälfte der Jugendlichen Praktikas (59 Prozent) und Gespräche mit Berufsangehörigen, um einen ersten Einblick in eine Branche zu erhalten.

<sup>9</sup> Aufzählung unvollständig

(Köcher et al. 2019, S. 82) Unterstützungsleistungen von Eltern, Verwandten und Bekannten erfolgen „vornehmlich in Form von beratenden Gesprächen, Weitergeben von Lebenserfahrungen, Motivation und Hilfe bei der Informations- und Praktikumssuche.“ (Bomball et al. 2010, S. 42) Als besonders hilfreich für zukünftige Entscheidungen empfinden Jugendliche neben den genannten den Austausch mit derzeitigen Auszubildenden bzw. Studierenden. Weniger sinnvoll sind, aus ihrer Sicht, Informationstage in Hochschulen und Universitäten, Zeitungsartikel, Fernsehbeiträge oder die Beratung in einem Jobcenter (Köcher et al. 2019)

## 7 Methodik der empirischen Untersuchung

Für die qualitative, empirische Untersuchung der, unter Abschnitt 1 „Zentrale Fragestellungen und Hypothesen“ (S. 3) beschriebenen Hypothesen wurden halbstrukturierte Leitfadeninterviews durchgeführt, um eine Vergleichbarkeit zwischen den Interviewinhalten zu gewährleisten und Erfahrungshintergründe sowie Entscheidungsstrukturen der Befragten zu erfassen. (Schnell et al. 2018, S. 352–353) Es wurden sechs derzeitige Abiturienten im November und Oktober 2019 befragt, um persönliche Sichtweisen, Erfahrungen und Meinungen der Generation Z auf den Pflegeberuf zu identifizieren. Des Weiteren wurden häufig genutzte Medien, Einflussfaktoren auf zukünftige Entscheidungen und Vorstellungen zu geeigneten Maßnahmen im Studiengangsmarketing erfragt. Im Folgenden wird die Untersuchungsmethode und die Auswertung der Interviews im Detail beschrieben.

### *Das Ausgangsmaterial*

Als Ausgangsmaterial wurden alle sechs Interviews verwendet. Die Interviewdauer variierte von 11 bis 15 Minuten. Aufgrund der kleinen Interviewanzahl und der geringen Dauer wurde keine Eingrenzung des Ausgangsmaterials vorgenommen. Im Einzelnen handelte es sich um vier Interviews mit weiblichen und zwei Interviews mit männlichen Gymnasialschülern aus Neubrandenburg. Alle sechs Schüler\*innen besuchten zum Zeitpunkt der Interviews die 12. Klasse und werden voraussichtlich 2020 die Schule mit der Hochschulreife verlassen. Die Interviewteilnehmer\*innen wurden durch „Mund-zu-Mund-Propaganda“ für die qualitative Untersuchung gewonnen bzw. durch die Autorin direkt angesprochen. Bei der Auswahl der Teilnehmer\*innen stand nicht die Repräsentativität im Vordergrund, sondern die Anschaulichkeit des Interviewmaterials. Die Teilnahme an den Interviews erfolgte freiwillig. Die Durchführung der Interviews erfolgte anhand eines halbstrukturierten Leitfadens. Der Leitfaden enthielt Fragestellungen zu folgenden sechs Kategorien:

- allgemeine Angaben und derzeitige Situation
- Wissensstand, Erfahrungen und Sichtweisen zum Pflegeberuf

- Kenntnisse zum Pflegestudium
- Interesse am Pflegestudium
- Zugang zu Informationen/ Mediennutzung
- Vorstellungen und Anmerkungen

Mit Hilfe von vorformulierten Detailfragen zu den einzelnen Kategorien wurden angesprochene Inhalte gezielt vertieft bzw. hinterfragt.<sup>10</sup> Die Fragen des Leitfadens wurden gemäß Döring und Bortz nicht wortwörtlich übernommen, sondern individuell an die Situation und an den/die Gesprächspartner\*in angepasst. (Döring und Bortz 2016, S. 372) Der vollständige Leitfaden der Interviews befindet sich im Anhang (Abschnitt 3: „Interviewleitfaden“ S. XXVI). Der Interviewort wurde durch die Teilnehmer\*in frei gewählt. Zwei Interviews fanden bei den Schüler\*innen zu Hause statt, alle anderen Interviewten entschieden sich für ein Gespräch in den Räumlichkeiten der Hochschule Neubrandenburg. Die Interviews wurden mit Hilfe eines Sprachrekorders aufgenommen und im Anschluss transkribiert. Die berücksichtigten Transkriptionsregeln beinhaltet Tabelle 4:

-	Prosodische Zäsur
--	Kleine Pause
---	Längere Pause
(Pause/sec)	Längere Pause mit Angabe der Dauer in Sekunden
.	Markierung einer fallenden Intonation
?	Frageintonation
(...)	Unverständliche Passage
unglaublich ((lachend))	Notierung einer kommentierten Passage

*Tabelle 4: Transkriptionsregeln bei der Aufbereitung der Interviews (Dausien 1996, S. 613)*

Alle Interviews wurden anonymisiert, um die Identität der Interviewten zu schützen. Die vollständig transkribierten Interviews befinden sich ebenfalls im Anhang (Abschnitt 4: „Transkriptionen“ S. XXX)

### ***Vorgehensweise bei der Analyse der Interviews***

Für die Analyse der Interviews fand einerseits das Ablaufmodell der zusammenfassenden qualitativen Inhaltsanalyse von Mayring Verwendung und andererseits wurde eine quantitative Häufigkeitsanalyse durchgeführt. (Mayring 2015, S. 69–85) Die Inhaltsanalyse erfolgte anhand der

---

<sup>10</sup> Im Vorfeld der Interviews wurde ein Pretest durchgeführt (Interview B)

Hypothesen der Bachelorarbeit. Die Fragekategorien des Leitfadens dienen als Analyseeinheiten. Tabelle 5 zeigt die Zuordnung der Fragekategorien zu den Hypothesen.

Hypothese 1: Das negative Bild des Pflegerberufes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• allgemeine Angaben und derzeitige Situation</li> <li>• Wissensstand, Erfahrungen und Sichtweisen zum Pflegeberuf</li> <li>• Interesse am Pflegestudium</li> </ul>
Hypothese 2: Keine Kenntnisse zum Pflegerberuf	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wissensstand, Erfahrungen und Sichtweisen zum Pflegeberuf</li> <li>• Kenntnisse zum Pflegestudium</li> </ul>
Hypothese 3: Das Internet als Infor- mationsquelle	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zugang zu Informationen/ Mediennutzung</li> </ul>
Empfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorstellungen und Anmerkungen</li> </ul>

*Tabelle 5: Zuordnung der Fragekategorien aus dem Leitfaden zu den Hypothesen der Arbeit*

Zusätzlich wurde den Interviewten zum Abschluss des Gesprächs die Möglichkeit eingeräumt, Empfehlungen für ein Hochschulmarketing auszusprechen. Die Fragekategorie „Vorstellungen und Anmerkungen“ wurde deswegen gesondert analysiert und im Abschnitt 9 „Empfehlungen für ein erfolgreiches Marketing“ (S. 43) ausgewertet. Die Inhaltsanalyse der Interviews erfolgt in zwei Durchgängen. (Mayring 2015, S. 69–85) Im ersten Durchlauf wurden die Antworten zu den Fragekategorien der einzelnen Interviews durch Paraphrasieren<sup>11</sup> und Generalisation<sup>12</sup> zusammengefasst. Im Anschluss wurden inhaltsgleiche und unwichtige Paraphrasen entfernt. Um die entstanden Zusammenfassungen weiter zu reduzieren, wurden „mehrere, sich aufeinander beziehende und oft über das Material verstreute Paraphrasen zusammengefasst und durch eine neue Aussage wiedergegeben.“ (Mayring 2015) In einem zweiten Durchlauf wurden die entstanden Kategorien aller Interviews erneut zusammengefasst und das endgültige Kategoriensystem erstellt. Abbildung 10 zeigt den Ablauf der Analyse.

<sup>11</sup> „knappe, nur auf den Inhalt beschränkte, beschreibende“ Zusammenfassung eines Textteils (Mayring 2015, S. 71).

<sup>12</sup> Verallgemeinerung der Paraphrasen zu übergeordneten, abstrakten Kernaussagen (Mayring 2015, S. 71).

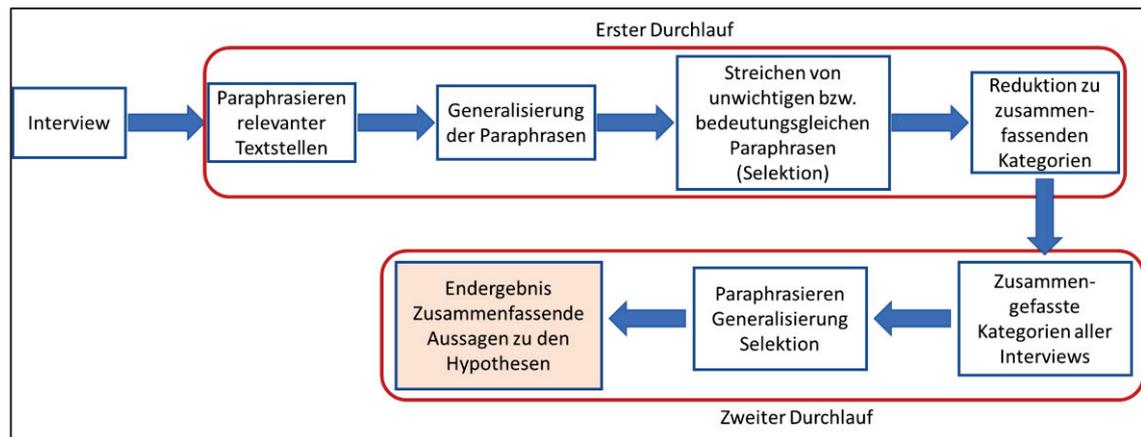


Abbildung 10: Ablaufmodell der zusammenfassenden Inhaltsanalyse (Mayring 2015, S. 70)

Abschnitt 5: „Qualitative Interviewauswertung“ (S. LXXIII) im Anhang enthält die Ergebnisse der Reduktionsdurchläufe. Abschließend wurde anhand der Erkenntnisse aus der zusammenfassenden Inhaltsanalyse, eine quantitative Auswertung der Interviews mit Hilfe von Excel durchgeführt. Die hieraus entstandenen Häufigkeitstabellen befinden sich im Abschnitt 6 „Quantitative Interviewauswertung – Häufigkeitstabellen“ (S. CII) des Anhangs.

## 8 Die Zielgruppe: Potentielle Studierende in der Pflege – Ergebnisse der empirischen Untersuchung

Bei den folgenden Erläuterungen der Erkenntnisse aus der empirischen Untersuchung entlang der Hypothesen werden alle Aussagen der Interviewten gegendert, um die Identität der Befragten zu schützen.

### 8.1 Ergebnisse aus der empirischen Untersuchung

#### *Das negative Bild des Pflegeberufes (Hypothese 1)*

*Abiturient\*innen erkennen zwar den gesellschaftlichen Nutzen des Pflegeberufes, interessieren sich allerdings nicht für eine pflegerische Tätigkeit und formulieren ein eher negatives Berufsbild.*

Die Auswertung der Interviews ergab, dass die Befragten zwar die gesellschaftliche Bedeutung des Pflegeberufes erkennen, ihn aber dennoch nicht in Betracht ziehen. Wie bei der Studie von Bomball et al. zählten die Interviewten den Pflegeberuf überwiegend zu einem Out-Beruf ihrer Generation. (Bomball et al. 2010, S. 10 – 20) Lediglich ein/e junge/r Gymnasiast/in bezeichnet den Pflegeberuf als „In“, da sich viele seiner/ihrer Klassenkameraden\*innen für eine pflegerische Tätigkeit interessieren würden. (Interview D, 00:03:57) Zudem möchte er/sie selbst eine Pflegeausbildung im Jahr 2020 mit einer Spezialisierung in der Pädiatrie beginnen. (Interview D,

00:05:39) Keiner der anderen Teilnehmer strebt eine pflegerische Ausbildung an. Auch die Möglichkeit primärqualifizierend zu studieren, lehnten der Großteil (vier von sechs) direkt ab. Gründe hierfür sind u. a andere konkrete berufliche Ziele, langweiliger Beruf oder eine negative Sichtweise auf die Pflege. So nennen die Befragten insgesamt fast doppelt so viele negative wie positive Assoziationen und Erfahrungen mit dem Pflegeberuf:

Positive Assoziationen	Negative Assoziationen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schöner Beruf</li> <li>• Pflegende gehen in ihrem Beruf auf</li> <li>• Wichtig</li> <li>• Kann Spaß machen</li> <li>• Etwas Gutes tun</li> <li>• Pflegende sind motiviert</li> <li>• Pflegende sind positiv</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anspruchsvoll</li> <li>• Undankbar</li> <li>• Anstrengend</li> <li>• Pflegende kommen an ihre Grenzen</li> <li>• Wochenend- und Nachtschichten sind anstrengend</li> <li>• Psychisch und physisch belastend</li> <li>• Wenig wertgeschätzt</li> <li>• Schlecht bezahlt/honoriert</li> <li>• Alte Leute</li> <li>• Langweiliger Beruf</li> <li>• Pflegende sind gelangweilt</li> <li>• Menschen waschen</li> <li>• Zu wenig Zeit</li> </ul>

*Tabelle 6: Assoziationen und Erfahrungen der Interviewten zum Pflegeberuf (Interview A – F)*

Ein/e Schüler/in äußert den Verdacht – wie auch Bomball et al. und Matthes – dass falsche Vorstellungen zum Pflegeberuf bei Jugendlichen existieren. (Bomball et al. 2010; Matthes 2016; Interview A) Aus ihrer/seiner Sicht wird der Pflegeberuf kaum in den Prozess der Berufs- und Studienwahl einbezogen, da nur selten „in der Schule [...] über solche Berufe“ geredet wird. (Interview A, 00:03:45). Jeder Zweite der Interviewten gibt allerdings an, bereits Pflegeerfahrungen im Rahmen eines Praktikums oder durch eine Pflegebedürftigkeit in der Familie gesammelt zu haben. (Interview D – F) Aus der Sicht eines Interviewteilnehmers wird bei der Wahl eines Studienganges bzw. Berufes in der heutigen Zeit verstärkt Wert gelegt auf das persönliche Glück und darauf, etwas im Leben zu erreichen. (Interview D, 00:03:57) Diese These wird durch die Shell-Jugendstudie und durch die McDonalds-Ausbildungsstudie gestützt<sup>13</sup>. (Köcher et al. 2019, S. 60 – 61; Leven et al. 2019, S.190)

### ***Keine Kenntnisse zum Pflegeberuf (Hypothese 2)***

*Abiturient\*innen verfügen über keine oder ungenaue Kenntnisse zum Pflegeberuf und derzeitige Entwicklungen.*

---

<sup>13</sup> Ausführungen hierzu im Abschnitt 6.2 „Die Generation der Digital Natives“ (S.30)

Die Interviewten verfügen über ein geringes Wissen zu politischen und gesellschaftlichen Entwicklungen in der Pflege. In Ansätzen bestanden Kenntnisse zu folgenden Themen:

- Generalistischen Ausbildung
- Mindestlohndiskussion
- Pflegekräftemangel (Altenpflege)

Die Möglichkeit der generalistischen Ausbildung war zwei von sechs Befragten bekannt. (Interview A und D) Diese formulierten sachlich richtig wesentliche Inhalte des PflBRefG. (Interview A, 00:04:31 ff.; Interview D, 00:04:41 ff.) U. a. erwähnten sie die Zusammenführung der Pflegeberufe, die Vertiefungsmöglichkeiten und die europaweite Anerkennung der generalistischen Ausbildung. Beide bewerteten die Wirkung der neuen Pflegeausbildung jedoch unterschiedlich. Interviewteilnehmer/in A vermutet, dass hierdurch die Attraktivität des Pflegeberufes ansteigen wird und empfindet die beruflichen Chancen, auch über die Grenzen Deutschlands hinaus, als sehr positiv. (Interview A, 00:05:34 und 00:07:21) Zwar befindet auch Befragte/r D grundsätzlich die Generalistik als gut, findet es allerdings schade „in alle Bereiche [...] reingucken [zu müssen] -- obwohl [...] ich persönlich [...] unbedingt in die Kinderkrankenpflege [...] [will] deswegen ist es für mich jetzt nicht - so interessant“ (Interview D, 00:05:39) Zudem war der Gymnasiasten/in A zwar auch Möglichkeit der hochschulischen Pflegeausbildung ab 2020 bereits im Vorfeld der Interviews bekannt, allerdings konnte er/sie dennoch keine spezifischen Inhalt des Studiums benennen (Interview A, 00:06:05) Das begrenzte Wissen hierzu stammt aus einem satirischen Beitrag der „heute-show“<sup>14</sup> und einer kleinen Internetrecherche.

### ***Das Internet als Informationsquelle (Hypothese 3)***

*Abiturient\*innen nutzen vor allem das Internet und Social-Media-Plattformen, wie YouTube und Instagram, um sich zu informieren.*

Die Hauptinformationsquelle der Befragten ist das Internet. Fünf der sechs Interviewteilnehmer gibt an sich im Allgemeinen vorwiegend im Internet zu informieren. Zudem geben alle Befragten an, dass die meisten Jugendlichen ihre Zeit mit Social-Media-Kanälen verbringen. Der/die Interviewteilnehmer/in C bringt es auf den Punkt: „Der Großteil meiner Generation lebt und arbeitet [im Internet]“ (Interview C, 00:12:17) Dies zeigte auch die Onlinestudie von ARD und ZDF<sup>15</sup>. (Frees und Koch 2018, S.406) Einen Nutzen in Social Media sehen die befragten

---

<sup>14</sup> Laut Google ist die „heute-show“ eine Satiresendung des ZDFs, die aktuelle Nachrichtenthemen der Woche kommentiert

<sup>15</sup> Genaue Daten siehe Abschnitt 6.3.4 „Häufig genutzte Informationsquellen“ (S.34)

Gymnasiasten\*innen in der einfachen und schnellen Informationsbeschaffung, bei der Organisation von großen Veranstaltungen aufgrund der großen Reichweite und zum Zeitvertreib. Zudem glaubt ein/e Befragte/r, dass Jugendliche Social Media Plattformen benutzen, um „Zuspruch [zu] bekommen [und] im Mittelpunkt [zu] stehen“ (Interview E, 00:10:33). Allerdings sehen sie teilweise das ständige Hochladen neuer Inhalte und die Werbung auf Social-Media-Kanälen eher kritisch (Interview C, 00:11:04 und 00:12:17; Interview D, 00:12:13; Interview E, 00:11:09) Trotz der vermehrten Internetnutzung verwenden die Interviewten auch zahlreiche analoge Informationskanäle, um sich zum Weltgeschehen und zu Studiengängen bzw. Berufen zu informieren. U.a. nutzten sie:

- Bücher und Zeitungen
- Gespräche mit Verwandten, Bekannten und anderen Personen
- Nachrichtensender/ Radio
- Schule/ Lehrer/ Unterricht
- Studienberatung/ Studienführer der Agentur für Arbeit
- Flyer/ Plakate

Aufgrund der persönlichen Erfahrungen und der anderen Sichtweisen auf bestimmte Themen befinden alle Befragten ausdrücklich Gespräche mit Verwandten, Bekannten und Berufsangehörigen als besonders hilfreich. Befragte/r D informiert sich zudem vorwiegend über Flyer: „[...] ich bin definitiv ein Fan von Flyern [...] ich nehm mir - immer irgendwo - welche [...] mit“ (Interview D, 00:09:57). Während Interviewte/r C lieber eine persönliche und gezielte Studienberatung bei der Agentur für Arbeit bevorzugt. (Interview C, 00:12:17) Bei Recherchen im Internet hingegen benennen die Befragten auch Nachteile. So sind u. a. einige Webseiten unübersichtlich aufgebaut, enthalten zu viele Informationen und bestehen aus nicht nachvollziehbaren Quellen. (Interview C, 00:10:46, 00:12:17; Interview D 00:09:57)

## 8.2 Quintessenz zu den Hypothesen

Aus der Auswertung der Interviews und den verschiedenen Studien zum Forschungsstand (siehe Abschnitt 6 „Die Zielgruppe: Potentielle Studierende in der Pflege – Stand der Forschung“ S.28) ist zu entnehmen, dass Gymnasiasten\*innen die Bedeutung des Pflegeberufes kennen und als wichtig für die Gesellschaft erachten. Dennoch kann sich der Großteil keine Tätigkeit in der Pflege vorstellen. (Eggert et al. 2019, S. 8; Interview A – C, E, F) Es werden vorwiegend negative Merkmale und Gedanken mit dem Pflegeberuf assoziiert. (Bomball et al. 2010; Matthes 2016; Eggert et al. 2019; Interview A – F) Insgesamt erscheint der Pflegeberuf für junge Menschen eher unattraktiv. Das Wissen zum Pflegeberuf beruht vorwiegend auf falsche Annahmen und Vorstellungen der Jugendlichen. (Bomball et al, 2010, S. 58; Matthes 2016; Interview A) Der Grund,

warum Schüler\*innen eine pflegerische Tätigkeit bei ihrer Berufs- und Studienwahl weniger in Betracht ziehen, könnte in der fehlenden Betrachtung von Pflegeberufen und -studiengängen im Rahmen schulischen Berufs- und Studienorientierung liegen. (Bomball et al. 2010, S. 56–58; Interview A)

Hinsichtlich der Kenntnisse zu politischen und gesellschaftlichen Entwicklungen in der Pflege gibt es bisher keine Studienergebnisse. Jedoch scheinen Gymnasiasten\*innen über ein geringes, aber undifferenziertes Wissen zu verfügen. So waren zwar einem Drittel der in den Interviews befragten Personen die generalistische Ausbildung ab 2020 und dessen Wesen bekannt, jedoch kannte keiner der Schüler\*innen den Inhalt der hochschulischen Pflegeausbildung. (Interview A – F) Lediglich ein/e Befragte/r hatte bereits von dieser Möglichkeit gehört. (Interview A, 00:06:05).

Jungen Menschen frequentierten nachweislich vorwiegend das Internet, um sich im Allgemeinen zu spezifischen Inhalten zu informieren und im Alltag zu kommunizieren. (Frees und Koch 2018; Shell Deutschland Holding 2019; Köcher et al. 2019; Interview A – F) Für die eigene Berufs- oder Studienwahl benützen sie jedoch, neben der Internetrecherche auch Gespräche mit Verwandten und Freunden als Informationsquelle, um einen ersten Einblick in ihre Wunschbranche zu bekommen (Köcher et al. 2019, S. 82; A – F) Werbemaßnahmen sollten mit Hilfe von Flyern und Plakaten nicht vernachlässigt werden, da einige Jugendliche sich nach wie vor über Messen und Jobcenter zu Berufen und Studiengängen informieren. (Interview C und D)

## 9 Empfehlungen für ein erfolgreiches Marketing

Moderne Marketingmaßnahmen erfordern „die Bereitschaft, neue Techniken Prozesse und Dienstleistungen zumindest zu lernen“ und umfassen vor allem den Einsatz neuer Informations- und Kommunikationskanäle wie Blogs und soziale Netzwerke. (Agentur Junges Herz 2018b, S. 7) Dennoch sollten klassische Printmedien nicht vernachlässigt werden. Als erfolgreiche Werbemaßnahme und sozusagen Vorbild für die hochschulische Pflegeausbildung benennen die in den Interviews befragte Schüle\*innen u.a. die groß angelegte Marketingkampagne der Bundeswehr, die mit teilweise lustigen und interessanten Videos zum Berufsalltag und späteren Einstiegschancen bei den Jugendlichen punkten. (Interview B, 00:12:52; Interview C, 00:13:30) Der folgende Abschnitt soll Empfehlungen für die Erarbeitung eines Marketingkonzeptes für die hochschulische Pflegeausbildung geben.

### 9.1 Die Zielgruppe definieren

Trotz der zahlreichen Studien zu Merkmalen, Erwartungen und Informationsquellen junger Menschen, sollte zu Beginn der Erarbeitung eines Marketingkonzeptes eine **Definition der**

**spezifischen Zielgruppe** erfolgen. Diese kann je nach Region der Hochschule (Kleinstadt vs. Großstadt) variieren. Im Vorfeld sollte deswegen eine Befragung von aktuellen Pflegestudenten\*innen aus dualen Studiengängen und/ oder Auszubildenden der Pflegeberufe durchgeführt werden, um zu erfassen, wie diese auf die Einrichtung oder Hochschule aufmerksam wurden oder warum sie sich für diesen Bildungsweg entschieden. (Agentur Junges Herz 2018b, S. 8–9) Hierfür bietet sich die Verwendung ähnlicher Fragstellungen wie aus dem Leitfragen für die empirische Untersuchung dieser Arbeit (siehe Abschnitt 3 „Interviewleitfaden“ im Anhang S. XXVI) an. Auf Grundlage einer repräsentativen Anzahl von befragten Personen kann die Zielgruppe und ihre Informationsquellen leichter identifiziert und Marketingmaßnahmen abgeleitet werden. (Agentur Junges Herz 2018b, S. 19) Als **potentielle Zielgruppe** für die hochschulische Ausbildung kommen neben derzeitigen **Abiturienten\*innen** auch **Studiengangwechsler** und **Menschen mit Migrationshintergrund** in Frage. (Roedenbeck Schäfer 2014, S. 26–29) Laut Roedenbeck sind beispielsweise "Pflegeberufe für Töchter traditionell eingestellter muslimischer Familien sehr interessant [...], weil sie einen sanften Übergang von der traditionellen zur modernen Lebensweise" darstellen. (Roedenbeck Schäfer 2014, S. 29) Zudem sollten Werbemaßnahmen nicht nur potentielle Bewerber\*innen ansprechen, sondern **auch die Eltern von Gymnasiasten\*innen**. (Bomball et al. 2010, S. 43) Denn das Gespräch mit Müttern und Vätern steht an erster Stelle von jungen Menschen, um sich zu beruflichen Möglichkeiten und Studiengängen zu informieren. Jeder Zweite empfindet diesen Austausch als besonders hilfreich. (Köcher et al. 2019, S. 85) Anzumerken ist, dass auch Elter eher negative Aspekte mit dem Pflegeberuf assoziieren. So verbinden sie mit der Pflege in erster Linie eine anstrengende Tätigkeit (ca. 55 Prozent), eine schlechte Bezahlung (ca. 51 Prozent) und restriktive Arbeitsbedingungen (ca. 48 Prozent). (Bomball et al. 2010, S. 56)

## 9.2 Alleinstellungsmerkmale der hochschulischen Pflegeausbildung

Als Ausgangspunkt für die Entwicklung von Marketingstrategien dienen neben den Eigenschaften der Zielgruppe auch sogenannte **Alleinstellungsmerkmale der Hochschulen und deren Kooperationspartner**. (Agentur Junges Herz 2018a; Friedrich und Müller 2018, S. 14) Dafür sollen Merkmale und Vorzüge der hochschulischen Pflegeausbildung an der jeweiligen Hochschule herausgestellt werden. Beispielsweise sollte im Vorfeld geklärt werden, was die Hochschule von anderen Bildungseinrichtungen abhebt bzw. welche Vorteile ein derartiges Studium mit sich bringt. (Agentur Junges Herz 2018a) Sinnvoll ist es **zusätzliche Anreize** für die Studenten\*innen zu **schaffen**. Hierfür bietet sich die Nutzung neuer Technologien (siehe unten), die Beteiligung an Tickets der öffentlichen Verkehrsmittel oder die Vereinbarungen zu Praktikumsvergütungen mit den Kooperationspartnern der Pflegeausbildung an. (Agentur Junges Herz 2018a; DBfK

Bundesverband e.V. 2019, S. 8) Aus Sicht des DBfKs schafft vor allem letzteres, „angesichts des zunehmenden Pflegepersonalmangels und der steigenden Anforderungen“ attraktive Ausbildungsbedingungen für Studierende. (DBfK Bundesverband e.V. 2019, S. 8) Im Rahmen der primärqualifizierenden Pflegeausbildung können bis zu 200 Stunden der praktischen Ausbildung durch die Hochschulen selbst erfolgen, (PflBRefG 2017 §§37 – 39; PflAPrV 2018 §§ 30 – 41) beispielsweise durch den Einsatz von Simulationspatienten oder die Nutzung von sogenannten Virtual-Reality-Anwendungen<sup>16</sup>. (Darmann-Finck 2018a, S. 58; Weitzel et al. 2019a, S. 24) Rund 45 Prozent der Jugendlichen sind begeistert von derartigen neuen Technologien. (Weitzel et al. 2019a, S. 24) Aus diesem Grund sollten diese Inhalt von Werbekampagnen sein, wenn solche Möglichkeiten angeboten werden.

### 9.3 Kernelemente des Marketingkonzeptes

Bei der Wahl eines geeigneten Bildungsweges ist für Jugendliche die Sicherheit des späteren Arbeitsplatzes, ausreichende Freizeit und ein angemessenes zukünftiges Einkommen ausschlaggebend. (Shell Deutschland Holding 2019, S. 29) Zugleich legen sie u. a. Wert darauf, eigene Ideen einbringen zu können, selbstständig zu arbeiten und Anerkennung für ihre Tätigkeit zu erhalten. Diese Eigenschaften werden von den Jugendlichen allerdings nicht mit dem Pflegeberuf verbunden, wodurch das schlechte Image der Pflege erklärbar wäre. (Eggert et al. 2019, S. 8) **Vorrangiges Ziel von Werbekampagnen in der Pflege**, auch für das primärqualifizierende Pflegestudium sollte demnach die **Verbesserung des gesellschaftlichen Ansehens** sein. Deshalb sollten jegliche Werbemaßnahmen für die hochschulische Pflegeausbildung vermitteln, dass der Pflegeberuf ein Berufsfeld ist, welches vor allem Spaß und Freude bringt. (Bomball et al. 2010, S. 65; Roedenbeck Schäfer 2014, S. 2) Außerdem sind besonders die **zahlreichen Aufstiegs- und Studienmöglichkeiten** hervorzuheben, die sich in den letzten Jahrzehnten in Deutschland etabliert haben – angefangen bei spezifischen Fachweiterbildungen (z. B: Intensivmedizin, Psychiatrie) über Studiengänge im Bereich Management und Pädagogik bis hin zu einem Masterabschluss in „Advanced Nursing Practice“<sup>17</sup>. (Stiftung zur Förderung der Hochschulrektorenkonferenz 2019)

Die in den Interviews befragten Gymnasiasten\*innen gaben an, dass für sie bei der Informationssuche zu einem Studiengang besonders **spätere Einsatzgebiete**, Arbeitsplatzchancen und

---

<sup>16</sup> Virtual-Reality-Anwendungen generieren computergestützte Wirklichkeiten, die mit Hilfe von VR-Brillen und Smartphones wahrgenommen und in Echtzeit erlebt werden können. (Weitzel et al. 2019a.)

<sup>17</sup> Zu deutsch: „Fortgeschrittene Pflegepraxis“

Weiterbildungsmöglichkeiten wichtig sind. (Interview A, C – F) Sie wünschen sich einen realistischen Einblick in das Berufsfeld und Erfahrungsberichte von Absolventen\*innen. Auch würde sie mögliche Praktikumsorte interessieren, um eigene erste Erfahrungen zu sammeln. (Interview B; 00:11:56) Daneben sollte besonders die **Vielschichtigkeit wie Sinnhaftigkeit des Pflegeberufes** und die **Arbeitsplatzsicherheit** in der Pflegebranche in Werbemaßnahmen aufgegriffen werden. Hingegen muss die gesellschaftliche Bedeutung der Pflege weniger thematisiert werden, weil zum einen Gymnasiasten sich dessen bewusst sind und zum anderen dies die Berufs- bzw. Studiumswahl nur gering beeinflusst. (Bomball et al. 2010, S. 48) Die befragten Schüler\*innen mit Interesse an einem primärqualifizierenden Studium wollen den Unterschied zwischen der beruflichen und hochschulischen Ausbildung erläutert wissen und den grundsätzlichen Ablauf (Lehrbereiche, Praxiseinsätze) beschrieben haben. (Interview D und F)

Im Rahmen des Marketings für die hochschulische Pflegeausbildung ist im ländlichen Raum außerdem **eine gezielte Kooperation der Hochschulen mit den Praxiseinrichtungen**, aber auch mit **Schulen und mit der Agentur für Arbeit** sinnvoll, um trotz knapper finanzieller und personeller Ressourcen für Marketingmaßnahmen, Imagekampagnen mit großer Reichweite zu starten und das öffentliche Bild der Pflege zu verbessern. (Agentur Junges Herz 2018a; Köcher et al. 2019, S. 103).

#### 9.4 Marketingmaßnahmen

Um die Nutzungsrate der einzelnen Kanäle nachzuvollziehen sollte zu Beginn der Wahl geeigneten Marketingmethoden der Erfolg derzeitiger Maßnahmen evaluiert werden. (Agentur Junges Herz 2018b, S. 17) Auch hierfür würde sich eine Befragung derzeitiger Studierende/Auszubildende oder das Tracken von Onlinemedien eignen. Diese Form des **Controllings** sollte auch nach Einführung neuer Maßnahmen beibehalten werden, weil sich die Zielgruppe und die Medien im ständigen Wandel befinden. Somit ist eine fortwährende Anpassung/ Veränderung der Marketingmaßnahmen erforderlich. (Agentur Junges Herz 2018b, S. 65–66) Da junge Menschen auch nach wie vor Offline-Medien nutzen ist ein **Marketing-Mix** sinnvoll, um für Studiengänge und Berufe zu werben. (Becker und Kriegler 2014, S. 135; Reuter 2014, S. 247) Neben dem Internet und Social Media gehören auch Gespräche mit Eltern und Verwandten zu den bevorzugten Informationsquellen von Jugendlichen. (Köcher et al. 2019, S. 83) Laut der McDonalds-Ausbildungsstudie verlieren dagegen klassische Printmedien und Jobcenter an Bedeutung. (Köcher et al. 2019, S. 83) Dennoch zeigen die mit dieser Arbeit durchgeführten Interviews, dass Einige nach wie vor Flyer und Studienberatungen nutzen, um sich zu informieren. (Interview C, 00:02:17; Interview D, 00:09:57) **Geeignete Werbemaßnahmen** für den Pflegestudiengang sind beispielsweise (Bomball et al. 2010; Agentur Junges Herz 2018a):

- Plakate, Postkarten, Give-Aways und/oder Flyer in Schulen, regionalen Behörden (z. B. bei der Agentur für Arbeit, BIZ) oder öffentlichen Verkehrsmitteln
- Blogmarketing von Absolventen
- Umsetzung von Projekten in Kooperationen mit Schulen oder Vereinen
- Schüler-Besichtigungen von Einrichtungen und Hochschulen
- „Ausbildungs-/Studiums-Chats“ für Schüler\*innen
- Anzeigen in regionalen Ausbildungsbroschüren/ Studienratgeber
- Teilnahme/ Veranstalten von Messen
- Videos auf Social-Media (YouTube, eigene Website etc.) mit persönlichen Erfahrungen von Absolventen oder einer realen Darstellung des Pflegealltags
- Präsentation auf Schulveranstaltungen und Messen

Besonders **Messen und Jugendveranstaltungen** können mehr erschlossen werden, um mit jungen Menschen über die Pflege und die hochschulische Ausbildung ins Gespräch zu kommen. Es empfiehlt sich dafür, derzeitige und engagierte Studierende zu gewinnen, welche mit den Jugendlichen auf Augenhöhe ins Gespräch kommen und aus Erfahrung heraus das Studium und spätere Möglichkeiten vorstellen. (Roedenbeck Schäfer 2014) Der erste Kontakt mit den Jugendlichen sollte genutzt werden, um „packende Erfahrungen und Bilder“ zu hinterlassen und das Interesse an dem Beruf und dem Pflegestudium nachhaltig zu wecken. Hierzu eignet sich beispielsweise das Vorführen von Simulationspatienten, das Blut abnehmen an der Lernpuppe oder das gegenseitige Blutzucker messen. Um die Attraktivität bzw. das Image von Pflegeberufen zu verbessern und junge Menschen für die hochschulische Pflegeausbildung zu begeistern, ist auch das Führen von **zielgruppenspezifischen Blogs** empfehlenswert. (Schröter-Ünlü 2014, S. 181) Es könnten sowohl Pflegefachkräfte als auch Studierende oder Auszubildende einen authentischen und realistischen Einblick in ihren Alltag oder Erlebnisse geben. Zum Beispiel könnten sie von interessanten Lehrinhalten und Aufgabengebiete, von künftigen Herausforderungen in der Pflegewelt oder von der erlebten Dankbarkeit der Pflegebedürftigen berichten. Auch lustige Inhalte und Geschichten können das Interesse von potentiellen Bewerbern beleben und zum Weiterlesen anregen. (Interview B; 00:12:52) Eine weitere Möglichkeit des modernen Marketings, welche im Rahmen des primärqualifizierenden Pflegestudiums denkbar wäre, ist die Umsetzung des sogenannten **Influencermarketings**. So können Vorbilder der jungen Generation, aber auch Experten aus der Pflege oder einflussreiche Personen der Region auf YouTube, Instagram, Snapchat usw. für die hochschulische Pflegeausbildung werben und das Image der Pflege stärken. (Agentur Junges Herz 2018d) Beispielsweise können auch bereits vorhandene Potentiale von Auszubildenden und Studierenden der Pflege genutzt werden, so würden 85 Prozent der Pflegeauszubildenden eine pflegerische Ausbildung weiterempfehlen. Gründe hierfür sind die guten Weiterbildungs- und

Spezialisierungschancen sowie die Krisensicherheit des Arbeitsplatzes“, zudem betonen sie die interessante, herausfordernde und abwechslungsreiche Art des Berufsfeldes. (Bomball et al. 2010, S. 68–69) **Derartige Werbemaßnahmen** über Social-Media-Plattformen sind jedoch **nur in Verbindung mit einer zeitgemäß gestalteten Website sinnvoll**. (Becker und Kriegler 2014, S. 135; Reuter 2014, S. 251) Beispielsweise sollte ein/e potentielle Bewerber\*in, welcher einen lustigen und interessanten Post auf Instagram sah, möglichst mit einem Klick die Website der Hochschule oder weitere interessante Informationsquellen erreichen. Derartige Vernetzung sind auch mit klassischen Medien möglich, so können Flyer und Plakate mit Hilfe von QR-Codes und darauf verlinkten Videos „lebendig“ werden. (Reuter 2014, S. 252) Außerdem ist der **Ausbau der Berufs- und Studienorientierung** an Schulen notwendig, um Schüler\*innen bei ihrem Übergang von Schule zum Wunschberuf zu unterstützen. (Friedrich und Müller 2018, S. 18; Köcher et al. 2019, S. 100) Die Pflegeausbildungen und -studiengänge müssen zwingend ein Teil dieser werden, um das schlechte Image der Pflege zu verbessern und die Schüler\*innen einen realen Einblick in den Pflegeberuf zu gewährleisten. Hierfür eignen sich auch Kooperationsprojekte mit den betreffenden Schulen.

Bei der Erstellung eines Marketingkonzeptes ist darauf zu achten, **nicht zu viele Maßnahmen** implementieren zu wollen, um nicht den Überblick zu verlieren und besonders Social-Media-Kanäle von Aktualität und Kontinuität leben zu lassen. (Reuter 2014, S. 294; Köcher et al. 2019, S. 100) In diesem Sinne sollte eine **qualitative Auswahl an modernen und klassischen Medien** erfolgen und diese optimal miteinander verzahnt werden. Ziel ist es Gymnasiasten\*innen für die hochschulische Pflegeausbildung zu interessieren und sie durch eine durchdachte Vernetzung der verschiedenen Werbemaßnahmen schnell und einfach über diese Studienmöglichkeit zu informieren. (Reuter 2014, S. 248)

## 10 Der Anpassungsprozess wird zu einem Muss

Die Bachelorarbeit spricht lediglich Empfehlungen für ein Marketingkonzept für die hochschulische Pflegeausbildung aus. Um erfolgreiche und geeignete Werbemaßnahmen und -kampagnen „ins Leben zu rufen“, ist eine konkrete Auslegung der Empfehlungen auf die jeweilige Hochschule und ihre strukturellen Gegebenheiten notwendig. Dazu ist eine Befragung von Studierenden aus Pflegestudiengängen, auch aus anderen aber ähnlichen Fachrichtungen (Gesundheitspädagogik, Pflegewissenschaft etc) sinnvoll. Zusätzlich sollten auch Auszubildende von Kooperationspartnern befragt werden, um zu erfahren, warum sie sich für diesen Bildungsweg entschieden und welche Informationsquellen sie genutzt haben, um sich diesbezüglich zu informieren. Dafür würde sich eine quantitative Befragung eignen, um eine repräsentative Anzahl von Personen für die jeweilige Region zu erhalten sowie auch persönliche Gespräche, um individuelle Sichtweisen auf den Pflegeberuf und das Pflegestudium zu erfassen. Wichtig ist ein „ernsthaftes und authentisches Interesse an der Meinung der jungen Menschen zu zeigen, um ehrliche und hilfreiche Antworten zu erhalten.“ (Agentur Junges Herz 2018b, S, 19) Bei quantitativen und qualitativen Befragungen/ Gesprächen sollte darauf geachtet werden, nicht zu vergessen, nach dem "Wie sind sie auf uns aufmerksam geworden?" zu fragen. Jugendliche werden i.d.R. mit „Internet" antworten. Das Internet allein bietet allerdings zahlreiche verschiedene Möglichkeiten, um auf eine Hochschule oder ein Studium aufmerksam zu werden. Sinnvoll wären deshalb konkretere Auswahlmöglichkeiten, um häufig genutzte Informationsquellen und geeignete Kommunikationskanäle zu identifizieren. (Agentur Junges Herz 2018b, S. 17)

Die demografischen Entwicklungen, der Generationswandel und der Fachkräftemangel zwingen Unternehmen und Einrichtungen aller Branchen, aber besonders die Pflege zu einer gezielten Ansprache von Nachwuchskräften. (Hornung 2012, S. 312; Köcher et al. 2019, S. 103) Da junge Menschen mit dem Internet aufgewachsen sind, werden heutzutage andere Informationsquellen genutzt, um sich zu Studiengängen und Berufszweigen zu informieren. Während Flyer, Jobcenter und Zeitungsanzeigen zunehmend an Bedeutung verlieren, spielen Marketingmaßnahmen über Social-Media-Kanäle eine immer größere Rolle. (Köcher et al. 2019) Um junge Menschen über den Pflegeberuf und die hochschulische Pflegeausbildung zu informieren und zu begeistern, muss die Pflegebranche ihre bisherigen Marketingstrategien überdenken. Da Hochschulen, Pflegeeinrichtungen und Kliniken in Zukunft „auf gut ausgebildetes Personal angewiesen sind, wird dieser Anpassungsprozess nicht zur Wahl, sondern zu einem Muss.“ (Schlott 2012, S. 203)

## Literaturverzeichnis

- Agentur Junges Herz (2018a): Ausbildungsmarketing - Qualifizierte Bewerber erreichen. Online verfügbar unter <https://www.agentur-jungesherz.de/ausbildungsmarketing/>, zuletzt geprüft am 16.09.2019.
- Agentur Junges Herz (2018b): Ausbildungsmarketing-Das-Handbuch. Das ultimative Nachschlagewerk für Personalverantwortliche, Recruiter, Unternehmer und HR-Mitarbeiter. Werbung für Ihre Ausbildungsplätze. Online verfügbar unter <https://www.agentur-jungesherz.de/wp-content/uploads/2015/09/Ausbildungsmarketing-Das-Handbuch.pdf>, zuletzt geprüft am 16.09.2019.
- Agentur Junges Herz (2018c): Generation Z: Was erwartet den Arbeitsmarkt? Online verfügbar unter <https://www.agentur-jungesherz.de/generation-z/>, zuletzt geprüft am 16.09.2019.
- Agentur Junges Herz (2018d): Influencer Marketing Agentur - Reichweite mit Social Media Stars. Online verfügbar unter <https://www.agentur-jungesherz.de/influencer-marketing-agentur/>, zuletzt geprüft am 16.09.2019.
- Becker, André; Kriegler, Wolf Reiner (2014): Expertenbeitrag: Facebook und Employer-Branding. In: Ralph Dannhäuser (Hg.): Praxishandbuch Social Media Recruiting. Experten Konw-How, Praxistipps, Rechtshinweise. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, S. 133–136.
- Benedix, Ulf; Kathmann, Till (2019): Neue Wege der Pflegeausbildung. Anspruch und Leistungen der Pflegeberufereform für die Attraktivität der Pflegearbeit. Institut Arbeit und Wirtschaft der Universität Bremen; Arbeitnehmerkammer Bremen, zuletzt geprüft am 28.09.2019.
- Berkes, Jan; Peter, Frauke (2019): Wahl des Studienfachs hängt auch mit Persönlichkeitseigenschaften zusammen. In: *DIW Wochenblatt* 86 (39), S. 715–722, zuletzt geprüft am 28.09.2019.
- Blum, Karl; Löffert, Sabine; Offermanns, Matthias; Steffen, Petra (2018): Krankenhaus Barometer 2018. Umfrage 2018. Düsseldorf: Deutsches Krankenhausinstitut e. V. Online verfügbar unter [https://www.dkgev.de/fileadmin/default/Mediapool/3\\_Service/3.4.\\_Publikationen/3.4.5.\\_Krankenhaus\\_Barometer/2018\\_11\\_KH\\_Barometer\\_final.pdf](https://www.dkgev.de/fileadmin/default/Mediapool/3_Service/3.4._Publikationen/3.4.5._Krankenhaus_Barometer/2018_11_KH_Barometer_final.pdf), zuletzt geprüft am 15.10.2019.
- BMBF (2017): Berufsbildungsbericht 2017. Paderborn: Bonifatius GmbH.
- BMBF (2019): Berufsbildungsbericht 2019. Bonn, Frankfurt am Main: Druck- und Verlags- haus Zarbook GmbH & Co. KG.

- BMFSFJ (Hg.) (2019a): Mach Karriere als Mensch - pflegeausbildung.net. Ausbildungsinteressierte: Pflegestudium. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Online verfügbar unter <https://www.pflegeausbildung.net/ausbildungsinteressierte/pflegestudium.html>, zuletzt geprüft am 05.11.2019.
- BMFSFJ (Hg.) (2019b): Mach Karriere als Mensch - pflegeausbildung.net. Bundesweite Pflegekampagne gestartet. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Online verfügbar unter <https://www.pflegeausbildung.net/oeffentlichkeitskampagne/aktuelle-informationen-zur-kampagne.html>, zuletzt geprüft am 03.11.2019.
- BMG (Hg.) (2018): Beschäftigte in der Pflege. Bundesministerium für Gesundheit. Online verfügbar unter <https://www.bundesgesundheitsministerium.de/themen/pflege/pflegekraefte/beschaeftigte.html>, zuletzt geprüft am 09.09.2019.
- Bogai, Dieter (2017): Der Arbeitsmarkt für Pflegekräfte im Wohlfahrtsstaat. Berlin, Boston: De Gruyter Oldenbourg.
- Bomball, Jaqueline; Schwanke, Aylin; Stöver, Martina; Schmitt, Svenja; Görres, Stefan (2010): Imagekampagne für Pflegeberufe auf der Grundlage empirisch gesicherter Daten. Einstellungen von Schüler/innen zur möglichen Ergreifung eines Pflegeberufes - Ergebnisbericht. IPP-Schriften. Universität Bremen, Bremen. Institut für Public Health und Pflegeforschung. Online verfügbar unter [https://www.ipp.uni-bremen.de/uploads/IPP\\_Schriften/ipp\\_schriften05.pdf](https://www.ipp.uni-bremen.de/uploads/IPP_Schriften/ipp_schriften05.pdf), zuletzt geprüft am 27.09.2019.
- Bonin, Holger (2019): Fachkräftemangel in der Gesamtperspektive. In: Klaus Jacobs, Adelheid Kuhlmeier, Stefan Greß, Jürgen Klauber und Antje Schwinger (Hg.): Pflege-Report 2019. Mehr Personal in der Langzeitpflege - aber woher? 1. Auflage 2019. Berlin: Springer Open; Springer, S. 61–69.
- Buchinger, Sascha (2017): Pflegefachkräftemangel - sieht so die Zukunft aus? Meine Meinung. In: *Pflegezeitschrift - Fachzeitschrift für stationäre und ambulante Pflege* 70, Dezember 2017 (12), S. 18–20.
- Bundesministerium des Inneren (Hg.) (2011): Demografiebericht. Bericht der Bundesregierung zur demografischen Lage und künftigen Entwicklung des Landes. Berlin.
- Dannhäuser, Ralph (Hg.) (2014): Praxishandbuch Social Media Recruiting. Experten Know-How, Praxistipps, Rechtshinweise. Springer Gabler. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Darmann-Finck, Ingrid (2018a): Hochschulische Erstausbildung - Voraussetzungen für eine nachhaltige Professionalisierung der Pflegepraxis. In: Marianne Friese, Dietmar Heisler, Klaus Jenewein, Georg Spöttl, Ingrid Darmann-Finck, Karin Reiber et al. (Hg.):

Reformprojekt Care Work. Professionalisierung der beruflichen und akademischen Ausbildung. Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag, S. 47–62.

- Darmann-Finck, Ingrid (2018b): Ein neues Berufsprofil: Die generalistisch ausgebildete Pflegefachfrau, der generalistisch ausgebildete Pflegefachmann. 25 Jahre Deutscher Bildungsrat. ippbremen - Institut für Public Health und Pflegeforschung. Deutscher Bildungsrat. Berlin, Bremen, 06.04.2018. Online verfügbar unter [http://bildungsrat-pflege.de/wp-content/uploads/2014/10/2018-06.04.-DBR\\_Darmann\\_Ein-neues-Berufsprofil.pdf](http://bildungsrat-pflege.de/wp-content/uploads/2014/10/2018-06.04.-DBR_Darmann_Ein-neues-Berufsprofil.pdf).
- Dausien, Bettina (1996): Biographie und Geschlecht. Zur biografischen Konstruktion sozialer Wirklichkeit in Frauenlebensgeschichten. Dissertation. Bremen: Donat Verlag (IBL-Forschung, 1).
- DBfK Bundesverband e.V. (2019): Informationen zum Pflegeberufegesetz 2019. Wissenswertes, Tipps und Empfehlungen zur Bildungsreform für die Pflegeberufe. 2. korrigierte Auflage. Online verfügbar unter <https://www.dbfk.de/media/docs/download/Allgemein/Informationen-zum-Pflegeberufegesetz-2019.pdf>, zuletzt geprüft am 20.11.2019.
- DBfK Bundesverband e.V.; Österreichische Gesundheits- und Krankenpflegeverband (ÖGKV); Schweizer Berufsverband der Pflegefachfrauen und Pflegefachmänner (SBK) (2010): ICN-Ethikkodex für Pflegendе. Berlin: Martin Beikirch Grafik.
- Döring, Nicola; Bortz, Jürgen (2016): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. Unter Mitarbeit von Sandra Pöschl-Günther. 5. vollständig überarbeitete, aktualisierte und erweiterte Auflage. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag (Springer-Lehrbuch).
- Eberhardt, Daniela (2018): Generationen zusammen führen. Mit Millenials, Generation X und Babyboobern die Arbeitswelt gestalten. 2. Aufl. Freiburg, München, Stuttgart: Haufe Lexware Verlag.
- Eggert, Simon; Schnapp, Patrick; Sulmann, Daniela (2019): Schülerbefragung Pflege: Eigene Erfahrungen und Interesse an Pflegeberufen. Quantitative Bevölkerungsbefragung von Personen zwischen 14 und 18 Jahren. Hg. v. Zentrum für Qualität in der Pflege (ZQP). Online verfügbar unter <https://www.zqp.de/schuelerbefragung-pflege/?hilite=%27Sch%C3%BClerbefragung%27>, zuletzt aktualisiert am Januar 2019, zuletzt geprüft am 02.11.2019.
- Ewers, Michael; Lehmann, Yvonne (2019): Hochschulisch qualifizierte Pflegendе in der Langzeitversorgung?! In: Klaus Jacobs, Adelheid Kuhlmeу, Stefan Greß, Jürgen Klauber und Antje Schwinger (Hg.): Pflege-Report 2019. Mehr Personal in der Langzeitpflege - aber woher? 1. Auflage 2019. Berlin: Springer Open; Springer, S. 167–175.
- Flake, Regina; Kochskämpfer, Susanna; Risius, Paula; Seyda, Susanne; Institut der deutschen Wirtschaft Köln e. V. (2018): IW-Trends 3/2018. Fachkräfteengpass in der Altenpflege. In:

- IW-Trends* 45 (3). Online verfügbar unter [https://www.iwkoeln.de/fileadmin/user\\_upload/Studien/IW-Trends/PDF/2018/IW-Trends\\_2018-03-02\\_Pflegefallzahlen.pdf](https://www.iwkoeln.de/fileadmin/user_upload/Studien/IW-Trends/PDF/2018/IW-Trends_2018-03-02_Pflegefallzahlen.pdf), zuletzt geprüft am 13.09.2019.
- Focus online (Hg.) (2019): Facebook - Was Sie über das größte soziale Netzwerk wissen sollten. Online verfügbar unter <https://www.focus.de/thema/facebook/>, zuletzt aktualisiert am 20.11.2019, zuletzt geprüft am 20.11.2019.
  - Frees, Beate; Koch, Wolfgang (2018): ARD/ZDF-Onlinestudie 2018. Zuwachs bei medialer Internetnutzung und Kommunikation. In: *Media Perspektiven* (9), S. 398–412. Online verfügbar unter [http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2018/0918\\_Frees\\_Koch.pdf](http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2018/0918_Frees_Koch.pdf), zuletzt geprüft am 09.09.2019.
  - Friedrich, Ulrike; Müller, Jana Kathinka (2018): Ausbildung 2018. Ergebnisse einer DIHK-Online-Unternehmensbefragung. Unternehmen berichten über ihre Ausbildungssituation. Berlin, Brüssel: DIHK - Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V.
  - Friese, Marianne (2018): Berufliche und akademische Ausbildung für Care Berufe. Überblick und fachübergreifende Perspektiven der Professionalisierung. In: Marianne Friese, Dietmar Heisler, Klaus Jenewein, Georg Spöttl, Ingrid Darmann-Finck, Karin Reiber et al. (Hg.): Reformprojekt Care Work. Professionalisierung der beruflichen und akademischen Ausbildung. Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag, S. 17–44.
  - Gröhe, Hermann (2016): Bulletin der Bundesregierung: Nr. 31-1 vom 18. März 2016. Rede des Bundesminister für Gesundheit, Hermann Gröhe, zum Pflegeberufereformgesetz - PflB-RefG vor dem Deutschen Bundestag. Deutscher Bundestag. Berlin, 18.03.2016.
  - Grothe, Martin (2014): Warum Branding und Recruiting auf Facebook. In: Ralph Dannhäuser (Hg.): Praxishandbuch Social Media Recruiting. Experten Konw-How, Praxistipps, Rechtshinweise. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, S. 127–179.
  - Hornung, Julia (2012): Vom Personalmarketing zum Aufbau einer Arbeitgebermarke - nachhaltige Wege aus dem Personalmangel. In: Uwe Bettig, Stefan Arend und Roland Schmidt (Hg.): Fachkräftemangel in der Pflege. Konzepte, Strategien, Lösungen. Gesundheitswesen in der Praxis. Heidelberg: medhochzwei Verlag GmbH (Gesundheitswesen in der Praxis), S. 307–315.
  - Hümmling, Ute (2019): Anfrage zum Pflegestudium. Neubrandenburg, 07.11.2019. E-Mail an Laura Diedrich.
  - ICN (2002): Nursing Definitions. Definition of Nursing. Hg. v. ICN. International Council of Nurses. Online verfügbar unter <https://www.icn.ch/nursing-policy/nursing-definitions>, zuletzt geprüft am 29.10.2019.

- Köcher, Renate; Hurrelmann, Klaus; Sommer, Michael (2019): Kinder der Einheit - Same same but (still) different! Die McDonald's Ausbildungsstudie 2019 - Eine Repräsentativbefragung junger Menschen im Alter von 15 bis unter 25 Jahren. 4. Aufl. Hg. v. McDonald's Deutschland LLC, Institut für Demoskopie Allensbach und Dr. Klaus Hurrelmann. Düsseldorf, München.
- Lammenett, Erwin (2018): Online-Marketing-Konzeption. Der Weg zum optimalen Online-Marketing-Konzept mit den Bausteinen: Affiliate-Marketing, Amazon-Marketing, Content-Marketing, E-Mail-Marketing, Influencer-Marketing, SEA, SEO, Social-Media-Marketing, Online-PR, Onlinewerbung und Video-Marketing. 3. Aufl., Auflage 2018. Roetgen: Dr. Erwin Lammenett.
- Landenberger, Margarete; Stöcker, Gertrud; Filkins, Jacqueline; Jong, Anneke de; Them, Christa; Selinger, Yvonne; Schön, Peggy (2005): Ausbildung der Pflegeberufe in Europa. Vergleichende Analyse und Vorbilder für eine Weiterentwicklung in Deutschland. Hannover: Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (Pflegebibliothek. Hallesche Schriften).
- Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz; Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (Hg.) (2019): klicksafe.de - Die EU-Initiative für mehr Sicherheit im Netz. Soziale Netzwerke. Online verfügbar unter <https://www.klicksafe.de/apps/snapchat/was-ist-snapchat/?L=0>, zuletzt geprüft am 20.11.2019.
- Leven, Ingo; Hurrelmann, Klaus; Quenzel, Gudrun (2019): Beruf und Karriere: Im Falle der Falles zählt die Sicherheit des Arbeitsplatzes. In: Shell Deutschland Holding (Hg.): 18. Shell Jugendstudie - Jugend 2019. Eine Generation meldet sich zu Wort. Zusammenfassung. Unter Mitarbeit von Mathias Albert, Klaus Hurrelmann, Ingo Leven, Gudrun Quenzel, Ulrich Schneekloth, Hilde Utzmann und Sabine Wolfert. Weinheim, Basel: Beltz Verlag, S. 187–212.
- Matthes, Stephanie (2016): Attraktivitätssteigerung durch Reform der Pflegeberufe. Hinweise aus einer Schülerbefragung. Fachbeiträge im Internet. Bremen: Bundesinstitut für Berufsbildung.
- Mayring, Philipp (2015): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 12., überarb. Aufl. Weinheim, Basel: Beltz (Beltz Pädagogik). Online verfügbar unter [http://content-select.com/index.php?id=bib\\_view&ean=9783407293930](http://content-select.com/index.php?id=bib_view&ean=9783407293930).
- Reuter, Nikolaus (2014): Crossmediale Vernetzung: der Turbo für Social Media Recruiting. In: Ralph Dannhäuser (Hg.): Praxishandbuch Social Media Recruiting. Experten Konw-How, Praxistipps, Rechtshinweise. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, S. 247–255.

- Riederle, Philipp (2013): Wer wir sind und was wir wollen. Ein Digital Native erklärt seine Generation. Originalausgabe. München: Knaur (Knaur-Taschenbuch, 78611).
- Roedenbeck Schäfer, Maja (2014): Personalgewinnung in der Pflege. Innovative Ideen - einfach umgesetzt. 1. Aufl. München: Elsevier Urban & Fischer. Online verfügbar unter [https://karriere.mcdonalds.de/docroot/jobboerse-mcd-career-blossom/as-sets/documents/McD\\_Ausbildungsstudie\\_2019.pdf](https://karriere.mcdonalds.de/docroot/jobboerse-mcd-career-blossom/as-sets/documents/McD_Ausbildungsstudie_2019.pdf).
- Rothgang, Heinz; Müller, Rolf; Unger, Rainer (2012): Themenreport "Pflege 2030". Was ist zu erwarten - was ist zu tun? Unter Mitarbeit von Thomas Klie, Anne Göhner und Birgit Schuhmacher. Hg. v. Bertelsmann Stiftung. Gütersloh, Bielefeld.
- Sachverständigenkommission (2016): Siebter Bereich zur Lage der älteren Generation in der Bundesrepublik Deutschland. Sorge und Mitverantwortung in der Kommune - Aufbau und Sicherung zukunftsfähiger Gemeinschaften. Bericht der Sachverständigenkommission an das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. In: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend - Referat Öffentlichkeitsarbeit (Hg.): Siebter Altenbericht. Sorge und Mitverantwortung in der Kommune - Aufbau und Sicherung zukunftsfähiger Gemeinschaften und Stellungnahme der Bundesregierung. Berlin, S. 1–348.
- Schlott, Isa (2012): Führung 2.0 für Generation Y? Anforderungen an die Führung von Generation Y. In: Wolfgang Hellmann, Hans-Wolfgang Hoefert und Bettina Albers (Hg.): Das Krankenhaus im demografischen Wandel. Theoretische und praktische Grundlagen zur Zukunftssicherung. Heidelberg: Medhochzwei-Verl. (Gesundheitswesen in der Praxis), S. 201–214.
- Schmidt, Michael (2012): Personalentwicklung gegen Fachkräftemangel - Innovative Konzepte, unternehmerische Strategien und bewährte betriebliche Instrumente. In: Uwe Bettig, Stefan Arend und Roland Schmidt (Hg.): Fachkräftemangel in der Pflege. Konzepte, Strategien, Lösungen. Gesundheitswesen in der Praxis. Heidelberg: medhochzwei Verlag GmbH (Gesundheitswesen in der Praxis), S. 181–198.
- Schneekloth, Ulrich (2019): Entwicklungen bei den Wertorientierungen der Jugendlichen. In: Shell Deutschland Holding (Hg.): 18. Shell Jugendstudie - Jugend 2019. Eine Generation meldet sich zu Wort. Zusammenfassung. Unter Mitarbeit von Mathias Albert, Klaus Hurrelmann, Ingo Leven, Gudrun Quenzel, Ulrich Schneekloth, Hilde Utzmann und Sabine Wolfert. Weinheim, Basel: Beltz Verlag, S. 103–132.
- Schnell, Rainer; Hill, Paul B.; Esser, Elke (2018): Methoden der empirischen Sozialforschung. 11., überarbeitete Auflage. Berlin, Boston: Walter de Gruyter GmbH. Online verfügbar unter [http://www.degruyter.com/search?f\\_0=isbnissn&q\\_0=9783110577327&searchTitles=true](http://www.degruyter.com/search?f_0=isbnissn&q_0=9783110577327&searchTitles=true).

- Scholz, Christian (2014): Generation Z. Wie sie tickt, was sie verändert und warum sie uns alle ansteckt. 1. Aufl. Weinheim: Wiley-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA. Online verfügbar unter <https://ebookcentral.proquest.com/lib/zbw/detail.action?docID=1834000>.
- Schröter-Ünlü, Michaela (2014): Karriere-Blogs. In: Ralph Dannhäuser (Hg.): Praxishandbuch Social Media Recruiting. Experten Konw-How, Praxistipps, Rechtshinweise. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, S. 179–212.
- Schwinger, Antje; Klauber, Jürgen; Tsiasioti, Chrysanthi (2019): Pflegepersonal heute und morgen. In: Klaus Jacobs, Adelheid Kuhlmeier, Stefan Greß, Jürgen Klauber und Antje Schwinger (Hg.): Pflege-Report 2019. Mehr Personal in der Langzeitpflege - aber woher? 1. Auflage 2019. Berlin: Springer Open; Springer.
- Shell Deutschland Holding (Hg.) (2019): 18. Shell Jugendstudie - Jugend 2019. Eine Generation meldet sich zu Wort. Zusammenfassung. Unter Mitarbeit von Mathias Albert, Klaus Hurrelmann, Ingo Leven, Gudrun Quenzel, Ulrich Schneekloth, Hilde Utzmann und Sabine Wolfert. Weinheim, Basel: Beltz Verlag. Online verfügbar unter [https://www.shell.de/ueberuns/shell-jugendstudie/\\_jcr\\_content/par/toptasks.stream/1570708341213/4a002dff58a7a9540cb9e83ee0a37a0ed8a0fd55/shell-youth-study-summary-2019-de.pdf](https://www.shell.de/ueberuns/shell-jugendstudie/_jcr_content/par/toptasks.stream/1570708341213/4a002dff58a7a9540cb9e83ee0a37a0ed8a0fd55/shell-youth-study-summary-2019-de.pdf), zuletzt geprüft am 24.10.2019.
- Slotala, Lukas (2019): Stellschrauben mit großer Wirkung. Ansätze zur Gewinnung neuer Auszubildender in der Altenpflege. In: Klaus Jacobs, Adelheid Kuhlmeier, Stefan Greß, Jürgen Klauber und Antje Schwinger (Hg.): Pflege-Report 2019. Mehr Personal in der Langzeitpflege - aber woher? 1. Auflage 2019. Berlin: Springer Open; Springer, S. 71–81.
- Spotify AB (Hg.) (2019): Was ist Spotify. Online verfügbar unter [https://support.spotify.com/de/using\\_spotify/the\\_basics/what-is-spotify/](https://support.spotify.com/de/using_spotify/the_basics/what-is-spotify/), zuletzt geprüft am 20.11.2019.
- Statistisches Bundesamt (Destatis) (Hg.) (2018): Pfleigestatistik 2017. Pflege im Rahmen der Pflegeversicherung, Ländervergleich - Pflegebedürftige. Online verfügbar unter [https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Gesundheit/Pflege/Publikationen/Downloads-Pflege/laender-pflegebeduerftige-5224002179004.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Gesundheit/Pflege/Publikationen/Downloads-Pflege/laender-pflegebeduerftige-5224002179004.pdf?__blob=publicationFile), zuletzt geprüft am 13.09.2019.
- Statistisches Bundesamt (Destatis) (2019a): Demografieportal des Bundes und der Länder - Zahlen und Fakten - Bevölkerungszahl nimmt noch zu. Hg. v. Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung (BIBB). Online verfügbar unter <http://www.demografie-portal.de/Shared-Docs/Informieren/DE/ZahlenFakten/Bevoelkerungszahl.html>, zuletzt geprüft am 30.10.2019.
- Statistisches Bundesamt (Destatis) (Hg.) (2019b): Statistisches Jahrbuch 2019. Deutschland und Internationales: Westermann Druck Zwickau GmbH.

- Staufenbiel Institut GmbH; Kienbaum Consultants International GmbH (Hg.) (2017): Recruiting Trends 2017. Was HR-Verantwortliche wissen müssen. Unter Mitarbeit von Julia Trosser, Annette Kamps, Carina Buchholz, Erik Bethkenhagen, Katharina Schlüter, Matthias Nedoklan et al. Kienbaum Consultants International GmbH. Köln.
- Stiftung zur Förderung der Hochschulrektorenkonferenz (Hg.) (2019): Hochschulkompass - Ein Angebot der Hochschulrektorenkonferenz. Erweiterte Studiengangssuche, zuletzt geprüft am 05.11.2019.
- Taylor, Gloria Ann Jonas; Bairan, Anette (2001): Die amerikanische Pflegepraxis: Realitäten und Entwicklungen. In: Dorothee Buckley-Viertel (Hg.): Studieren und pflegen in den USA. Hochschulsystem - Pflegeausbildung - Pflegepraxis. 1. Aufl. Bern, Göttingen, Toronto, Seattle: Verlag Hans Huber (Verlag Hans Huber, Programmbereich Pflege), S. 55–96.
- Weitzel, Tim; Maier, Christian; Oehlhorn, Caroline; Weinert, Christoph; Wirth, Jakob; Laumer, Sven (2019a): Digitalisierung und Zukunft der Arbeit. Ausgewählte Ergebnisse der Recruiting Trends 2019. Hg. v. Monster Worldwide Deutschland GmbH. Centre of Human Resources Information Systems der Otto-Friedrich-Universität Bamberg; Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Online verfügbar unter [https://www.uni-bamberg.de/fileadmin/uni/fakultaeten/wiai\\_lehrstuehle/isdl/Studien\\_2019\\_02\\_Digitalisierung\\_Web.pdf](https://www.uni-bamberg.de/fileadmin/uni/fakultaeten/wiai_lehrstuehle/isdl/Studien_2019_02_Digitalisierung_Web.pdf), zuletzt aktualisiert am 2019, zuletzt geprüft am 16.09.2019.
- Weitzel, Tim; Maier, Christian; Oehlhorn, Caroline; Weinert, Christoph; Wirth, Jakob; Laumer, Sven (2019b): Employer Branding. Ausgewählte Ergebnisse der Recruiting Trends 2019. Hg. v. Otto-Friedrich-Universität Bamberg, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Centre of Human Resources Information Systems und Monster Worldwide Deutschland GmbH. Online verfügbar unter [https://www.uni-bamberg.de/fileadmin/uni/fakultaeten/wiai\\_lehrstuehle/isdl/Studien\\_2019\\_03\\_Employer\\_Branding\\_Web.pdf](https://www.uni-bamberg.de/fileadmin/uni/fakultaeten/wiai_lehrstuehle/isdl/Studien_2019_03_Employer_Branding_Web.pdf), zuletzt geprüft am 25.10.2019.
- Weitzel, Tim; Maier, Christian; Oehlhorn, Caroline; Weinert, Christoph; Wirth, Jakob; Laumer, Sven (2019c): Mobile Recruiting. Hg. v. Monster Worldwide Deutschland GmbH. Centre of Human Resources Information Systems der Otto-Friedrich-Universität Bamberg; Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Online verfügbar unter [https://www.uni-bamberg.de/fileadmin/uni/fakultaeten/wiai\\_lehrstuehle/isdl/Studien\\_2019\\_04\\_Mobile\\_Recruiting\\_Web.pdf](https://www.uni-bamberg.de/fileadmin/uni/fakultaeten/wiai_lehrstuehle/isdl/Studien_2019_04_Mobile_Recruiting_Web.pdf), zuletzt aktualisiert am 2019, zuletzt geprüft am 16.09.2019.
- Wissenschaftsrat (2012): Empfehlungen zur hochschulischen Qualifikationen für das Gesundheitswesen. Sommer-Sitzungen. Berlin, Köln, 12.07.2012. Online verfügbar unter



<https://www.wissenschaftsrat.de/download/archiv/2411-12.html>, zuletzt geprüft am 04.11.2019.

- Wolfert, Sabine; Leven, Ingo (2019): Freizeitgestaltung und Internetnutzung: Wie Online und Offline ineinandergreifen. In: Shell Deutschland Holding (Hg.): 18. Shell Jugendstudie - Jugend 2019. Eine Generation meldet sich zu Wort. Zusammenfassung. Unter Mitarbeit von Mathias Albert, Klaus Hurrelmann, Ingo Leven, Gudrun Quenzel, Ulrich Schneekloth, Hilde Utzmann und Sabine Wolfert. Weinheim, Basel: Beltz Verlag, S. 213–246.

## Rechtsquellenverzeichnis

- Ausbildungs- und Prüfungsverordnung für die Pflegeberufe (PflAPrV) vom 2.10.2018 (BGBl. I S. 1572).
- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend; Bundesministerium für Gesundheit. *Bekanntmachung der von der 89. Arbeits- und Sozialministerkonferenz 2012 und der 86. Gesundheitsministerkonferenz 2013 als Mindestanforderungen beschlossenen „Eckpunkte für die in Länderzuständigkeit liegenden Ausbildung zu Assistenz- und Helferberufen in der Pflege* vom 29. 01. 2016.
- *Gesetz über die Berufe in der Altenpflege (AltPflG) vom 25.08.2003 (BGBl. I S. 1960), zuletzt geändert durch Artikel 1b des Gesetzes vom 17.07.2017 (BGBl. I S. 2581).*
- *Gesetz über die Berufe in der Krankenpflege (KrPflG) vom 16.07.2003 (BGBl. I S. 1442) , zuletzt geändert durch Artikel 1a des Gesetzes vom 17.07.2017 (BGBl. I S 2581).*
- Gesetz zur Reform der Pflegeberufe (Pflegeberufereformgesetz - PflBRefG) vom 17. Juli 2017 (BGBl. I S. 2581).
- Verordnung über die Finanzierung der beruflichen Ausbildung nach dem Pflegeberufegesetz sowie zur Durchführung statistischer Erhebungen (PflAFinV) vom 2.10.2018 (BGBl. I S. 1622).



# Anhang

## Anhangsverzeichnis

<b>Abschnitt 1: Stichwortkatalog</b> .....	<b>XIII</b>
1.1 <i>Zuordnung der Stichworte</i> .....	<i>XIII</i>
1.2 <i>Vollständiger Stichwortkatalog</i> .....	<i>XIV</i>
<b>Abschnitt 2: Interview-Anschreiben</b> .....	<b>XXI</b>
2.1 <i>Information für Interviewteilnehmer</i> .....	<i>XXI</i>
2.2 <i>Einverständniserklärung für volljährige Interviewteilnehmer</i> .....	<i>XXII</i>
2.3 <i>Informationen für Erziehungsberechtigte bei minderjährigen Interviewteilnehmer</i> .....	<i>XXIII</i>
2.4 <i>Einverständniserklärung für minderjährige Interviewteilnehmer</i> .....	<i>XXIV</i>
<b>Abschnitt 3: Interviewleitfaden</b> .....	<b>XXVI</b>
3.1 <i>Intervieweinführung</i> .....	<i>XXVI</i>
3.2 <i>Interviewfragen</i> .....	<i>XXVII</i>
3.3 <i>Verabschiedung</i> .....	<i>XXIX</i>
<b>Abschnitt 4: Transkriptionen</b> .....	<b>XXX</b>
4.1 <i>Interview A</i> .....	<i>XXX</i>
4.2 <i>Interview B (Pretest)</i> .....	<i>XXXVIII</i>
4.3 <i>Interview C</i> .....	<i>XLV</i>
4.4 <i>Interview D</i> .....	<i>LII</i>
4.5 <i>Interview E</i> .....	<i>LIX</i>
4.6 <i>Interview F</i> .....	<i>LXVII</i>
<b>Abschnitt 5: Qualitative Interviewauswertung</b> .....	<b>LXXIII</b>
5.1 <i>Tabelle 1: Erster Durchgang der Zusammenfassung zur Hypothese 1 „Das negative Bild des Pflegeberufes“</i> .....	<i>LXXIII</i>
5.2 <i>Tabelle 2: Erster Durchgang der Zusammenfassung zur Hypothese 2 „Keine Kenntnisse zum Pflegeberuf“</i> .....	<i>LXXVIII</i>



5.3	<i>Tabelle 3: Erster Durchgang der Zusammenfassung zur Hypothese 3 „Das Internet als Informationsquelle“</i> .....	LXXXI
5.4	<i>Tabelle 4: Erster Durchgang der Zusammenfassung „Empfehlungen“</i> .....	LXXXVII
5.5	<i>Tabelle 5: Zweiter Durchgang der Zusammenfassung – Erkenntnisse</i> .....	XCI
<b>Abschnitt 6: Quantitative Interviewauswertung – Häufigkeitstabelle</b> .....		<b>CII</b>

## Abschnitt 1: Stichwortkatalog

### 1.1 Zuordnung der Stichworte

<b>Begriff</b>	<b>Lfd. Nr.</b>	<b>Begriff</b>	<b>Lfd. Nr.</b>
Aktuell	1	Politik	30
Attraktivität	2	Politisch*	31
Auszubildend*	3	primärqualifizier*	32
Beruf	4	Profession*	33
Beschreibung	5	Professionalisierung	34
Demograf*	6	Schüler	35
Entwicklung	7	Schülerbefragung*	36
Fachkräftemangel	8	Schülerbefragungen	37
Generation*	9	Social	38
Generationen	10	Studenten	39
Gewinnung	11	Studentengewinnung	40
Hochschule	12	Studie	41
Hochschulmarketing	13	Studiengang	42
Internet	14	Studiengang*	43
Internetnutzung	15	studieren	44
Jugendliche	16	Wandel	45
Mangel	17	werben	46
Marketing	18	Werte	47
Maßnahmen	19	Y	48
Media	20	Z	49
Merkmal*	21	Zukunft	50
Merkmale	22	Auswirkung*	51
Nutzung	23	Demografischer	52
Pflege	24	Jugend	53
Pflegeberuf*	25	Typen	54
Pflegeberufegesetz	26	Studium	55
Pflegeberufereformge- setz	27	Befragung*	56
Pflegestudiengang	28	Einstellung	57
Pflegewesen	29		

## 1.2 Vollständiger Stichwortkatalog

Folgende Datenbanken wurden verwendet:

- HS NB = Hochschule Neubrandenburg
- LIVIVO
- Google Scholar (seit 2019, ohne Patente und Zitate)
- GVK = Gemeinsamer Verbundkatalog
- Springer = SpringerLink (seit 2019)

<i>Stichwort</i>	<b>HS NB</b>	<b>LIVIVO (Titel)</b>	<b>LIVIVO</b>	<b>Google Scholar</b>	<b>GVK</b>	<b>Springer</b>
1	806	85869	224373	19200	33958	24805
2	84	970	2860	3920	2223	2346
3	333	1184	2892	1	8160	963
4	3873	147401	529425	9380	120146	8893
5	1103	30564	198772	14400	94379	14013
6	752	9753	17831	1540	68885	2651
7	12086	1354347	7056888	31700	539488	28953
8	66	428	1177	1440	833	1207
9	1008	144205	692574	89800	111836	142821
10	274	146174	701700	6890	8163	11785
11	170	31019	139797	5780	9614	2245
12	5214	411359	1021946	18300	203289	36574
13	20	181	400	55	223	32743
14	2177	51340	202648	54000	112237	62798
15	49	841	2466	722	676	13749
16	1664	225882	463333	7540	28184	5501
17	167	37670	301105	15200	7370	11713
18	3852	115651	315818	41800	128689	28470
19	1750	53295	191041	17700	42680	35440
20	2803	115595	695078	112000	193798	158846
21	1030	9163	35241	10400	17920	12398
22	827	157367	1305484	15200	11396	18187
23	1470	284437	1235641	16700	39776	13111



<i>Stichwort</i>	<b>HS NB</b>	<b>LIVIVO (Titel)</b>	<b>LIVIVO</b>	<b>Google Scholar</b>	<b>GVK</b>	<b>Springer</b>
24	3035	103173	245674	9450	40981	7490
25	352	1839	6013	253	2178	8496
26	6	45	56	124	28	12659
27	2	13	17	66	10	13478
28	2	240	433	75	4	7388
29	10	520	6715	31	68	9844
30	4522	718378	2073062	23600	266945	9855
31	7301	65465	168017	11100	479356	14592
32	4St	22	26	0	15	21
33	429	137440	660192	43800	16227	14630
34	665	1969	4406	3690	5367	1655
35	1070	228721	683915	12600	73887	4838
36	4	64	134	128	164	50
37	1	484	1054	49	26	7310
38	14870	697672	2482878	112000	833458	177172
39	883	167263	502465	5760	31393	3203
40	0	37	242	0	0	0
41	2666	3157710	15792190	29600	136609	19895
42	372	16236	53550	2780	18335	17192
43	1012	1888	3880	2770	23981	1783
44	286	3075964	15671277	4710	4496	6444
45	4242	57733	159562	16200	125791	10719
46	40	37109	93005	3200	2114	2907
47	1025	83461	336892	19500	19490	31938
48	1111	480252	4429241	141000	1300697	218190
49	2744	92198	1605273	109000	435387	190125
50	2486	86479	167954	19700	94106	12999
51	273	63422	135968	7000	12460	40970
52	448	6554	16513	1200	7683	466
53	3239	174275	364554	1960	148659	4258
54	316	736490	4701232	15300	7749	9376
55	3211	39464	72382	17500	69669	5746



<b>Stichwort</b>	<b>HS NB</b>	<b>LIVIVO (Titel)</b>	<b>LIVIVO</b>	<b>Google Scholar</b>	<b>GVK</b>	<b>Springer</b>
56	1006	6915	37597	8640	31589	6158
57	536	72505	228663	12000	11336	64800
2 AND 24	1	11	42	264	8	947
2 AND 4	8	51	302	2940	95	869
2 AND 4 AND 24	0	10	63	1210	8	410
2 AND 24	5	23	181	3080	47	832
2 AND 25	1	11	37	264	22	54
2 AND 26	0	0	0	41	0	1175
6 AND 45	471	1246	2863	42	10021	1456
6 AND 45 AND 51	53	0	320	383	18	81
6 AND 45 AND 24	3	52	339	266	237	657
52 AND 45	437	1710	3714	3180	6826	333
52 AND 45 AND 30	45	0	1053	2580	338	165
52 AND 45 AND 30 AND 19	2	0	135	1850	22	157
52 AND 45 AND 30 AND 19 AND 24	0	0	30	942	2	78
52 AND 45 AND 30 AND 24	5	0	112	1170	6	83
8 AND 24	11	59	225	748	99	520
8 AND 25	1	3	47	199	9	633
8 AND 24 AND 19	2	0	39	563	16	485
8 AND 24 AND 30	2	0	28	528	9	206
8 AND 25 AND 19	0	0	15	160	2	600

<b>Stichwort</b>	<b>HS NB</b>	<b>LIVIVO (Titel)</b>	<b>LIVIVO</b>	<b>Google Scholar</b>	<b>GVK</b>	<b>Springer</b>
<i>8 AND 25 AND 30</i>	0	0	8	133	0	243
<i>8 AND 25 AND 31 AND 19</i>	0	0	5	121	0	353
<i>9 AND 14</i>	45	263	4614	27300	3128	21609
<i>9 AND 14 AND 23</i>	8	0	739	3730	82	1203
<i>9 AND 15</i>	4	4	55	308	25	3304
<i>9 AND 15 AND 53</i>	1	0	11	114	4	684
<i>9 AND 21</i>	18	334	526	7420	37	3028
<i>9 AND 21 AND 24</i>	1	0	49	2970	2	1073
<i>9 AND 38 AND 20</i>	34	54	1223	17200	1431	21005
<i>9 AND 38 AND 20 AND 41</i>	0	0	92	1840	3	501
<i>9 AND 38 AND 20 AND 23</i>	1	0	175	2030	20	710
<i>9 AND 48</i>	77	691	34095	52900	3870	53669
<i>9 AND 48 AND 22</i>	2	1	1394	4070	14	994
<i>9 AND 49</i>	28	190	12729	49400	1573	42302
<i>9 AND 49 AND 22</i>	1	0	583	5950	11	3395
<i>9 AND 54</i>	7	2078	125753	10500	78	2028
<i>10 AND 22</i>	4	335	32935	3950	61	6996
<i>10 AND 22 AND 24</i>	0	0	78	2710	1	1999
<i>9 AND 49 AND 22 AND 5</i>	0	0	11	4330	1	1492

<b>Stichwort</b>	<b>HS NB</b>	<b>LIVIVO (Titel)</b>	<b>LIVIVO</b>	<b>Google Scholar</b>	<b>GVK</b>	<b>Springer</b>
<i>9 AND 48 AND 22 AND 5</i>	0	0	4	2750	0	486
<i>53 AND 14</i>	68	470	3805	3750	744	951
<i>53 AND 14 AND 23</i>	11	71	841	2010	64	509
<i>18 AND 12</i>	292	2562	10424	3320	1991	4016
<i>18 AND 12 AND 24</i>	1	3	207	993	19	1265
<i>18 AND 39</i>	41	236	4362	509	66	427
<i>18 AND 39 AND 11</i>	1	0	60	138	3	87
<i>18 AND 39 AND 24</i>	1	0	26	310	7	172
<i>13 AND 24</i>	0	1	9	26	2	6268
<i>43 AND 18</i>	60	7	137	1210	395	326
<i>43 AND 18 AND 24</i>	0	1	12	728	3	120
<i>42 AND 18 AND 24</i>	0	1	39	728	1	838
<i>43 AND 18 AND 38 AND 20</i>	8	0	17	1070	42	122
<i>42 AND 24</i>	19	436	1738	2100	267	4012
<i>24 AND 44</i>	3	2301	15581	4230	22	1547
<i>32 AND 44</i>	3	3	12	35	0	916
<i>32 AND 44 AND 24</i>	3	2	5	31	0	916
<i>32 AND 43</i>	0	11	15	0	5	19
<i>32 AND 43 AND 24</i>	0	6	8	0	5	18
<i>33 AND 55 AND 24</i>	5	8	137	556	32	710
<i>34 AND 55</i>	54	35	195	1750	189	481

<i>Stichwort</i>	<b>HS NB</b>	<b>LIVIVO (Titel)</b>	<b>LIVIVO</b>	<b>Google Scholar</b>	<b>GVK</b>	<b>Springer</b>
<i>34 AND 55 AND 24</i>	2	4	48	557	8	155
<i>34 AND 55 AND 24 AND 32</i>	0	0	0	0	1	3
<i>11 AND 39</i>	3	26	993	652	49	246
<i>3 AND 46</i>	93	2	27	2640	4	153
<i>3 AND 46 AND 24</i>	18	1	7	1350	1	84
<i>3 AND 46 AND 25</i>	7	1	4	72	0	108
<i>35 AND 46</i>	0	166	2927	1240	14	466
<i>35 AND 46 AND 24</i>	0	0	86	538	2	211
<i>16 AND 46</i>	0	213	2294	1210	6	601
<i>16 AND 46 AND 24</i>	0	3	72	576	2	285
<i>24 AND 7</i>	217	3664	28451	8870	1897	5583
<i>24 AND 7 AND 1</i>	1	47	2100	4230	34	4064
<i>24 AND 7 AND 26</i>	2	0	2	96	3	5270
<i>50 AND 24</i>	58	1318	7565	6130	565	3257
<i>50 AND 24 AND 30</i>	8	41	1365	4120	36	1412
<i>50 AND 24 AND 30 AND 19</i>	0	0	362	3170	5	1372
<i>24 AND 22</i>	24	116	4316	5390	147	4245
<i>30 AND 19</i>	102	1808	25843	10300	1868	8191
<i>30 AND 19 AND 24</i>	3	4	1619	3980	25	2441
<i>35 AND 56</i>	17	272	2855	4010	369	1068
<i>35 AND 56 AND 24</i>	0	2	230	1530	4	310



<b><i>Stichwort</i></b>	<b>HS NB</b>	<b>LIVIVO (Titel)</b>	<b>LIVIVO</b>	<b>Google Scholar</b>	<b>GVK</b>	<b>Springer</b>
<i>35 AND 57</i>	14	3167	27669	3630	280	4617
<i>35 AND 57 AND 24</i>	0	5	233	1810	1	1170
<i>36 AND 24</i>	0	0	6	24	3	7
<i>16 AND 56</i>	47	245	2880	4610	316	1234
<i>15 AND 56 AND 24</i>	0	5	190	1880	3	451
<i>15 AND 57</i>	33	1385	12564	3700	132	5460
<i>15 AND 57 AND 24</i>	0	2	269	2050	0	1494

## Abschnitt 2: Interview-Anschreiben

### 2.1 Information für Interviewteilnehmer

#### **Leitfadengestütztes Interview zur Bachelorarbeit „#PflegeristMehr“ – Informationen für Interviewteilnehmer**

Sehr geehrter, sehr geehrte

Mein Name ist Laura Diedrich und ich studiere, im letzten Semester, Pflegewissenschaft und Pflegemanagement an der Hochschule Neubrandenburg. Im Rahmen meiner Bachelorarbeit befasse ich mich mit der Thematik „#PflegeristMehr – Empfehlungen zur Gewinnung von Studierenden in der Pflege“. Wie im Vorfeld bereits besprochen, führe ich, auf Grundlage einer vorherigen Recherche, diesbezüglich Interviews mit jungen Menschen der 12. Klasse (Gymnasialstufe) durch. Sie haben sich dazu bereit erklärt, mich in meinen Vorhaben zu unterstützen und mir einen Einblick in die Denkweise junger Menschen, wie Ihnen, zu ermöglichen.

Das neue Pflegeberufereformgesetz sieht zahlreiche Neuerungen vor, u. a. wird auch eine hochschulische Pflegeausbildung gefordert. Dies setzt allerdings voraus, dass bei Schüler/Schülerinnen das Interesse an der Pflege verstärkt geweckt wird. Mit Hilfe der Interviews möchte ich, einerseits, ihre persönliche Sichtweise auf den Pflegeberuf erfahren und andererseits, die Nutzung von Social Media und anderen Informationsquellen thematisieren. Hierbei bin ich auf ihre ehrlichen und intuitiven Antworten (sowohl im positiven als auch im negativen) angewiesen. Aus diesem Grund möchte ich darauf verzichten, Ihnen im Vorfeld Zugang zu den Fragen zu gewähren, um einen realistischen Ausschnitt aus den Sichtweisen junger Menschen in meiner Bachelorarbeit darstellen zu können.

Bei der wissenschaftlichen Auswertung der Interviews (mit ggf. einer Verschriftlichung) werde ich selbstverständlich alle Angaben zu ihrer Person entfernen, so dass Sie, auch nicht durch die, in den Interviews erzählte Reihenfolge, für Dritte erkennbar sind. Zudem werde ich nur Ausschnitte der Interviews, in anonymisierter Form, zitieren. Sollte Sie das Ergebnis meiner Bachelorarbeit interessieren, sende ich Ihnen gerne Ende November 2019 eine Ausfertigung zu.

Wenn Sie mit dem Interview einverstanden sind, unterzeichnen Sie bitte die beiliegende Einverständniserklärung. Bitte beachten Sie, dass die Einverständniserklärung bei minderjährigen



Teilnehmern durch die jeweiligen Erziehungsberechtigten unterzeichnet werden muss. Sollten diesbezüglich Fragen Ihrerseits bestehen, stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

Ich bedanke mich, bereits vorab, für ihre Unterstützung!

Mit freundlichen Grüßen

Laura Diedrich

## 2.2 Einverständniserklärung für volljährige Interviewteilnehmer

**Thema der Bachelorarbeit:** „#PflegeristMehr – Empfehlungen zur Gewinnung von Studierenden in der Pflege

**Autorin:** Laura Diedrich  
(Duale Studentin Pflegewissenschaft/Pflegemanagement)

**Betreuung durch die Hochschule Neubrandenburg:**

**Ansprechpartner:** Prof. Dr. Betriska Bethke  
Prof. Dr. rer. biol. hum. Hans-Joachim Goetze (Zweitprüfer)

**Interviewerin/Interviewer:** Laura Diedrich

**Interviewdatum:** .....(wird individuell vereinbart)

Ich, \_\_\_\_\_ erkläre mich dazu bereit, im Rahmen der oben genannten Bachelorthesis, an einem Interview teilzunehmen. Ich wurde im Voraus über das Ziel und den Verlauf der Bachelorthesis informiert. Ich kann das Interview jederzeit abbrechen, weitere Interviews ablehnen und meine Einwilligung der Aufzeichnung sowie Niederschrift des Interviews zurückziehen, ohne dass mir dadurch irgendwelche Nachteile entstehen.

Ich bin damit einverstanden, dass das Interview mit einem Aufnahmegerät aufgezeichnet und von Laura Diedrich ggf. verschriftlicht wird. Für die weitere wissenschaftliche Auswertung des Interviewtextes werden alle Angaben zu meiner Person entfernt und/oder anonymisiert. Mir wird außerdem versichert, dass das Interview in wissenschaftlichen Veröffentlichungen nur in Ausschnitten zitiert wird, um sicherzustellen, dass ich, auch durch die, in den Interviews erzählte, Reihenfolge von Ereignissen, nicht für Dritte erkennbar bin.

Ort, Datum, Unterschrift

## 2.3 Informationen für Erziehungsberechtigte bei minderjährigen Interviewteilnehmer

### **Leitfadengestütztes Interview zur Bachelorarbeit „#PflegelstMehr“ – Informationen für Eltern/Erziehungsberechtigte bei minderjährigen Interviewteilnehmern**

Sehr geehrte Eltern, sehr geehrte Erziehungsberechtigte,

mein Name ist Laura Diedrich und ich studiere, im letzten Semester, Pflegewissenschaft und Pflegemanagement an der Hochschule Neubrandenburg. Im Rahmen meiner Bachelorthesis bearbeite ich das Thema „#PflegelstMehr – Empfehlungen zur Gewinnung von Studierenden in der Pflege“. Die Begeisterung von jungen Menschen für die Pflege ist vor allem im Hinblick auf den drohenden Fachkräftemangel und der Umsetzung des neuen Pflegeberufereformgesetz (2017) von enormer Bedeutung. Dieses sieht u.a. auch die hochschulische Pflegeausbildung vor. Zugangsvoraussetzung hierfür ist, wie bei allen Studiengängen, die Hochschulreife (Abitur).

Meine Bachelorarbeit setzt sich mit der zentralen Frage auseinander, wie junge Menschen der heutigen Zeit erreicht und das Interesse, speziell für einen primärqualifizierenden Pflegestudiengang, geweckt werden kann. Um diesbezüglich einen Einblick in die Denkweise dieser jungen Menschen zu erhalten und einen realistischen Ausschnitt in der Bachelorarbeit dazustellen, befrage ich einige Abiturienten und Abiturientinnen, u. a. zum Pflegeberuf, zur Nutzung sowie dem Sinn von Social Media.

Ihre Tochter/ ihr Sohn hat im Vorfeld Interesse an meiner Bachelorarbeit gezeigt und sich bereit erklärt, an einem derartigen Interview, mit ihrer Einwilligung (siehe nächste Seite) teilzunehmen. Da ich auf ehrliche, intuitive Antworten (sowohl positive als auch negative) angewiesen bin, erhalten die Jugendlichen im Vorfeld keinen Zugang zu den Fragen. Ich kann Ihnen allerdings versichern, dass ich bei der wissenschaftlichen Auswertung der Interviews (mit ggf. einer Verschriftlichung) alle Angaben zu der Person ihres Kindes entferne, sodass ihre Tochter/ihr Sohn, auch nicht durch die, in den Interviews erzählte Reihenfolge, für Dritte erkennbar ist. Zudem werde ich nur Ausschnitte der Interviews, in anonymisierter Form, zitieren.

Sollte Sie dennoch der Leitfaden des Interviews im Vorfeld interessieren, kontaktieren Sie mich bitte unter den oben genannten Kontaktdaten. Gerne informiere ich Sie in einem persönlichen Gespräch,



auch telefonisch, konkreter zum Inhalt des Interviews. Bei Interesse an der gesamten Bachelorarbeit sende ich Ihnen gerne eine Ausfertigung Ende November 2019, per Mail, zu.

Wenn Sie mit dem Interview ihrer Tochter/Ihres Sohnes einverstanden sind, unterzeichnen Sie bitte die beiliegende Einverständniserklärung. Sollten diesbezüglich Fragen Ihrerseits bestehen, stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

Ich bedanke mich, bereits vorab, für ihre Unterstützung!

Mit freundlichen Grüßen

Laura Diedrich

## 2.4 Einverständniserklärung für minderjährige Interviewteilnehmer

<b>Thema der Bachelorarbeit:</b>	„#PflegelstMehr – Empfehlungen zur Gewinnung von Studierenden in der Pflege
<b>Autorin:</b>	Laura Diedrich (Duale Studentin Pflegewissenschaft/Pflegemanagement)
<b>Betreuung durch die Hochschule Neubrandenburg:</b>	
<b>Ansprechpartner:</b>	Prof. Dr. Betriskä Bethke Prof. Dr. rer. biol. hum. Hans-Joachim Goetze (Zweitprüfer)
<b>Interviewerin/Interviewer:</b>	Laura Diedrich
<b>Interviewdatum:</b>	.....(wird individuell vereinbart)

Ich/ wir bestätige/n hiermit, dass mein/e bzw. unser/e Tochter/ Sohn \_\_\_\_\_, im Rahmen der oben genannten Bachelorthesis, an einem Interview teilnehmen darf. Wir wurden im Voraus über das Ziel und den Verlauf der Bachelorthesis informiert. Mein/e bzw. unser/e Tochter/Sohn kann das Interview jederzeit abbrechen, weitere Interviews ablehnen und wir können unsere Einwilligung der Aufzeichnung sowie Niederschrift des Interviews zurückziehen, ohne dass mir/uns oder meinem/ unserem Kind dadurch irgendwelche Nachteile entstehen.



Ich bin/ Wir sind damit einverstanden, dass das Interview mit einem Aufnahmegerät aufgezeichnet und von Laura Diedrich ggf. verschriftlicht wird. Für die weitere wissenschaftliche Auswertung des Interviewtextes werden alle Angaben zu der Person meines/unseres Kindes aus dem Text entfernt und/oder anonymisiert. Mir/Uns wird außerdem versichert, dass das Interview in wissenschaftlichen Veröffentlichungen nur in Ausschnitten zitiert wird, um sicherzustellen, dass unser Kind auch durch die, in den Interviews erzählte, Reihenfolge von Ereignissen, nicht für Dritte erkennbar ist.

Ort, Datum, Unterschrift des/der Erziehungsberechtigten

## Abschnitt 3: Interviewleitfaden

### 3.1 Intervieweinführung

Mein Name ist Laura Diedrich und ich studiere im letzten Semester Pflegewissenschaft und Pflegemanagement an der Hochschule in Neubrandenburg. Da ich auch gerade mal 24 Jahre alt bin und ich ein offenes, persönliches Gespräch führen möchte, würde ich gerne vom Sie zum Du wechseln, wenn dies in Ordnung ist?

Bevor wir mit dem eigentlichen Interview beginnen, möchte ich vorab noch einmal kurz mein Anliegen und das Ziel des Interviews erläutern.

Aktuell schreibe ich an meiner Bachelorarbeit mit dem Titel „#PflegeristMehr – Empfehlungen zur Gewinnung von Studierenden in der Pflege“.

Da für ein Studium an einer Universität oder Hochschule die Hochschulreife (also das Abitur) Voraussetzung ist, befrage ich hierfür derzeitige Abiturienten, wie Ihnen/Dir, um einen Einblick in ihre Situation, Gedanken und Gefühle zu erhalten. Ziel ist es einerseits, ihre/deine persönliche Sichtweise auf die Pflege zu erfahren und andererseits, die Medien zu erfassen, mit welchen Sie sich/Du dich vorwiegend, beispielsweise zu möglichen Berufen oder Studiengängen, informierst.

Bei der Auswertung nehme ich natürlich eine strikte Anonymisierung vor, sodass Sie/Du, auch durch die, in den Interviews erzählte Reihenfolge von Ereignissen, nicht für Dritte erkennbar sind/bist.

Für das Formulieren von aussagekräftigen, verwendbaren Empfehlungen zur Gewinnung von künftigen Studierenden bin ich auf ihre/deine persönlichen, ehrlichen Meinungen, Gedanken und Vorschläge angewiesen. Um einen Ausschnitt aus der Realität darzustellen, bin ich, aus diesem Grunde, auch für negative Auffassungen/Denkweisen dankbar. Ich betone deswegen nochmals, dass aus den Ergebnissen meiner Bachelorarbeit ein Erkennen ihrer/deiner Person nicht möglich ist.

Haben Sie/ hast Du vorab noch Fragen?

Haben Sie/hast Du die Einverständniserklärung sorgfältig durchgelesen und unterzeichnet? Bestehen diesbezüglich noch Fragen?

Dann beginnen wir jetzt mit dem Interview.

### 3.2 Interviewfragen

#### 1. Kategorie: Allgemeine Angaben und derzeitige Situation

Aus meiner Erinnerung heraus ist das letzte Schuljahr mit viel Lernen und einen großen zeitlichen Aufwand verbunden, um das Abschlusszeugnis am Ende in den Händen zu halten. Gleichzeitig habe ich mich das erste Mal in meinen jungen Leben ernsthaft mit meinen möglichen Zukunftsplänen und beruflichen Wünschen auseinandersetzen müssen.

Stellen Sie sich/ stelle dich doch zum Einstieg einmal vor und erzähle/n Sie mir, wie sie ihr/ du dein letztes Schuljahr erleben/ erlebst!

*Eventualfragen zu Kategorie 1:*

- a. *Welche Vorstellungen haben Sie/hast Du für die Zeit nach der Schule? Möchten Sie/ möchtest Du das Ausland entdecken, studieren oder eine berufliche Ausbildung beginnen?*
- b. *Warum möchten Sie/möchtest Du diesen Weg einschlagen?*

#### 2. Kategorie: Wissensstand, Erfahrungen und Sichtweisen zum Pflegeberuf

Der Pflegeberuf wird oftmals zweigespalten betrachtet. Welche Gedanken oder Erfahrungen verbinden Sie/verbindest Du mit dem Pflegeberuf? Antworten Sie/ Antworte bitte möglichst ehrlich und intuitiv!

*Eventualfragen zu Kategorie 2:*

- a. *Würden Sie/würdest Du den Pflegeberuf eher als ein In-Beruf oder Out-Beruf bezeichnen?*
- b. *Kennen Sie/ Kennst Du Personen in ihrem/deinem näheren Umfeld, die im Pflegeberuf arbeiten?*  
*→Bei positiver Beantwortung: Welche Personen sind das und wie nehmen Sie/ nimmst Du diese Person/en wahr?*
- c. *Was wissen Sie/ weißt Du zu den derzeitigen politischen und/ oder gesellschaftliche Entwicklungen im Pflegebereich?*  
*→Bei positiver Beantwortung: Wie ist ihre/deine persönliche Meinung diesbezüglich?*

### 3. Kategorie: Kenntnisse zum Pflegestudium

Neben einer Ausbildung ist es möglich den Pflegeberuf zu studieren. Manche Hochschulen bieten einen solchen Studiengang bereits an – Wussten Sie/ wusstes Du von dieser Möglichkeit?

*Eventualfragen zu Kategorie 3:*

- a. *Bei positiver Beantwortung: Welche Kenntnisse haben Sie/ hast du zum Pflegestudiengang?*
- b. *Bei negativer Beantwortung: Darf ich Dir/Ihnen die Studienrichtung einmal kurz vorstellen?  
→ ggf. Kurze Beschreibung des Pflegestudiengangs!*

### 4. Kategorie: Interesse am Pflegestudium

*Bei positiver Beantwortung von Kategorie 3:* Interessiert Sie/Dich persönlich ein solcher Studiengang?

*Bei negativer Beantwortung von Kategorie 3:* Würde Sie/ Dich, nach dieser kurzen Beschreibung, spontan ein derartiger Studiengang interessieren?

*Eventualfragen zu Kategorie 4:*

- a. *Bei positiver Beantwortung: Was würdest Du/ Sie gerne über diesen Studiengang konkret erfahren?*
- b. *Bei negativer Beantwortung: Warum hast Du/haben Sie kein Interesse an einen solchen Studiengang?*

### 5. Kategorie: Zugang zu Informationen/ Mediennutzung

- *Bei positiver Beantwortung von Kategorie 3: Woher wissen Sie/ weißt Du von der Möglichkeit Pflege zu studieren?*
- *Bei negativer Beantwortung von Kategorie 3: Wie könnten Sie/ Wie könntest Du besser erreicht werden, um Informationen zu einem Pflegestudiengang zu bekommen bzw. dein Interesse zu wecken?*

*Eventualfragen zu Kategorie 5:*

- a. *Wie informieren Sie sich/ Du dich im Allgemeinen im Alltag?*
- b. *Befragen Sie/ Befragst Du ihre/deine Eltern, Verwandte oder auch Bekannten zu ihren Werdegängen oder Sichtweisen auf andere Berufe/Studiengänge?*  
*→Bei positiver Beantwortung: Welchen Einfluss haben diese Meinungen?*
- c. *Bevorzugen Sie eher die Nutzung des Internets oder Erfahrungen anderer Personen, um sich zu bestimmten Themen zu informieren?*
- d. *Warum ist die Werbung über Social-Media so erfolgreich bei jungen Menschen?*

**6. Kategorie: Vorstellungen/ Anmerkungen**

Wie stellen Sie sich/ du dir eine geeignete Werbung für Studiengänge und/oder Berufe vor?  
Welche Empfehlungen würden Sie/ du einer Hochschule geben, die junge Menschen wie Ihnen/ Dir mit einem Studiengang ansprechen wollen?

*Eventualfragen zu Kategorie 6:*

- a. *Kennen Sie/ Kennst du ansprechende Werbungen zu anderen Berufen oder Studiengängen?*  
*→Bei positiver Beantwortung: Erzählen Sie/ Erzähle mir, was dich an dieser Werbung konkret angesprochen hat?*  
*→Bei negativer Beantwortung: Welche Inhalte sollte eine ansprechende Werbung aus ihrer/deiner Sicht enthalten?*

### 3.3 Verabschiedung

Ich bedanke mich sehr für Ihre/ Deine Mithilfe an meiner Bachelorarbeit „#PflegelstMehr“. Sollte Sie/ Dich das Ergebnis der Bachelorarbeit interessieren, sende ich Ihnen/ Dir gerne eine Kopie dieser zu. In dieser werden Sie, unter anderem, auch Universitäten/ Hochschulen finden, welche bereits einen Pflegestudiengang anbieten.

## Abschnitt 4: Transkriptionen

### 4.1 Interview A

00:00:03

*I:* Ja also - mein Name ist Laura Diedrich und ich studiere gerade im letzten Semester Pflegewissenschaft Pflegemanagement hier an der Hochschule Neubrandenburg. - Und da ich auch gerade mal 24 Jahre alt bin - und ich ein offenes persönliches Gespräch führen möchte würde ich gerne vom Sie zum Du wechseln wenn das okay ist. - Ähm bevor wir mit dem eigentlichen Interview beginnen möchte ich vorab noch einmal kurz mein Anliegen und das Ziel des Interviews erläutern. - Aktuell schreibe ich ja meine Bachelorarbeit ähm mit dem Titel Hashtag PflegeIstMehr - Empfehlungen zur Gewinnung von Studierenden in der Pflege - Und da für ein Studium ja - an einer Universität oder Hochschule die Hochschulreife oder auch eben das Abitur - Voraussetzung ist befrage ich gerade - junge Abiturienten wie dich - um einfach einen Einblick in ihre derzeitige Situation Gedanken oder auch Gefühle zu erhalten. - Ziel ist es einerseits - herauszufinden - wie deine persönliche Sichtweise auf die Pflege ist und andererseits - die Medien - zu erfassen, mit welchen du dich vorwiegend zum Beispiel zu Berufen oder Studiengängen informierst. - Bei der Auswertung nehme ich natürlich eine strikte Anonymisierung vor, sodass du auch - aus der in der Interview erzählten Reihenfolge nicht für Dritte erkennbar sein wirst. - Denn für das Formulieren von aussagekräftigen Empfehlungen in meiner Bachelorarbeit ist mir natürlich - sind mir besonders ehrliche und persönliche Gedanken und Gefühle - bin ich quasi darauf angewiesen. Deswegen bin ich auch sehr dankbar wenn du negative Sichtweisen ähm äusserst. Deswegen möchte ich nochmal betonen in meiner Bachelorarbeit wird nachher nicht drinstehen - mit wem ich die Interviews geführt hab. -- Hast du vorab noch fragen?

00:01:42

*B I:* Nein

00:01:42

*I:* Die Einverständniserklärung hast du - gelesen? Gab es da noch irgendwas? --

00:01:42

*B I:* Nein

00:01:42

*I:* Okay - Dann fangen wir einfach mal.

00:01:44

*I:* Aus meiner Erinnerung heraus ist das letzte Schuljahr ja mit sehr viel Lernen und sehr viel Aufwand ähm verbunden - um am Ende das Abschlusszeugnis in den Händen halten zu dürfen. Gleichzeitig muss man sich aber - also musste ich mich das erste Mal ernsthaft damit

auseinandersetzen, was will ich eigentlich danach machen. Und vielleicht stellst du dich zum Anfang des Interviews einfach einmal kurz vor und erzählst mir wie du dein letztes Schuljahr erlebst.

00:02:10

*B I:* Mhm ja also ich bin [...] Ich bin jetzt gerade 18 Jahre alt geworden. Ich besuch die 12. Klasse am [...] Gymnasium. -- Ja wie gesagt das letzte Schuljahr ist - natürlich stressig aber - man hat halt irgendwo das Ziel das gute Abitur zu machen - und also anstreben tue ich halt den einsdreier Schnitt für das Psychologiestudium - was ich gerne machen würde. -- Ja und das ist halt die Motivation. - Und Psychologie würd mich auch sehr interessieren.

00:02:36

*I:* Mhm. Warum möchtest du gerade Psychologie studieren?

00:02:37

*B I:* Mhm also einmal weil ich es halt sehr interessant finde und weil ich glaube damit könnte man Menschen halt also ich würde halt den menschlichen Bereich übernehmen also - ja mit Kindern arbeiten - oder mit ähm -- auch traumatisierten Erwachsenen wenn man sowas sagen kann. Also das fände ich ganz interessant.

00:02:55

*I:* Mhm -- ähm -- Dann jetzt ein ganz anderes Thema. Der Pflegeberuf wird ja oft sehr - zwiespalten betrachten. Welche Gedanken und auch Erfahrungen verbindest du denn mit dem Pflegeberuf?

00:03:04

*B I:* Mhm naja also ich denke halt es ist 'n sehr anspruchsvoller Beruf ähm -- aber vielleicht auch ähm na vielleicht auch undankbar weil er ein bisschen schlecht bezahlt wird glaub ich. -- Und ich ähm also es ist halt - auf psychischer und physischer Ebene anstrengend. Und -- vielleicht wird da nicht so richtig wertgeschätzt wie er sein sollte.

00:03:24

*I:* Mhm -- okay. Würdest du den Pflegeberuf eher als In oder eher als Outberuf für deine Generation bezeichnen?

00:03:31

*B I:* Ja ich glaube in meinem Alter denkt man - an so einen Beruf eher nicht. Ich glaube das es - einfach - weiß nicht vielleicht hat man da falsche Vorstellungen. -- Ähm - ich glaub - er ist out (Lacht)

00:03:42

*I:* Okay (Interviewer und Befragte/r lachen)

00:03:42

*B I:* Also ich finde man sollte vielleicht in sein aber

00:03:45

*I:* Ja?

00:03:45

*B I:* da wird halt in der Schule also über solche Berufe wird halt kaum geredet find ich. Deswegen -- ist es halt auch - macht man sich vielleicht gar nicht über so eine Berufswahl Gedanken. Glaub ich.

00:03:55

*I:* Mhm -- Ähm Kennst du denn Personen in deinem näheren Umfeld, die im Pflegeberuf arbeiten?

00:03:58

*B I:* Zählt Krankenschwesterausbildung?

00:03:58

*I:* Ja.

00:04:00

*B I:* Ja meine Mutter ist Krankenschwester. (Lacht)

00:04:02

*I:* Wie nimmst du denn deine Mutti - wahr?

00:04:04

*B I:* Ja also ich, sie ist immer sehr beschäftigt und sagt also es macht ihr auch Spaß die Arbeit - und - ja sie - also erzählt manchmal was sie denn für Erfahrung hat und dass die Leute auch sehr dankbar sind.

00:04:16

*I:* Mhm

00:04:16

*B I:* Ähm -- also ja ich es - schon - also ja aber sie kommt halt auch sehr geschafft -von der Arbeit. Also --es ist halt 'n schöner Beruf vom Menschlichen her vielleicht - aber es ist halt auch sehr anstrengend.

00:04:25

*I:* Okay - Was weißt du denn zur derzeitigen politischen oder auch gesellschaftlichen Entwicklung im Pflegebereich?

00:04:31

*B I:* Mhm ich glaub im Jahr 2017 gabs ne - Erneuerung sodass man das jetzt auch studieren kann -- und es gibt ein generalisierten Abschluss (...) das habe ich -gelesen ja. Ehm also das zuzusagen europaweit anerkannt werden kann --

00:04:45

*I:* Ja

00:04:45

*B I:* und man danach eine Spezialisierung machen kann? - und - gesellschaftlich -- also ich -- ich denke viele teilnehmen werden nur es ist halt n sehr anspruchsvoller Berufe ist aber - vielleicht trauen sich das doch einige einfach nicht zu - weil ich persönlich würde - ich finde das glaube ich auf - psychischer Ebene anstrengend weil -- naja man hat ja--(...) also wenn man bei der Altenpflege denkt dann -- weiß nicht würden vielleicht die alten Leute leid tun obwohl man ihnen ja eigentlich hilft aber -- ich weiß nicht ob man das so = oder man hat dann vielleicht auch nicht so viel Zeit mit den - Menschen denn manchmal zu reden was sie gerne dann - auch mal hätten - anstatt nur diese -- (...) die reine Pflege aber so etwas Menschliches -- Ich weiß nicht ob man da so viel Zeit hat und das würd mir glaub ich ein bisschen belasten. ((lacht))

00:05:21

*I:* Okay - ähm wie ist denn deine persönliche Meinung zu der - Generalistik - hast du - dir da Gedanken gemacht?

00:05:28

*B I:* Mhmm Naja was also -- Es ist doch - das man - also erst mal ein Grundstudium hat - oder?

00:05:34

*I:* Mhm ((zustimmend))

00:05:34

*B I:* Ja-- also ich - denke mal das es ganz gut weil man sich danach noch spezialisieren kann weil dann - hat man halt auch europaweit die - europaweit die Chancen sich irgendwo zu bewerben -- und ist dann nicht irgendwie eingeschränkt oder so ((Pause/3sec.))

00:05:42

*I:* Ehm --- Neben einer Ausbildung -- wird es ja jetzt künftig auch möglich sein die Pflege zu -- den Pflegeberuf zu studieren. Das war dir ja -- schon bekannt ? Das hast du ja schon gesagt dass du davon schon gehört hast. Ehm Was weißt du denn prinzipiell so zu diesem Pflegestudiengang? Hast du da noch -- mehr Wissen außer das du weißt das es den gibt?

00:06:05

*B I:* Also ich - also ich weiß das es den gibt. Aber ich weiß jetzt nicht was es - jetzt groß von der Ausbildung her unterscheidet -- ob man dann was - anderes im Pflegeberuf - arbeitet oder wenn man studiert halt was Höheres - das weiß ich jetzt nicht genau.

00:06:12

*I:* Darf ich dir das kurz einmal - erläutern?

00:06:15

*B I:* Ja ((lacht))

00:06:15

*I:* Also ist es so dass man -- am Ende - zwei Abschlüsse haben wird - man wird Pflegefachmann

oder - Pflegefachfrau - je nach dem dann und hat dann noch ein Bachelorabschluss -- Man - hat genauso wie die normal Auszubildenden dann Praxiseinsätze - in verschiedenen Einrichtungen - - hat aber die Theorie - alles in der Hochschule - ehm dann von Modulen die auch noch zu höheren -- ehm Tätigkeiten ehm ehm -- die man dann machen darf -- es geht dann so in die Pflegewissenschaftliche Richtung - das man die Qualitätsstandard und sowas anheben darf

00:06:48

*B I:* Mhm ((zustimmend))

00:06:48

*I:* Ähm--ja genau also man ist höher qualifiziert man -- bekommt keine Vergütung dafür -- man ist in dem Sinne kein Auszubildender sondern - ein Student -- Äh ja - wird wahrscheinlich drei Jahre dauern -- mindestens drei Jahre -- genau es wird Aufstiegsmöglichkeiten dazu geben. --- Ehm --würde dich denn persönlich son Studiengang überhaupt ansprechen?

00:07:10

*B I:* Also -- ja also Ausbildung würde ich (...) ich will halt naja nicht machen weil ich ja das Abitur dann gemacht hab und ich würd das (...) naja also der Studiengang ja -- aber wenn man halt diese Aufstiegschancen hat -- würde das halt wieder - wie ich gesagt habe - schon das - ich glaube - ich dafür nicht geeignet wäre. ((lacht))

00:07:21

*I:* Okay

00:07:21

*B I:* Also äh ich glaub das macht das schon -- n bisschen attraktiver? -- diesen Beruf und ehm--

00:07:31

*I:* Wenn du jetzt denn danach suchen würdest - was würdest du dann für Informationen -- finden wollen? Äh Was würdest du konkret erfahren wollen über den Studiengang?

00:07:36

*B I:* Mhm-- ja -- also vielleicht könnt - also wo er ja überhaupt angeboten wird natürlich - dann wie langer er dauert -- ((atmet laut aus)) ja -- wo - wo man sich mit diesem Abschluss überall - bewerben kann - also -- wo da - da allgemein das Anwendungsfeld - ob man dann - ja ob man dann auch generell - in der Pflege arbeiten kann also - Altenpflege Kinderpflege - so was - ehm - -- ja vielleicht auch schon die Bezahlung aber das hängt ja dann vom Arbeitgeber ab - also ((lacht))

00:08:07

*I:* Mhm.

00:08:07

*B I:* Also ja -- sowas in der Art.

00:08:07

*I:* Okay eh m woher wusstest du denn - dass es diese Möglichkeit gibt Pflege zu studieren?

00:08:14

*B I:* Ja - also --ähm --- ja - nein also ((lacht)) ich weiß nicht also von der (...) von der Heute Show - die hatten mal so nen satirischen Beitrag gemacht dann hab ich mich ein bisschen belesen da hieß es dann -- kam halt - ja - dieses - einfach das es jetzt die Möglichkeit gibt äh das zu studieren. Und dann - hab ich da einmal kurz gelesen - was da jetzt dann anders ist als bei der Ausbildung. Weil - ja - ich mir eigentlich nicht vorstellen konnte - was da jetzt ändern sein sollte und wollte mich - halt informieren ((lacht))

00:08:35

*I:* Okay ähm wie informierst du dich denn im Allgemeinen im Alltag? --- wenn du irgendwas wissen willst? --

00:08:45

*B I:* Mhm meistens im Internet. In der Schule halt auch in Büchern bzw. wenn ich (...) vom Lehrer was wissen will - frage ich einfach den -- Lehrer oder - meine Eltern frage ich oder mein- älteren Geschwist - also ich hab - einen älteren Bruder - den könnte ich fragen-- ja

00:09:00

*I:* Ähm --- Befragst du denn auch generell deine Eltern - Verwandte oder auch Bekannten zu -- anderen - Werdegängen oder Sichtweisen auf Berufen?

00:09:08

*B I:* Ja klar -- also die haben ja dann -- also meine Eltern meistens - die haben ja dann n bisschen mehr Lebenserfahrung und halt auch schon mehr kennengelernt - und dann frag ich die auch - ja -- also was die für Erfahrungen gemacht haben oder - mein Bruder halt auch - der arbeitet auch schon -- ja

00:09:20

*I:* Und haben diese Ansichten großen Einfluss auf deine eigene Meinung?

00:09:22

*B I:* Naja sie bilden auch die Meinung - aber ich denke mal ich habe auch noch meine eigene Meinung - also es ist halt einfach nur dass ich dazu denn bisschen mehr was weiß (.../4 Sekunden)

00:09:29

*I:* Bevor - Bevorzugst du eher-- die Nutzung des Internets - oder die Erfahrung von anderen Personen - um dich zu bestimmten Themen - gerade zu Berufen und Studiengängen zu informieren?

00:09:41

*B I:* Mhm bei Berufen und Studiengängen ist glaube ich die persönliche Meinung von - also von - Personen in meinen Umfeld wichtiger - weil -- ja im Internet kann halt viel stehen- da wird das vielleicht - wenn man - gerade beim -- äh- also -- bei Universitätsseiten oder so guckt - dann wird

das Studiengang immer positiv dargestellt aber man könnte halt von den Personen - mehr erfahren ob das jetzt geeignet ist - oder was die halt für - persönliche Erfahrungen damit gemacht haben. Das es -- das äh da da besser kann ich das besser einschätzen ob das was für mich wäre oder nicht - oder ja

00:10:08

*I:* Warum glaubst du - ist Social Media gerade so erfolgreich bei jungen Menschen?

00:10:13

*B I:* Mhm ((lacht)) Es ist einfach n Zugang hat - Also man kann halt einfach drauf zugreifen oder einfach mal nebenbei am Handy-- oder - ja auf - ähm Instagram zum Beispiel - da gibts ja auch die ganzen Nachrichtenseiten - es ist halt einfach - einfacher und es ist auch -- stoppt sozusagen zufällig manchmal auch auf und dann liest mans einfach weil man es interessant findet -- und -- es ist halt ja einfacher sozusagen ((lacht))

00:10:34

*I:* Mhm ähm wir kommen jetzt quasi schon zum letzten Abschnitt und ähm das ist hier der Abschnitt wie -- du dir eine geeignete Werbung für einen Studiengang oder ein Beruf vorstellst? Also - wenn du einer Hochschule Tipps geben könntest

00:10:46

*B I:* ((lacht))

00:10:46

*I:* was Sie unbedingt beachten sollten -- Wie können Sie junge Menschen wie dich ansprechen?

00:10:52

*B I:* Naja -- also ja wie ich gesagt - das mit den persönlichen Erfahrungen - vielleicht könnte man dann wenn man für den Studien - Studiengang wirbt - ähm - ja irgendwelche begeisterten Abschliessenden ähm -- ähm - vielleicht per Video oder vielleicht auch einfach in Zitaten - also als Text darstellen - wie sie dann sagen was ihnen besonders gut gefallen hat - oder warum ihnen dieser Studiengang so toll gefällt -- und was sie auch später damit machen können - alles - also die Möglichkeiten aufweisen -- oder -- im Beruf halt genau das Gleiche - das man einen Berufserfahrungen -- das - ähm -- machen lässt. - wenn ja vielleicht n Werbevideo -- wo er darüber redet - oder dann auch - Ausschnitte - also ich finde man sollte dann auch sehen - was da - gemacht wird -- also man könnte da halt - Ausschnitte aus der Arbeit zeigen - was - wie man damit arbeitet - oder wie - das auch aufgenommen wird - wenn man mit Menschen arbeitet -- wie ähm - ja das die dankbar sind oder - halt --äh Anerkennung zeigen ---

00:11:38

*I:* Mhm -- Kennst du denn -- ansprechende Werbung zu anderen Berufen und Studiengängen? Kannst du da Beispiele nennen? --

00:11:47

*B I:* ((lacht))

00:11:47

*I:* Muss jetzt nichts konkretes sein. Vielleicht irgendwas was dir --- irgendwie jetzt - in Erinnerung

---

00:11:57

*B I:* Werbung --- ne. Für Werbung -- weiß ich jetzt garnicht. Ne--

00:11:57

*I:* Okay. Ähm -- welche Inhalte sollte denn -- eine ansprechende Werbung haben?-aus deiner Sicht -- Was muss unbedingt da drinne sein? - für einen Studiengang?

00:12:06

*B I:* Mhm --- Ja die Möglichkeiten -- ((lacht)) -- Ähm welche man im Studiengang Studiengang hat -- Ähm und vielleicht auch welche Erfahrungen man im Studiengang -- sammeln kann.

00:12:16

*I:* Mhm ((zustimmend))

00:12:26

*B I:* Zum Beispiel auch wenn es ein duales Studium ist dann -- mhm --- ((lacht)) Ich glaub mehr weiß ich jetzt garnicht so.

00:12:26

*I:* Okay --- ähm -- Ja das - war eigentlich schon das kleine Interview. Ich bedanke mich wirklich -- ganz herzlich für deine Mithilfe. -- Und wenn dich das Ergebnis am Ende interessieren sollte - schicke ich dir gerne ne Kopie per Mail zu schicken - genau - da würde dann auch noch mehr über den Pflegestudiengang drin stehen (...) wenn dich das interessiert.

00:12:38

*B I:* Ja das klingt ja ganz interessant.

## 4.2 Interview B (Pretest)

00:00:07

*I* :: Okay --- Also -- ((räuspert sich)) mein Name ist Laura Diedrich und ich studiere im letzten Semester Pflegewissenschaft und Pflegemanagement an der Hochschule in Neubrandenburg. -- Da ich gerade auch mal erst 24 Jahre alt bin - und ich ein offenes persönliches - Gespräch führen möchte - würde ich gern vom Sie zum Du wechseln. Wenn das in Ordnung ist? --

00:00:26

*B 2* :: Kein Problem.

00:00:26

*I* :: -- Bevor wir mit dem eigentlichen Interview beginnen - möchte ich vorab nochmal kurz mein Anliegen und das - Ziel des Interviews erläutern.-- Aktuell -schreibe ich an meiner Bachelorarbeit - mit dem Titel Hashtag Pflege ist mehr --Empfehlung zur Gewinnung von Studierenden in der Pflege. --- Da für ein Studium an einer Universität oder Hochschule -- die Hochschulreife - also das Abitur Voraussetzung ist -- befrage ich hierfür derzeitige Abiturienten - wie dir - um einen Einblick in - deine Situation - Gedanke und Gefühle zu erhalten. -- Ziel ist es einerseits - deine persönliche Sichtweise auf die Pflege zu erfahren und andererseits - die Medien zu erfassen -- mit welchen du dich vorwiegend - beispielsweise zu möglichen Berufen oder Studiengängen informierst. -- Bei der Auswertung - nehme ich natürlich eine strikte Anonymisierung vor - sodass du -- auch nicht durch die -- im Interview erzählte Reihenfolge - für Dritte erkennbar bist.

00:01:19

*B 2* :: Ja.

00:01:19

*I* :: Für das Formulieren von aussagekräftigen und verwendbaren Empfehlungen - zur Gewinnung von künftigen Studierenden - bin ich auf deine persönliche - und ehrliche Meinung -- deine Gedanken und Vorschläge angewiesen -- um einen Ausschnitt aus der Realität darzustellen - bin ich aus diesem Grund auch -- für negative Auffassung oder Denkweisen - sehr dankbar. --

00:01:38

*B 2* :: Ja.

00:01:38

*I* :: Ich betone deswegen noch einmal -- das den aus den Ergebnis meiner Bachelorarbeit - kein erkennen deiner Person möglich sein wird. --- Hast du denn jetzt vorab noch Fragen?

00:01:46

*B 2* :: Nein. Alles gut.

00:01:48

*I* :: Die Einverständniserklärung hast du sorgfältig durchgelesen und unterzeichnet?

00:01:52

*B 2*:: Richtig.

00:01:52

*I*:: Da noch irgendwelche Fragen?

00:01:56

*B 2*:: Nein

00:01:57

*I*:: Okay -- Dann - Beginnen wir jetzt einfach mal - mit den eigentlichen Interview --- Aus meiner Erfahrung heraus - ist das letzte Schuljahr mit viel Lern und einen großen zeitlichen Aufwand verbunden - um das Abschlusszeugnis letztendlich in den Händen zu halten. -- Gleichzeitig habe ich mich damals - das erste Mal in meinem jungen Leben ernsthaft mit meinem möglichen Zukunftsplänen und beruflichen Wünschen auseinandersetzen müssen. ---Vielleicht stellst du dich zum Einstieg unseres Interviews einmal kurz vor - und erzählst mir - wie du dein letztes Schuljahr erlebst.

00:02:24

*B 2*:: -- Also - mein Name ist [...]. Bin jetzt 17 Jahre alt. --- Geh an [...]gymnasium - Neubrandenburg --- ja -- und -- wie ich jetzt mein späteres Leben?

00:02:34

*I*:: ((nickt))

00:02:34

*B 2*:: Also -- momentan ist mein Wunsch -- bzw. -- mein Traum auch - äh Poli-zist zu werden. -- - Ähm - da mein -- äh da mein - Onkel schon bei der Polizei ist -und das finde ich auch sehr bereichert -- äh das mitzuerleben wie --ähm die - Beamten -- äh täglich für -- unser - Land -- für Gerechtigkeit sorgen. --- Aber ich habe auch noch andere Ziele außer Polizist - z.B. wenn das - Polizeistudium nichts sein - sollte für mich - wegen - Voraussetzungen - die ich nicht erfüllen kann -- ist - Sportmanagement auch - eine - zweite Wahl für mich dann.

00:03:15

*I*:: Mhm-- Warum Sportmanagement?

00:03:16

*B 2*:: Äh weil -- ich - im Sport - sehr aktiv bin -- weil ich auch ne -- ich hab n -- ich hab eine Zertifizierung - zum - Trainer --- Äh im Jahr 2017 gemacht -- und - ähm mit Kindern zu trainieren - macht mir eigentlich hauptsächlich Spaß. ---

00:03:33

*I*:: Alles klar --- Mal zu einem ganz anderen Thema -- wenn du - an Pflege denksz --- der Pflegeberuf wird ja oftmals - zwiegestalten betrachtet. -- Und jetzt will ich einfach mal ganz - einfach

wissen - welche Gedanken - Assoziationen - oder auch Erfahrungen - verbindest du mit dem Beruf der Pflege -- sei möglichst - ehrlich und intuitiv dabei.--

00:03:51

*B 2*:: Also mit der Pflege habe ich mich moment - tan noch nicht so viel auseinandergesetzt. -- Ich weiß -- dass äh---äh der Pflegeberuf ein anstrengender Job ist. -- weil äh -- ich habe schon vieles darüber dass -- man echt äh -- an seine Nerven dadruch kommt - wo man eigentlich überall dran äh kommt - als ob es jetzt - Lehrer ist oder Polizist oder Pfleger-- aber --- ähm so -- also jetzt meine Vorstellungen daran? Ähm ---((Pause/ 9 Sekunden)) Kenn ja den Pflegeberuf -- naja - wie sage ich das den jetzt--

00:04:36

*I*:: Einfach -- ganz frei heraus - was denkst du darüber? -- Über den Pflegeberuf?

00:04:42

*B 2*:: --- Naja -- was ich über den Pflegeberuf denke -- also -- wenn ich -- jetzt --Krankenpfleger werden sollte -- denke ich halt immer - auch noch --äh -- dass das mir einerseits Spaß machen sollte -- aber andererseits - brauche ich halt auch diese --äh das Finanzielle - spielt ja auch meistens ne große Rolle -- und da der Pflegeberufe in Deutschland ja relativ -- schon anstrengend ist - und --äh --wird er halt - auch wenig - dafür bezahlt - für die ganzen --äh Pflege -- Leute --was --äh wiederrum - natürlich äh schlecht für unsere Gesellschaft ist weil - es gibt immer - weniger Leute die ähm den Pflegeberuf ausüben wollen -- wegen der niedrigen Bezahlung glaub ich --

00:05:24

*I*:: Mhm -- Kennst du denn -- Personen in deinem näheren Umfeld - die im Pflegeberuf arbeiten?

00:05:29

*B 2*:: Ja --

00:05:30

*I*:: Ja - und wie nimmst du diese Personen wahr? Sind die - glücklich -- oder --

00:05:33

*B 2*:: Naja - es gibt Tage da - kommen sie dann zu mir. -- dann quatsch ich mit denen. Äh - da sind sie halt -- fröhlich darüber - was sie erlebt haben. --Weil es -- es gibt halt schöne Momente - was mit - den Menschen - mit Menschen teilen kannst. -- Zum Beispiel halt - äh ein Altenpfleger dann --- erzählen sie die Geschichten --früher alles besser war als heute -- oder wie man so - Dinge von früher für-- äh anstatt --äh von früher von heute vergleich -- Aber natürlich gibt es auch Tage - an denen -- ähm man einfach - an seine Grenzen kommt und man sich einfach vorstellt -- äh was -- warum jetzt unbedingt heute -- warum bin ich hier -- und ja --Aber das gibt es überall --- aber die Menschen sind -- momen- halt immer positiv --

00:06:22

*I* :: Mhm --- mhm -- Weißt du denn was - zu den - derzeitigen politischen und gesellschaftlichen Entwicklungen im Pflegeberuf?

00:06:26

*B 2*:: Ne ---

00:06:26

*I* :: Garnicht?

00:06:26

*B 2*:: Nö ---

00:06:26

*I* :: Okay -- ähm Neben einer Ausbildung - ist es - seit Kurzen auch möglich - den Pflegeberuf rein -- zu studieren an der Hochschule . -- Quasi die Ausbildung zu absolvieren. -- Manche Hochschulen bieten einen solchen Studiengang bereits an. -- Wusstest du - wusstest du denn vorher schon - das es so eine Möglichkeit gibt?

00:06:46

*B 2*:: Nein wusste ich nicht.

00:06:47

*I* :: --- Ähm -- Darf ich dir denn den - die Studienrichtung einmal kurz vorstellen?

00:06:54

*B 2*:: Gerne.

00:06:54

*I* :: - Also bei der -- dieser Ausbildung an der Hochschule ist es so - dass man -- ähm alle Inhalte - die man an der Beruflichen Schule hat - nicht dort hat - sondern an einer Hochschule - im Rahmen von Modulen der - des Studiengangs dann eben -- gleichzeitig wird man aber auch - die Praxisinhalte - in Form von -- Praktikas bei den -- ähm Ausbildungsträgern - durchführen können. Dafür wird es allerdings keine Vergü -- Vergütung geben. -- Es ist also wirklich ein reiner Studium. Du kriegst dann - auch quasi - den anerkannten Abschluss - in dieser Studienrichtung -- und -- ähm -- ja hast dann halt nen höheren Abschluss als diejenigen - die die reine Ausbildung - absolvieren. - Hast aber auch - halt --eine Pflegefachkraft --

00:07:41

*B 2*:: Also bin ich am Ende auf dem gleichen Niveau? --- also auf der gleichen Wellenlänge mit denen sozusagen -- Also ich hab - am Ende -- genau das Selbe gemacht - wie der anderen---

00:07:46

*I* :: Ja - aber du hast schon ein paar mehr Inhalte an der -- an der Hochschule. ---Ähm -- Würde dich denn nach der kurzen -- Beschreibung - spontan ein derartiger Studiengang persönlich ansprechen?

00:07:58

*B 2*:: --- Eigentlich nicht. - weil ich habe mir andere Ziele äh gesetzt -- die ich erstmal verwirklichen möchte.

00:08:13

*I*:: Okay -- alles klar --- Ähm --- Du hast ja vorhin gesagt - dass du .-- noch nicht wusste - dass es so ein Studiengang gibt -

00:08:18

*B 2*:: Richtig.

00:08:18

*I*:: Ähm wie könntest du denn besser erreicht werden -- um - z.B. - Informationen - über gerade so ein Pflegenstudiumgang zu bekommen -- oder auch dein Interesse eben zu wecken?

00:08:26

*B 2*:: Na -- da ich -- ja - sozusagen -- ja - eine der jungen Generation bin - und sehr viel in Social Media -- mich äh rumtreibe - könnte man das sehr durch -- Werbung -- ähm auf Instagram Facebook oder Twitter und Co. machen -- damit halt die Leute dann zu wecken - das halt auch - eine andere Möglichkeit gibt -- dazu.

00:08:46

*I*:: Mhmm -- Wie informiert du dich denn im Allgemeinen im Alltag?

00:08:48

*B 2*:: Ähm -- durch - das ich einfach im Internet eingebe. -- Das ich einfach -- danach Google dann -- sozusagen

00:08:55

*I*:: Also nutzt du vorwiegend Google -- um die zu infomieren?

00:09:05

*B 2*:: Genau.

00:09:05

*I*:: Okay -- ähm --- ((Pause/ 4 Sekunden)) inwieweit informiert du dich dann - darüber dass du irgendwie Mitmenschen befragst -- zum Beispiel deine Eltern - oder auch Bekannte - zu - beispielsweise Themen wie -- Berufe und Studiengänge -- und welchen Einfluss haben denn - die Meinungen dieser befragten Personen auf deine?

00:09:20

*B 2*:: -- also ich -- also ich frage diese Menschen -- wie sie darüber urteilen? --

00:09:24

*I*:: Ja.

00:09:24

*B 2*:: Über diesen Beruf den ich --

00:09:26

*I* :: Ja z.B. -- oder du fragst was -- das für Studiengänge beinhaltet -- oder --- was der Beruf beinhaltet -- oder --wie sie den Beruf finden --- und hat das dann einen Einfluss auf deine Meinung? -- wenn jetzt z. B. --

00:09:38

*B 2*:: Naja ---sie sagen ja -- ihre Meinung darüber - die nehm ich halt - dan auch wahr --- denke da vielleicht drüber nochmal nach -- aber -- am Anfang hab ich mir halt - dieses - Ziel gesetzt -- diesen Beruf auszuüben dann -- Na klar kriegt man ja immer Kritik an -- dazu - aber -- man äh beschäftigt sich halt sich immer mehr -- mit dem Thema. --- Man kann ja nicht nur aus dem positiven - jetzt an das Thema rangehen. -- ja ich will jetzt das werden -- gibt ja auch -- man muss ja immer das Negative auch sehen dann --

00:10:07

*I* :: Mhm--- Bevor - Bevorzugst du dann - eher die Nutzung des Internets - oder die Erfahrungen - anderer Personen - um dich zu bestimmten Themen zu --informieren

00:10:20

*B 2*:: Beides --- also vorwiegend das Internet-- weil ich halt -- kann ich halt schnell einfach mal eingeben. -- Aber natürlich ist die an äh die Meinung auch von -- Personen - mir auch wichtig.

00:10:30

*I* :: Warum?

00:10:30

*B 2*:: Ähm -- damit äh --- ich sozusagen äh -- mein Interesse da daran wecken könnte - eventuell -- im Internet steht ja vieles da -- da stehen sie ja hier. - äh Das ist so interessant - das sollte man unbedingt machen ((übertrieben ausgedrückt)) aber wenn man die Person danach fragt -- die das vielleicht auch -- ausübt - ähm und sagt --Ja da gibts halt auch diese Probleme - die du im späteren Leben dann auch -- eingehen muss -- oder die - Dich erwarten dann -- dann denkst du halt schon nochmal drüber nach -- ob das eventuell - was für dich ist. -- Und denn setzt du dich damit schon mal auseinander - eventuell wie das später ablaufen könnte oder nicht.

00:11:03

*I* :: Okay -- Warum glaubst du denn -- ist die Werbung über Social Media gerade --Social Media gerade so erfolgreich bei jungen Leuten wie dir?

00:11:09

*B 2*:: Ähm weil wir es anders nicht mitbekommen --Die -- meisten Leute --- äh gehen nicht mehr zu - diesen äh Informationstagen in Neubrandenburg - z.B. zu diesen Messen -- sondern -- chillen einfach nur noch sozusagen - zuhause -- am Handy - am Laptop - PC oder Tablet -- und sind die ganze Zeit nur äh im -- äh im Social Media unterwegs -- und - anders kriegen Sie das dann halt nicht mit -- außer durch die Werbung und den Social-Media-Plattformen.

00:11:43

*I* :: Mhm okay---Dann kommen wir quasi jetzt schon zur letzten Frage -- und zwar --wie stellst du dir denn eine geeignete Werbung für Studiengänge oder und Berufe vor -- und welche Empfehlung - würdest du einer Hochschule geben -- wenn sie junge Menschen mit ihrem Studiengang erreichen wollen?

00:11:56

*B 2*:: --- Ähm wie ich mir das vorstelle? --- Ja die Werbung sollte jetzt halt -- die sie dann machen. --- ja interessant wirken -- und nicht so -- einfach vorlesen - was sie da für ähm Studiengänge machen -- sondern auch vielleicht - zum Beispiel - Praktikas anbieten dazu -- um mal zu zeigen - einen Einblick davon zu bekommen -- um halt -- äh die Interesse daran zu wecken -- bzw. auch die Werbung dazu dementsprechend auch ordentlich zu gestalten -- und halt - sozusagen --- ähm --- zu gestalten -- dass man - die -- Jugendlichen davon überzeugt bekommt.

00:12:39

*I* :: Mhm -- und wie würde -- wie würdest du das ordentliche Gestalten -- definieren.

00:12:45

*B 2*:: Ähm -- durch ähm --- wie ich das definieren würde--ähm

00:12:45

*I* :: Also was müsste so ne Werbung enthalten? -- damit du denkst - die sit ansprechend?

00:12:52

*B 2*:: Naja -- Die Werbung muss halt enthalten - worum es halt geht-- in dem Studiengang bzw. der Ausbildung -- ähm - sollte aber auch jetzt -- ähm gut aufgebaut sein - also vielleicht auch immer -- äh --- so äh verschiedene Leute aufrufen -- oder zeigen dann -- dass sie über diesen äh - über diese Berufung dann ihre -- Meinung abgeben. -- Und dann sollte halt auch--- ähm --- ja - --((Pause/ 11 Sekunden)) ich äh -- Ich weiß nicht. - Ich sehe halt immer - jeden Tag - äh täglich mit -- (...) Social Media unterwegs bin - die ganzen Werbungen -- von der Bundeswehr oder anderen Dingen -- und die bauen das halt einfach immer mit äh Videoclips ein -- was man später aus den Beruf machen kann -- und dann halt die eigene Meinung - von den Leuten - die sie dann -- zum Beispiel wenn sie denn ihren Abschl äh den Abschluss gemacht haben. --Bachelor of Arts zum Beispiel --- Und -- genau dann zeigen sie auch immer lustige Dinge --dazu zum Beispiel.

00:13:54

*I* :: Okay -- Ja das hat mir schon sehr geholfen - das Gespräch und ich bedanke mich -- sehr für deine Mitarbeit an meiner Bachelorarbeit Hashtag Pflege ist Mehr. ---Und sollte dich letztendlich das Ergebnis meiner Bachelorarbeit interessieren -kann dir gerne am Ende -- da auch eine Kopie zu senden -- Und -- in der wären dann zum Beispiel auch Universitäten und Hochschulen, die -- schon so einen Pflegestudiengang anbieten - enthalten -- falls dich das dann doch nochmal näher interessieren sollte. --- Dankeschön

### 4.3 Interview C

00:00:02

*I* :: Okay - Mein Name ist Laura Diedrich - und ich studiere im letzten Semester Pflegewissenschaft und Pflegemanagement - hier an der Hochschule in Neubrandenburg. -- Und da ich auch gerade erst mal 24 Jahre alt bin -- und ich heute ein offenes und persönliches Gespräch führen möchte - würde ich gerne vom Sie zum Du wechseln -- wenn das in Ordnung ist?

00:00:16

*B 3* :: Ja. Das ist in Ordnung.

00:00:16

*I* :: Okay -- ähm bevor wir mit dem eigentlichen Interview beginnen möchte ich noch einmal kurz mein Anliegen und mein Ziel - des Interviews erläutern. -- Und zwar - schreibe ich gerade an meiner Bachelorarbeit Hashtag Pflege ist Mehr --Empfehlung zur Gewinnung von Studierenden in der Pflege -- und -- ähm -- da ja für ein Studium an einer Universität oder einer Hochschule eben die Hochschulreife oder -- das Abitur -- Voraussetzung ist - befrage ich gerade derzeitige Abiturienten - wie -- ähm --- Um einen Einblick in ihre eigene Situation - Gedanken und Gefühle zu bekommen. -- ähm Ziel ist es einerseits - ihre -- also deine persönliche Sichtweise -- auf die Pflege zu erfahren und andererseits -- Medien - zu identifizieren -- die vor allen Dingen Du nutzt - um dich zu Berufen oder Studiengängen zu informieren. -- Ähm Bei der Auswertung nehme ich natürlich eine strikte Anonymisierung vor - so dass du auch -- ähm durch die Reihenfolge - die du jetzt gleich erzählst -- nicht für Dritte erkennbar sein wirst--- und dar für -- das Ausformulieren- von aussagekräftigen Empfehlungen für die Hochschule nachher-- bin ich eben - auf deine ehrliche und persönliche Sichtweise -- angewiesen - dazu gehören auch -- muss ich mich auch-- sehr positiv finden-- wenn du auch mal negative Sichtweisen und Gedanken äußerst. -- Ähm deswegen betone ich jetzt noch einmal -- Es wird nachher keiner er -- kein Erkennen deiner Person - möglich sein - in meiner Bachelorarbeit. -- Hast du noch Fragen?

00:01:40

*B 3* :: -- Nein

00:01:42

*I* :: Die Einverständniserklärung hast du sorgfältig durchlesen -- deine Eltern haben unterschrieben. -- und bestanden da noch irgendwelche Fragen?

00:01:47

*B 3* :: Nein.

00:01:47

*I* :: Okay -- Dann -- beginnen wir einfach mal mit dem Interview. --- Also - aus meiner Erinnerung heraus - ist das letzte Schuljahr mit sehr viel Lernen und sehr viel Aufwand verbunden -- um

letztendlich ja das Abschlusszeugnis in Händen halten zu dürfen. -- Gleichzeitig musste ich damals mich -- das Erste mal wirklich intensiv damit auseinandersetzen - was ich eigentlich für Zukunftspläne oder Berufsvorstellungen habe --- und vielleicht-- nutzen wir jetzt mal zum Einstieg einfach - das du dich einmal kurz vorstellst -- und mir erzählst - wie du das letzte Schuljahr erlebst.

00:02:17

*I* :: Ja ähm -- Ich ähm -- ich werde meine Abi mit 17 Jahren machen (...) -- und ich hab --äh dadurch (...) recht viel Zeit eigentlich -- mich zu entscheiden - oder ob ich -- jetzt studieren möchte--und ähm--ich --arbeite momentan erstmal an meinen Abi -- aber ich war mit meiner Mutter in den Sommerferien schon bei ner Studienberatung-- die sich dann dann - auch den ganzen Tag praktisch nur mit mir auseinandergesetzt hat - und mir dann daraus (...) Empfehlungen gemacht hat --- und mit den habe ich mich natürlich dann auch wieder auseinandergesetzt --Und da hab ich jetzt auch schon ne ganz gute Vorstellungen - was ich mal machen möchte --- oder zumindest in welche Studienrichtung ich gehen möchte -- was ich denn damit mache - weiß ich auch -schon. --- Und ähm -ich weiß nicht - bei mir war es ja anscheinend so - ich wusste immer was ich nicht wollte -- aber trotzdem nie wirklich -- was ich wollte -- oder ich konnt immer nur sagen - Nein das möchte ich auf jeden Fall nicht machen.--- Und--- Momentan steht ja das total Abi -- total im Vordergrund.

00:03:16

*I* :: Okay-- und in welche Richtung soll mal gehen?

00:03:16

*B 3*:: Ähm Naturwissenschaftlich - auf jeden Fall.

00:03:19

*I* :: Okay-- ähm warum gerade naturwissenschaftlich?

00:03:19

*B 3*:: Weil es mich-- zum einen am meisten interessiert und zum anderen - ist es auch viel - wo man logisch verknüpft denken muss -- und auch kann. -- Und da habe ich persönlich sehr viel Spaß dran -- und ich merk - es jetzt auch im Abi -- ich mache alle drei Naturwissenschaften -- und ich merke jetzt auch - immer wieder - es ist extrem hilfreich dass man alle macht -- und man merkt auch immer wieder diese Querverbindungen. -- es -- das finde ich einfach sehr spannend.

00:03:44

*I* :: Okay -- Jetzt ne ganz andere Frage. -- Der Pflegeberuf wird ja oft sehr zwiegespalten betrachtet. --- Welche Gedanken und Erfahrungen verbindest du -- wenn du jetzt das Wort Pflege hörst?

00:03:55

*B 3*:: Mhm --- (...) an eine Freundin denken. -- die arbeitet halt hauptberuflich als Kindergärtnerin -- und hat -- jetzt aber noch nen Nebenjob - praktisch in der Pflege angenommen -- äh

Wochenendschichten - Nachtschichten -- und -- was ich -- also darüber bekomme zumindest n bisschen mit -- Und -- ich finds sehr krass -- dass es -- ein eigentlich extrem wichtiger Job -- und das es trotzdem --wenig honoriert -- und auch relativ schlecht bezahlt wird. -- Aus - meiner Sicht -- und ähm -- das finde ich halt irgendwie n Stück weit nicht fair -- und ich glaub - das entspricht auch nicht dem - was diese Menschen leisten. --- Auch --wenn -- es -- halt immer diese Abstufungen -von wegen -- es ist -- n anspruchsvoller Job - aber nicht unbedingt eben -- nach anspruchsvoll -- wie ne Naturwissenschaft -- und -- das find ich -- sehr krass.

00:04:47

*I* :: Okay -- Würdest du denn - für --- würdest du denken - Pflegeberuf dann eher als ein In oder eher als ein Outberuf für -- junge Menschen bezeichnen?

00:04:49

*B 3*:: Ich -- glaub das kommt sehr auf die - Person drauf an. - Also ich - kenn - auch Einige -- die - ähm -- oder - ich könntest es mir bei einigen aus meine Klasse sehr gut vorstellen --- weil die - zwischenmenschlich da auch auf der Ebene ankommen -- wobei - ich glaube eher für die meisten jungen Menschen - ich sagen würde - eher nicht.

00:05:18

*I* :: Mhm --ähm --- Ich glaub du hast das zwar schon erzählt - aber ich frag trotzdem nochmal -- ob du -- kennst du denn -- noch mehr - also Menschen -- die im Pflegeberuf tätig sind?-- außer - die - deine Freundin?

00:05:34

*B 3*:: Äh --- ne also - ich kenn einige - wo die Eltern im Kindergarten arbeiten. -- Halt Bereich mit Kindern -- aber-- Pflege - eher weniger.

00:05:34

*I* :: Okay -- ähm -- Was weißt du denn - zu derzeitigen politischen oder gesellschaftlichen Entwicklungen in der Pflege. -- hast du da mal was gehört?

00:05:40

*B 3*:: Ähm ehrlich gesagt - Nicht viel -- Höchstens -- jetzt -- Diskussion Richtung Mindestlohn - aber -- an sich ist das nen Thema -- womit ich mich jetzt persönlich auch nicht auseinandersetze -- weil - es wahrscheinlich mich persönlich momentan -- nicht berührt.

00:06:00

*I* :: Okay - ähm -- dir ist ja sicherlich bekannt - dass -- der Pflegeberufe ne Ausbildung ist?

00:06:05

*B 3*:: Mhm ((zustimmend))

00:06:05

*B 3*:: Jetzt - seit Neustem- seit 2020 - wird es auch möglich sein - den Pflegeberuf - zu studieren.



-- An manchen Hochschulen - gibt es bereits solche Studiengänge -- war dir dann jetzt erstmal - grundsätzlich bekannt - dass man - Pflege -- also Pflegeberufe auch studieren kann?

00:06:18

*B 3*:: Mhm ne - war mir nicht bekannt - weil ich mich mit dem Studienfeld -- gar nicht auseinandergesetzt hab - bis jetzt. -- Ähm (...)

00:06:31

*I*:: Darf ich dir das einmal kurz vorstellen?

00:06:31

*B 3*:: Ja -- gern.

00:06:31

*I*:: Ähm --- es ist so - dass man -- die Ausbildung auch an Hochschulen machen kann -- das heißt - man macht eine hochschulische Ausbildung zur Pflegefachkraft. --- Ähm -- Das bedeutet -- dass man die Praxis -- auch -- in verschiedenen Einrichtungen hat - meinetwegen - Krankenhäuser - oder Pflegeeinrichtungen. --- Die theoretische Ausbildung erfolgt dann aber an Hochschulen -- und nicht an Berufsschulen --- Das heißt -- man hat am Ende --trotzdem -- den -- die Berufszulassung als Pflegefachkraft -- gleichzeitig dann aber auch ein Bachelorabschluss -- was dann dazu befähigen soll - höhere Stellen - in der Pflege -- zu besetzen - aber auch diese Stellen sollen -- am - in der Nähe des Patienten sein. --- Um einfach so - Erstens -- anzuknüpfen - um an die anderen europäischen Ländern -- wo bereits äh Pflege - immer nur studiert werden kann. -- Also man kann nur Pflegekraft werden - wenn man studiert -- und ähm -- andererseits -- auch den Fachkräftemangel - in Deutschland -- entgegen zu wirken. -- ist das Ziel. -- Würde dich denn grundsätzlich - so ein Studiengang interessieren?

00:07:39

*B 3*:: (...) -- ich glaube es nicht-- weil -- ich auch immer -- also ich bin zwischenmenschlich - gerade wenn ich mich länger um Menschen kümmer--damit kann ich nicht besonders -- und ich glaub - das ist halt einfach ein Kriterium - was erfüllt werden müsste -- und da bin ich raus

00:07:53

*I*:: Okay --- Ähm ---Könnte man denn -- irgendwie anders -- dein Interesse wecken oder --- ja -- dich zu diesen Pflegestudiengang doch informieren -- also so - dass du es auch - liest?

00:08:10

*B 3*:: (...)--- ich glaube (...) -- also das von mir - das ich jetzt erwarte - wenn ich mich -- versuche -- zu informieren zu Studiengängen -- ist einfach - dass es extrem viele sind. -- und das einfach oft halt einer unter geht -- sofern da jetzt nicht - ist -- was einen irgendwie - sofort interessiert und gleich ins Auge sticht. -- und ich glaub das ist - generell ein Problem -- was man - bei - ich glaub - über 18000 Studiengängen hat -- Essieht halt einfach keiner durch-- Und -- ich -- glaube -- dafür interessiert es mich einfach nicht genug -- es wär - glaub ich sehr schwierig. ((lacht))



00:08:33

*B 3*:: Ähm -- wie informierst du dich denn im Allgemeinen -- im Alltag?

00:08:35

*B 3*:: Mhm -- generell - Richtung Beruf? -- oder allgemein die verschiedenen Möglichkeiten?

00:08:44

*I*:: Genau-- ganz allgemein -- wie informierst du dich?

00:08:44

*B 3*:: Also -- ähm ich -- folg verschiedenen Nachrichtensendern - auch internationalen -- auf YouTube -- und -- ähm ich schau da praktisch durch - was die am Tag hochstellen -- und suche mir denn da letztendlich - die Sachen raus - die mich interessieren. -- Morgens - normalerweise - wenn ich frühstücke - auch Radio -- und äh dazu kommt dann halt noch - zusätzlich das was wir in der Schule -vielleicht auch mal machen - Also wir machen in der Schule --ähm praktisch in der -- Klassenstunde - immer jeden Montag - müssen wir uns -- muss einer - ein aktuelles politisches Thema vorstellen -- Und dann - sollen wir das anschließend diskutieren.

00:09:19

*I*:: Okay -- Ähm --- Befragst du denn auch -- Eltern - Verwandte oder Bekannte zu -- Sichtweisen -- auf Berufe - Studiengänge und politische -- äh Entscheidungen?

00:09:30

*B 3*:: Ja -- also -- das ist ähm -- bei uns zu Hause - sehr -- krass- Also bei uns wird wirklich oft diskutiert -- und äh - auch wirklich - viel -- also - selbst wenn -- nur zwei Leute in der Küche sind - und sich einer Essen macht -- geht das meistens schon dahin -- Ähm auch mit meinen Großeltern - wenn Mark zu Hause ist - natürlich auch -- oder auch nur mit meinen Eltern - Und jetzt gerade durch --nachdem ich --ähm bei der Studienberatung war -- natürlich schau ich dann äh mit Eltern - und mit Marc auch - drüber geschaut -- und ähm - auch geguckt -- was - sind Vor und Nachteile - glaubt ihr - das passt zu mir -- oder vielleicht - überhaupt - was machst du da - natürlich -- also natürlich weil - meine Eltern auch teilweise - einfach viel mehr Erfahrungen haben und auch - viel weiter gucken können -- als ich es jetzt gerade

00:10:15

*I*:: Mhm - und haben diese Meinungen denn einen großen Einfluss auf deine eigene?

00:10:18

*B 3*:: Das kommt immer - bisschen auf die Person drauf an -- ähm -- generell schon -- manchmal bringt die Person auch einfach was ein - was ich - wo ich vorher garnicht dran gedacht hab -- wenn ich es dann aber logisch finde - sehe ich das dann halt auch so -- Aber -- generell würde ich - glaub ich - nicht komplett gegen diese Meinung gehen.

00:10:35

*I*:: Mhm -- würdest du denn eher das Internet bevorzugen - oder die an -- die Erfahrung anderer

Personen - um dich zu bestimmten Themen jetzt - wie zu Berufen und Studiengängen - zu informieren?

00:10:46

*B 3*:: Ähm -- das kommt immer drauf an - Ich habe jetzt in meinem Umfeld - keinen - der in diese Richtung irgendwas gemacht hat -- Das machts halt sehr schwierig -- Ähm meine Mutter versucht aber aus m Bekannten - bzw. aus m Kollegenkreis einen Kontakt herzustellen -- dass ich auch mit jemanden sprechen kann -- der es vielleicht vor Ort gemacht hat -- Ich habs auch schon im Internet versucht -- aber das ist es halt immer die Frage -- äh in wie weit - das halt echte - Meinungen sind -- und -- da weiß ich dann meistens nicht wirklich - ob man den glauben kann -- daher versuch ichs eher -- aus nachvollziehbaren Quellen zu holen.

00:11:04

*I*:: Okay -- ähm warum ist dann - aus deiner Sicht - Social Media so erfolgreich - bei jungen Menschen?

00:11:04

*B 3*:: Oh - das ist schwierig -- ich glaub -- weil man - einfach -- viele Menschen erreicht ohne das man sie wirklich kennen muss -- und -- ähm dass man halt auch -- naja - man ja da ja alle Scheiße reinstellen -- und - letztenendes - im realen Leben würde das - glaub ich - keinen interessieren -- aber ich bin selber --praktisch - kaum auf Social Media unterwegs -- weil ich da - auch nicht - so viel Sinn drin gesehen hab -- Ich glaub - in manchen Situationen ist es hilfreich - wenn man etwas organisieren will - wo viele Menschen beteiligt sind -- aber -ansonsten kann ich damit auch nicht viel anfangen.

00:11:58

*I*:: Mhm -- ähm - dann kommen wir eigentlich - jetzt schon zum Ende hin. Und zwar -- wollte ich dich jetzt mal fragen -- wie -- du dir denn eine geeignete Werbung für Studiengänge -- oder auch Berufe vorstellst. -- Also was - würdest du -- einer Hochschule für Tipps geben - wenn sie junge Menschen - wie dich - erreichen möchte?

00:12:17

*B 3*:: --- das ist ja schwierig -- Ich glaube -- ähm -- also das ich jetzt zum Beispiel für die Studien - vorbereitung genutzt hab sind - diese Bücher - ich weiß nicht - ob die alle von Agentur für Arbeit waren -- aber da gibts - tausende Flyer Bücher -- ähm -- da auf jeden Fall -- dass man es da mit drin hat -- weil ich glaub - das nutzen noch relativ viele -- und -- sonst halt - das man -- im Internet -- weil --das werden- auch denke ich mal - auch viele nutzen - die eben so ne Bücher nicht haben - oder die da kein Zugang zu haben--dass man es da auch leicht findet -- und das vorallem - die Internetseiten auch - so aufgebaut sind -- dass man tatsächlich - damit arbeiten kann -- weil man da auch von manchen - Unis -- oder von -- äh Infomationsseiten immer auch mal wieder Seiten

hat - wo man überhaupt nicht weiß - wie - überhaupt navigiert werden soll -- oder -- wo die Hälfte nicht geht - oder - es ist einfach nicht ansprechend --und ich glaube -- das einfach der Großteil meiner Generation - im Internet - lebt und arbeitet -- und -- ich weiß nicht wirklich - ob es -- sinnvoll wäre - die auf Social Media zu erreichen - weil - ich glaub - das nutzten die meisten - eher so -- für Freizeit - Spaß - Zeitvertreib -- ähm ich weiß nicht - ob das nicht daran liegt - ob das dann ernst genommen wird - oder ob man sich dann halt überhaupt - dann damit mit auseinandersetzt.

00:12:37

*I* :: Ähm -- Kennst du denn - andere ansprechende Werbung - aus irgendwelchen Berufen oder auch Studiengängen -- die dir jetzt so - aus dem Stehgreif einfallen?

00:13:30

*B 3*:: Ähm -- ne - von der Bundeswehr - die Werbung - die man immer wieder auf den Plakaten sieht -- und sonst - manchmal in den größeren Städten - in den U Bahnen auch --

00:13:34

*I* :: Mhm -- was siehst du da für Werbungen?

00:13:34

*B 3*:: Ich glaube - es war auch Bundeswehr -- ich glaub - momentan ist auch viel Werbung für -- ähm Justizvollzugsbeamte und so --das seh ich auch immer mal wieder -- Ich weiß nicht ob das zielführend ist --

00:13:50

*I* :: Okay - was -- welche Inhalte würdest du dir wünschen -- bei einer -- zielgerichteten Werbung?

00:13:57

*B 3*:: -- Das kommt - glaub ich wieder drauf an - wie man sie anbringt - generell - wenn es jetzt - irgendwie so in der -- Öffentlichkeit ist - das es so Plakate -- ich glaub - da würden - erstmal die ganz grundlegenden Sachen reichen -- das man Menschen erreicht - die das interessiert -- und die werden sich dann schon damit auseinandersetzen. - wenn sie das auch interessiert - und wenn man - es jetzt in -- Heften anbietet - dann -- sollten - denk ich-- die -- mehr - als nur diese grundlegenden Informationen drinne sein -- das man auch schon wirklich ne Vorstellung hat --was --mir eigentlich immer wichtig ist - zum einen - was - gehört - in dieses Studium rein - was muss ich da machen - oder was mache ich da -- und was - kann ich dann - auch machen -- vor dem Problem stand ich jetzt - zum Beispiel echt oft -- der Studiengang war interessant - aber ich habe keinen Plan - was ich damit mach.

00:14:34

*I* :: okay - alles klar. --Dann sin wir quasi schon am Ende des kleinen Interviews - Ich bedanke mich für -- deine Mithilfe an meiner Bachelorarbeit -- und wenn dich das Ergebnis interessieren sollte --kann ich dir gerne - ne Kopie zusenden - Ende November --

#### 4.4 Interview D

*I* : : Also -- Mein Name ist Laura Diedrich und ich studiere im letzten Semester Pflegewissenschaft und Pflegemanagement an der Hochschule in Neubrandenburg. -- Da ich gerade erst 24 Jahre alt bin - und ich heute ein offenes - und persönliches Gespräch führen möchte - würde ich gern vom Sie zum Du wechseln -- wenn das in Ordnung ist?

00:00:19

*B 5* : : Ist in Ordnung.

00:00:19

*B 5* : : Ähm bevor wir mit dem eigentlichen Interview beginnen - möchte ich vorab noch einmal kurz mein Anliegen und das Ziel des Interviews erläutern. -- Aktuell schreibe ich - an meiner Bachelorarbeit mit dem Titel Hashtag Pflege ist mehr - Empfehlungen zur Gewinnung von Studierenden in der Pflege -- da für ein Studium an einer Universität oder - eben auch an einer Hochschule -die Hochschulreife - also das Abitur Voraussetzung ist - befrage ich hierfür derzeitige Abiturienten - wie dich -- um einen Einblick in ihre Situation Gedanken und Gefühle zu erhalten. -- Ziel ist es einerseits - deine persönliche Sichtweise auf die Pflege zu erfahren -- und andererseits - die Medien zu erfassen - mit welchen du dich vorwiegend - beispielsweise zu möglichen Berufen oder Studiengängen informierst -- Bei der Auswertung nehme ich natürlich - eine strikte Anonymisierung vor -- sodass du auch -- durch die - in den Interviews erzählte Reihenfolge von Ereignissen nicht für Dritte erkennbar sein wirst. -- Für das Formulieren - von - verwendbaren und aussagekräftigen Empfehlungen --- ähm zur Gewinnung von künftigen Studierenden - bin ich nämlich auf deine persönliche - ehrliche Meinung -- deine Gedanken und Vorschläge angewiesen. -- Deswegen bin ich auch -- für negative Auffassungen und Denkweisen sehr dankbar. -- Ich betone deswegen nochmals -- dass aus den Ergebnissen meiner Bachelorarbeit ein Erkennen deiner Person -- nicht möglich sein wird. Hast du jetzt vorab noch Fragen?

00:01:42

*B 5* : : Nein.

00:01:42

*I* : : Okay -- du hast die Einverständniserklärung sorgfältig durchgelesen und unterzeichnet -- oder deine Eltern bzw. -- Äh bestehen diesbezüglich noch Fragen?

00:02:00

*B 5* : : ((schüttelt verneinend den Kopf))

00:02:00

*B 5* : : Okay -- dann fangen wir einfach mal an --- Also aus meiner Erinnerung heraus -ist das letzte Schuljahr mit viel Lernen und einen großen zeitlichen Aufwand verbunden -- und dann letztendlich sein Abschlusszeugnis in den Händen halten zu dürfen. -- Gleichzeitig -- musste ich

mich damals - das erste Mal mit meinem jungen Leben - ernsthaft mit meinen möglichen Zukunftsplänen -- und beruflichen Wünschen auseinandersetzen. -- Vielleicht stellst du dich zum Anfang einfach einmal vor -- und erzählst mir -- wie du denn dein letztes Schuljahr erlebst.

00:02:34

*B 5* : : Also -- ähm ich bin [...] - gehe zur Zeit aufs [...]gymnasium Neubrandenburg. Und -- für mich ist das letzte Schuljahr - persönlich sehr stressig -- ähm we also allein an der Klausurenphase -- so - die Prüfungsphase - davor habe ich eigentlich keine Angst -- und was war die zweite Frage?

00:02:54

*I* : : Ähm wieso - wie du ja - wie du dein Schuljahr jetzt erlebst - mehr war es gar nicht

00:02:54

*B 5* : : Achso ja

00:02:54

*I* : : Das reicht schon ((lacht)) -- okay -- Welche Vorstellung hast du denn -- für die Zeit nach der Schule? - Möchtest du vielleicht ins Ausland gehen - studieren oder vielleicht ne Ausbildung beginnen?

00:03:11

*B 5* : : Also am liebsten würde ich gleich ne Ausbildung beginnen - also kein Zwischjahr machen -- da -- ich eigentlich gleich starten möchte --

00:03:11

*I* : : Okay - warum möchtest du -- also den Weg möchtest du vorwiegend einschlagen - gleich anzufangen? Oder gibts noch andere Gründe?

00:03:11

*B 5* : : Nein.

00:03:11

*I* : : Okay -- Der Pflegeberuf - an sich wird ja - oftmals zwiegespalten betrachtet -- ähm welche Gedanken und Erfahrungen verbindest du denn mit dem Pflegeberuf?

00:03:29

*B 5* : : Also - ich hatt ja - ein Praktikum - in der achten Klasse -- am Dietrich Bonhoeffer Klinikum -- ähm das war zwar - wirklich sehr anstrengend -- teilweise und - als Praktikantin darf man natürlich - nicht die Tollsten Aufgaben machen -- aber - ähm es hat mir auch sehr viel Spaß gemacht - und wenn ich nach Hause gegangen bin - wusste ich halt das ich was Gutes gemacht hab.

00:03:51

*I* : : Okay -- und würdest du den Pflegeberuf eher als nen In Beruf - oder eher als n Outberuf für deine Generation bezeichnen?

00:03:57

*B 5* : : Ich würde das sogar -- äh eher als äh ein In Beruf bezeichnen.-- also gerade - viele meiner



Klassenkameraden wollen in die Pflege gehen -- ähm --- da -- also -- in der heutigen Zeit mehr auf das - persönliche Glück - wert gelegt wird - und halt auch mehr darauf - gelegt wird - dass -- man halt was erreicht hat und was gutes getan hat --und das wollen halt auch viele machen.

00:04:26

*I* : : Und ähm Kennst du denn Personen in deinen näheren Umfeld - die im Pflegeberuf tätig sind?

00:04:34

*B 5* : : jaa - also ((lacht)) meine Schwester ((lacht))

00:04:34

*I* : : Okay -- und wie nimmst du die Person wahr?

00:04:41

*B 5* : : Ähm-- ziemlich zufrieden mit dem Leben. -- und glücklich -- also ich denk auch das sie -- halt ähm -- oder eher gesagt (...) halt damit glücklich ist - was sie macht.

00:04:41

*I* : : Ähm was weißt du denn zu den derzeitigen politischen oder gesellschaftlichen Entwicklungen im Pflegeberuf?

00:04:41

*B 5* : : Naja also ähm zur Zeit weiß ich das sich halt das Konzept ändern wird. Ähm -- die Pflegeberufen äh die Pflegeberufe - sollen halt in eine generalistische - Ausbildung zusammen gefasst werden - die zwei Jahre zusammen läuft -- und dann darf man sich im dritten Jahr - ja entscheiden ob man - die generalistische Ausbildung - fortsetzt und dann einen -- Abschluss als Pflegefach äh kraft bekommt -- oder du kannst dich halt - mehr spezialisieren - zum Beispiel - in die Altenpflege - oder Kinderpflege

00:05:27

*I* : : Okay --- ähm wie ist denn deine persönliche Meinung diesbezüglich?

00:05:39

*B 5* : : Also ich finde das -- gut ähm aber auch ein bisschen schade - weil man - ja eigentlich sonst von Anfang an in das reinsteigt -- und jetzt -- muss ich halt in alle Bereiche so ein bisschen rein gucken -- obwohl das eigentlich auch nicht so schlimm ist -- aber ich persönlich habe ja schon nen festen Bereich - also ich will unbedingt in die Kinderkrankenpflege -- deswegen ist es für mich jetzt nicht - so interessant.

00:05:57

*I* : : Okay ähm -- neben der generalistischen Ausbildung wird es ja auch möglich sein -- den Pflegeberuf zu studieren -- manche Hochschulen bieten eine solchen Studiengang bereits an -- wusstest du denn schon - das es diese Möglichkeit geben wird?

00:06:28

*B 5* : : Nein.



00:06:28

*I* : : Ähm -- darf ich dir das denn einmal kurz vorstellen?

00:06:28

*B 5* : : Ja .

00:06:29

*I* : : Also es wird so sein - das neben der generalistischen Ausbildung - wie du gerade schon erzählt hast - auch eine hochschulische Ausbildung -- für den Pflegeberuf geben wird -- das heißt - man wird die Praxis -- ähnliche Praxiseinsätze haben -- ähm wie auch in der normal normalen Ausbildung -- bloß die ganze Theorie findet an der Hochschule statt -- mit nochmal spezifischeren Inhalten - zu -- ähm gegebenen Dingen - damit man wirklich -- Pflegeexperte ist -- und man dann auch -- in ne höhere Einstufung hat - als die normal ausgebildeten Pflegekräften -- ähm -- Nachteil ist - dass es hier keine Vertiefung geben wird - es wird also nur den Generalistischen -- man wird nur den Generalistischen Abschluss da machen -- und - das gibt auch keine Vergütung - wie bei den normal Auszubildenden - weil es ja keine Auszubildende sind - sondern Studenten -- ja -- Würdest dich denn -- wür würdest dich - das denn jetzt mehr interessieren? -- also würdest du -- noch mehr dazu erfahren wollen -- jetzt wo du - nach der kurzen - Vorstellung - dieses Studiengangs --?

00:06:28

*B 5* : : Ja - also an sich schon - also eigentlich bin ich persönlich - das ich so eher ne Ausbildung machen möchte - als studieren -- aber - trotzdem würde ich mich halt über alle - Informationswege informieren wollen

00:07:10

*I* : : Mhm -- Und was würde dich jetzt konkret dann noch weiter interessieren würden? -- für den Studiengang -- Also was würdest du jetzt noch mehr -- erfahren wollen dazu ?

00:07:30

*B 5* : : Na ähm was es vielleicht für einen gibt ---so ((lacht)) mann ---((Pause/ 6 Sekunden)) ähm ((Pause/ 8 Sekunden))

00:08:00

*I* : : Was würde dich noch interessieren? Was würdest du jetzt -- googeln? -- oder --

00:08:07

*B 5* : : Naja ich würd das halt allgemein googeln - und dann halt durchlesen --

00:08:32

*I* : : Und was würdest du durchlesen wollen?

00:08:47

*B 5* : : -- Also was ich mir davon wünsche?

00:09:05

*I* : : Ja - was du wissen wollen würdest? -- wenn du dich zu einem Studiengang infomierst? -- so was würdest du jetzt wissen wollen dazu ?

00:09:05

*B 5* : : Na --welche -- Lehrbereiche man hat J- auf jeden Fall -- und - wie das halt - wie das dann mit der Praxis aussieht -- da ich halt schon - mehr - mehr Praxis haben möchte -- als --- naja -- Theoretisch halt ((lacht)) und -- ja -- tia

00:09:20

*I* : : Ähm --- wie könnte man dich denn besser erreichen - damit du jetzt - zum Beispiel von diesen Studiengang schon gehört hättest? -- also --auf welchen Kanal?

00:09:57

*B 5* : : Also ich bin definitiv ein Fan von Flyern -- also - ich nehm mir - immer irgendwo - welche Flyer mit -- und --- ja - ich verteile manchmal auch Flyer -- für Umweltschutz ähm - da ich finde einfach - man hat das den in der Hand - man kann sich das durchlesen -- und - im Internet - gibts ja schon so viel -- da sieht man dann halt auch irgendwann nicht mehr durch -- ob das jetzt --- so sein soll - oder nicht

00:10:27

*I* : : Okay - und wie infomierst du dich - im Allgemeinen im Alltag? - wenn du irgendwas wissen möchtest?

00:10:27

*B 5* : : Über Internet

00:10:31

*I* : : Wo da?

00:10:39

*B 5* : : Ähm -- verschiedene Seiten -- also - Wikipedia meistens garnicht -- sondern andere Seiten - weil mir beigebracht wurde - Wikipedia ist nicht gut ((lacht))

00:10:53

*I* : : Okay ähm ((Pause/ 9 Sekunden)) okay fragst du denn auch Eltern Verwandte oder auch Bekannte - in deinen näheren Umfeld - zu Werdegängen und Sichtweisen auf - Beruf oder Studiengängen?

00:10:56

*B 5* : : Ja -- also -- Papa - mein Papa hab ich halt schon oft was geredet -- ähm - aber halt über ein anderen Beruf - Fluglotsin - beispielsweise -- ähm - mit Mutti - rede ich ja auch - über sehr viele Berufe und - Studium -- generell -- trim mich jetzt alle dazu - irgendwas zu finden - was mir Spaß macht.



00:11:20

*I* : : Okay -- und haben die Meinungen der anderen einen großen Einfluss auf deine Eigene?

00:11:25

*B 5* : : Nein -- ehrlich gesagt nicht - ähm also ich will - wirklich das machen - was mir Spaß macht -- und da hat eigentlich keiner was zu sagen --

00:11:37

*I* : : Okay -- bevor - ähm würdest du denn jetzt eher das Internet - bevorzugen - oder die Erfahrung - ein anderen Person - um dich zu bestimmten Themen zu informieren?

00:11:44

*B 5* : : Die Erfahrung von einer anderen Person - also es ist ja - wie bei Dingen - die du im Internet kaufst - da guckst du ja auch erst - in den Rezensionen - ob das gut ist oder nicht --

00:12:06

*I* : : Ähm - warum glaubst du - ist Werbung so erfolgreich - also Werbung über Social Media so erfolgreich bei - deiner Generation?

00:12:13

*B 5* : : Naja -- weil - wir gefühlt nur - in Social Media rumhängen - zum Beispiel Instagram - da kannst du es am Besten eigentlich vermarkten -- da - wir gefühlt den ganzen Tag auf Instagram sind - irgendwelche Bilder angucken Videos -- ähm es wird aber manchmal auch schwierig - da das halt jetzt immer mehr genutzt wird -- und dadurch -- wird das einfach viel zu viel

00:12:31

*I* : : mhm -- ähm -- wie würdest du dir denn eine geeignete Werbung für ein Studiengang - oder ein Beruf vorstellen? -- also welche Empfehlungen würdest du beispielsweise - einer Hochschule geben -- wenn die junge Menschen - wie dich erreichen möchten?

00:12:31

*I* : : Naja - auf jeden Fall sollte da - nicht - zu viel Text stehn -- weil manche - die soviel Text sehen - denken sich so - ne -- das lese ich mir jetzt nicht durch -- ähm -- es sollte halt von Anfang an - gleich -- ansprechen und -- gleich - sehen worum es geht -- also nicht irgendwelche versteckten -- Sachen - wo man sich erstmal fragt - so - mhm - was ist das überhaupt ((lacht)) -- ähm -- ja -- und --- sonst -- eigentlich -- lässig rüber kommen -- also - das nicht so -- verstrickt rüber --

00:12:48

*I* : : Ähm - Kennst du denn ansprechende Werbung - von anderen Berufen oder Studiengängen?

00:12:48

*B 5* : : Nein

00:12:48

*I* : : Nein - ähm welche Inhalte sollten denn unbedingt - aus deiner Sicht - in so ner Werbung enthalten sein?



00:12:48

*B 5:* : Naja -- was es ist -- worum es geht -- ähm -- welche Vorteile - es auf jeden Fall hat -- Nachteile würde ich da jetzt echt nicht rein nehmen ((lacht)) da wär n bisschen unlogisch -- ähm -- und - vielleicht noch Weiterbildungsmöglichkeiten -- also - das interssiert ja auch - sehr vielen Leuten --

00:12:48

*I:* : Okay -- ähm das wars denn schon -- ich bedanke mich dann für deine Mithilfe - an meiner Bachelorarbeit - und sollte dich das - das Ergebnis meiner - Bachelorarbeit interessieren - kann ich dir gerne eine Kopie - zu schicken -- das wird dann beispielsweise - auch der Pflegestudiengang näher erklärt sein - und auch Universitäten und Hochschulen drinne stehen - wo sowas angeboten wird --

#### 4.5 Interview E

00:00:01

*I*:: Ja -- also mein Name ist Laura Diedrich - und ich studiere im letzten Semester Pflegewissenschaft und Pflegemanagement an der Hochschule Neubrandenburg. - Und da ich auch erst 24 Jahre alt bin -- ähm und ich ein offenes Gespräch führen würde - würde ich mich freuen wenn ich vom Sie zum Du wechseln könnte - wenn das in Ordnung ist?

00:00:17

*B 6*: Ja - das ist in Ordnung

00:00:17

*I*:: Okay - ähm - bevor wir mit dem eigentlichen Interview beginnen - würde ich noch einmal kurz mein Anliegen und das Ziel des Interviews erläutern. -- Und zwar schreibe ich aktuell an meiner Bachelorarbeit - Hashtag Pflege ist mehr -- Gewinnung von Studierenden - in der Pflege -- und da ja für ein Uni - ein Studium an einer Universität oder an einer Hochschule -- e Hochschulreife Voraussetzung ist - also das Abitur - befrage ich jetzt Abiturienten wie dich -- wie sie denn einfach - die derzeitige Situation wahrnehmen - welche Gedanken sie haben oder auch Gefühle. -- Ziel ist es einerseits - deine persönliche Sichtweise auf die Pflege zu erfahren -- und andererseits - die Medien zu erfassen die du vorwiegend nutzt - um dich zum Beispiel zu Berufen oder auch Studiengängen zu informieren. -- Ähm bei der Auswertung nehme ich deswegen auch eine strikte Anonymisierung vor - sodass du auch nicht - für die erzählte Reihenfolge in den Interviews für Dritte erkennbar wärst -- ne weil einfach für das Formulieren von aussagekräftigen Empfehlungen - nachher mir - deine - ehrliche und persönliche Meinung - Gedanken oder auch Vorschläge ganz doll wichtig sind. Dazu gehören auch negative - Gedanken -- und Sichtweisen. -- Deswegen betone ich jetzt noch einmal dass -- du dann nacher in meiner Bachelorarbeit -- nicht erkennbar sein wird -- dass du das jetzt bist (...) -- Gibts bis hier -- denn noch Fragen?

00:01:29

*B 6*: Nein -- keine Fragen

00:01:36

*B 6*: Gut - Die Einverständniserklärung hst du sorgfältig durch gelesen? - und unterschrieben?

00:01:43

*B 6*: ((nickt zustimmend))

00:01:43

*I*:: Und gabs das noch irgendwelche offene Fragen?

00:01:43

*B 6*: Auch nicht.

00:01:43

*I*:: Gut -- Dann fangen wir einfach mal an -- aus meiner Erinnerung heraus - ist es so -- dass - das letzte Schuljahr - mit unglaublich viel Lern und Aufwand verbunden war -- um letztendlich das Zeugnis in den Händen halten zu dürfen. -- und dass ich mir gleichzeitig aber auch erst einmal wirklich -- das erste Mal in meinem Leben - bewusst darüber Gedanken machen musste - was will ich eigentlich - mit mir anfangen - welche Berufe und welche -- äh Zukunftspläne hab ich -- und deswegen möchte ich auch dich erst mal -- zum Anfang bitten - dass du dich einmal kurz vorstellst - und dann - vielleicht erzählst - wie du dein letztes Schuljahr erlebst.

00:02:16

*B 6*: Ähm -- (...) also - es ist - sehr stressig -- vor allem weil -- äh das Schuljahr jetzt auch so kurz ist -- ähm - es ist alles ziemlich gequetscht - man muss viel lernen - man hat wenig Freizeit -- ähm -- an sich -- hab ich - damit aber - kein Problem - weil ich hab - n Ziel vor Augen -- ich weiß schon - seit -- der -- achten Klasse -- was ich machen will - ich will Pharmazie studieren --- äh -- und von daher -- ist es - nicht ganz so schön aber - ich komm eigentlich ganz gut damit klar --

00:02:50

*I*:: Okay -- ähm --warum - möchtest du grad Pharmazie studieren?

00:02:55

*B 6*: Äh - ich interessiere mich - sehr für Chemie -- und auch für -- ähm so mechanische Sachen -- und ich hab dann - einfach geguckt -- ähm was mir besser gefallen könnte - hab n Praktikum in der Apotheke gemacht -- das hat mir gefallen - und dann -- hab ich noch - äh - noch - eins nach-gesetzt. -- ich war - ich fands immer noch toll -- und - deshalb ist - es dabei geblieben.

00:03:17

*I*:: Okay -- ähm vielleicht kannst du dich einfach nochmal ganz kurz vorstellen - auf welche Schule du gehst - und wie du heißt--

00:03:22

*B 6*: Achso -- ja - also mein Name ist [...] ich äh geh auf -- das [...] Gymnasium in Neubrandenburg - 12. Klasse - drittes Semester

00:03:31

*I*:: Okay - ähm - wenn man jetzt vom Pflegeberuf gehört - wird der ja -- oft zwiegespalten betrachtet -- ähm welche Gedanken oder auch Erfahrungen - verbindest du denn - wenn du jetzt an der Pflegeberuf denkst?

00:03:43

*B 6*: Das ist sehr -- anstrengend ist - und manchmal auch -- nicht sehr schön - aber ich glaub - man kann da auch -- Spaß bei haben --- also es kommt immer drauf an -- äh wie man das jetzt sieht - also ich -- erfahr das selber bei meiner Oma - die ist äh Demenz krank --- äh da warn wir ja auch letztens in -- einem - hatten wir sie in nem Pflegeheim gebracht und -- teilweise -- waren

die Mitarbeiter -- motiviert -- ähm -- und dann - gab es aber auch wieder die Momente - wo sie eher gelangweilt gewirkt haben - weil mit - alten Leuten zu arbeiten -- ist auch - nicht - also - man hat ja nicht immer - irgendwas zu tun

00:04:20

*I*:: Mhm -- okay würdest du denn den Pflegeberuf - aus deiner Sicht - eher als n In oder eher -- als n Outberuf für deine Generation bezeichnen?

00:04:28

*B 6*: Ich denke - viele aus meiner Generation -- möchten - das nicht machen. -- obwohl ich -- äh - denke das - auch der Beruf Vorteile haben kann -- das auch - n schöner Beruf ist

00:04:42

*I*:: Warum glaubst du das - woran liegt das (...) nicht machen?

00:04:45

*B 6*: Äh einfach -- weil sie nicht - mit alten Leuten zusammen arbeiten wollen -- und kein Interesse - an der Arbeit haben -- die das macht -- also -- ähm - den alten Leuten - oder auch Demenzkranken -- dann - beim Gehen zu helfen -- das ist alles etwas langsamer -- und - bei vielen - die möchten was zu tun haben - und das Ganze n bisschen schneller machen

00:05:07

*I*:: Okay -- ähm - Kennst du denn Personen - in deinem näheren Umfeld - die im Pflegeberuf arbeiten?

00:05:13

*B 6*: Ähm --- nein

00:05:17

*I*:: Nein - okay --- ähm weißt du was zu den derzeitigen - politischen oder auch gesellschaftlichen Entwicklungen in der Pflege?

00:05:24

*B 6*: Mhm --- bisschen aus den Nachrichten - das jetzt äh -- zu wenig Pflegestellen sind -- ähm ich weiß das -- teilweise - auch -- äh international - Pflege angeworben werden -- ähm - die dann bei uns -- in Deutschland ausgebildet werden - damit wir hier Leute haben - weil unsere eigenen das nicht machen wollen

00:05:47

*I*:: Mhm - und wie ist deine persönliche Meinung dazu?

00:05:50

*B 6*: Äh - zu dem Beruf - oder

00:05:52

*I*:: Ne zu dem - zu dem was du jetzt weißt zu der Pflege

00:05:54

*B 6:* Achso -- ja es ist - n Problem - das gelöst werden sollte -- weil Pflege - Berufe sind eigentlich wichtig

00:06:01

*I::* Mhm -- ähm -- neben einer Ausbildung ist es jetzt - künftig - ab 2020 - möglich - auch Pflege zu studieren -- also ein hochschulische Pflegeausbildung zu machen -- ähm - manche Hochschulen bieten sowas schon an -- wusstest du - erstmal grundsätzlich davon das es das -- überhaupt gibt?

00:06:18

*B 6:* ((schüttelt verneinend den Kopf))

00:06:18

*I::* Nein? - Darf ich dir das einmal ganz kurz vorstellen?

00:06:21

*B 6:* Gerne

00:06:22

*I::* Ähm - es ist so - das man -- wie in der normalen Ausbildung -- auch eine Ausbildung an der Hochschule - in der Pflege machen kann -- man hat -- genau so Praxiseinsätze -- aber die theoretische Ausbildung erfolgt dann an der - an einer Hochschule - mit zusätzlichen - spezifischen Inhalten -- ne das heißt man hat am Ende -- quasi zwei Abschlüsse - man hat einmal die Berufszulassung -- und einmal - ähm ein Bachelorabschluss -- damit -- kann dann - trotzdem am Bett arbeiten - man hat aber dann -- wahrscheinlich - höhere Verdienstmöglichkeiten - und natürlich auch höhere Position als - normal Auszubildende -- ausgebildete Pflegefachkräfte --- würde dich denn jetzt -- grundsätzlich -- die - so n Studiengang interessieren? - wenn du jetzt - mehr - davon gehört hast -- oder zumindest weißt - was das beinhaltet

00:07:07

*B 6:* Also -- ich geh jetzt mal davon aus - dass ich nicht Pharmazie studieren möchte --

00:07:12

*I::* Ne ähm brauchst bloß grundsätzlich

00:07:15

*B 6:* Ja äh das -- find es - grundsätzlich intressant -- ähm-- sowas zu machen -- weil ich find das - - auch nicht schlimm - mit älteren Leuten zusammen zu arbeiten --- äh mich stört eher - das daran hindern - das ich nicht so n Fan bin -- ähm ja davon jetzt -- dieses Waschen - was dann ja dann auch ansteht -- und sowas -- das würd mich eher daran abhalten - das zu machen -- aber ansonsten - hab ich da nicht - finds eigentlich intressant

00:07:39

*I*:: Okay ähm -- würdest du denn jetzt noch - mehr - über diesen Studiengang erfahren wollen? -- also --

00:07:45

*B 6*: Ähm --- an sich - ja

00:07:50

*I*:: Ja? - und was würde dich konkret interessieren

00:07:56

*B 6*: Was jetzt die - spezifischen Inhalte sind - die man -- im Studium - mehr lernt - als in der Ausbildung

00:08:01

*I*:: Okay - ähm -- du wusstest ja jetzt noch nichts von diesem Studiengang - wie könnte es denn sein -- das man -- grade dich vielleicht - persönlich - besser erreichen könnte -- das du - vielleicht da - oder da hättest du es gesehen - hätte da jemand geworben

00:08:15

*B 6*: Mhm - also das was ich -- am meisten - unter anderem mitbekommen hab - also über verschiedenen Studiengänge und Berufe -- äh sind -- Veranstaltungen - an unsrer Schule -- wo dann verschiedene Firmen - teilweise auch Hochschulen ähm -- und -- ja eigentlich -- alle möglichen zu uns kommen - sich quasi einen kleinen Stand aufbauen - uns sich selbst vorstellen -- ähm - man kann rum -- also ist wie ne kleine Messe - man kann rum gehen -- und sich alles anhören - und angucken -- und - so erfährt man eigentlich - relativ viel - relativ schnell über -- die verschiedenen Berufe -- ich denke dadurch - kommt man - am besten - so -- an Abiturienten ran

00:08:55

*I*:: ((lacht)) ähm -- wie informierst du dich denn -- im Allgemeinen - im Alltag?

00:09:02

*B 6*: -- Meistens -- übers Internet -- also wenn ich irgendwas ähm wissen möchte - zu irgend nem Thema -- ähm - so wie jetzt - wenn ich mich über den Studiengang - informieren wollen würde - würde ich auf die - Hochschulseite gehen -- ähm - wenn ich - jetzt irgendwas - über ne Serie wissen will -- dann - guck ich da einfach nach - irgend nem Zeitungsartikel -- also -- so mach ich das eigentlich

00:09:

23

*I*:: Aber vorwiegend online?

00:09:24

*B 6*: Ja



00:09:25

*I*:: Okay ähm --- befragst du denn - auch Eltern - Verwandte - oder Bekannte -- zu ihren Werdegängen oder auch Sichtweisen - auf bestimmte Berufe oder Studiengänge?

00:09:39

*B 6*: Ähm manchmal ja

00:09:40

*I*:: Okay - und haben - deren Ansichten - dann Einfluss - auf deine eigene Meinung?

00:09:47

*B 6*: Mhm -- das -- kann ich jetzt so speziell nicht sagen -also - es verändert - meine eigene Sicht - auf die Dinge -- weil ich ja dann -- weiß wie andere - darauf -- blicken

00:09:58

*I*:: Und wenn du dich jetzt - infomieren würdest - würdest du eher - die -- auf die Nutzung des Internets zurückgreifen - oder eher auf Erfahrungen von anderen Personen? -- also

00:10:

09

*B 6*: Mhm -- (...) also zu dem Studiengang selbst -- würd ich aufs Internet zurückgreifen -und über die -- Erfahrungen -- äh also - was man dann eben im Pflegeberuf macht - und wie das ungefähr ist -- äh - da würd ich dann - meine Verwandten fragen

00:10:25

*I*:: Okay -- ähm - warum glaubst du persönlich - ist Social Media so erfolgreich bei jungen Menschen?

00:10:33

*B 6*: Ja -- man kann -- sich damit --also man kann damit Zeit verschwenden -- äh -- und -- für einige - ist es auch - ähm -- dass sie Zuspruch bekommen -- denk ich mal - auf diesen Social Media Seiten -- weil einfach das sie -- im Mittelpunkt stehen - weiß aber auch bei einigen - den ist einfach langweilig - und deshalb beschäftigen sie sich viel damit -- so -- ist ganz unterschiedlich

00:10:58

*I*:: Okay ähm -- wenn du jetzt - ähm einer Hochschule - Tipps geben würdest -- wie die junge Menschen erreichen können - was würdest du dann vorschlagen - für eine geeignete Werbung

00:11:09

*B 6*: Mhm ((Pause/ 5 Sekunden)) ähm -- als Werbung - an sich -- zum Beispiel -- ähm --Plakate - - also - auch wenn -- Leute - also wenn Jugendliche immer noch viel auf ihr Handy gucken - wenn -- es fahren ja auch viele mit Bus -- wenn jetzt im Bus - irgendwas ist -- oder draußen - am Bus - irgendwie am Straßenrand -- dann guckt man ja schon mal hin -- ähm und wenn das intressant gestaltet ist - denk ich mal -- das -- man damit auch Leute erreichen kann -- über Social Media - ist -- die Sache -- ich persönlich find das - immer ein bisschen nervig - wenn ich von --

irgendwelchen Firmen oder so - auch auf Instagram Werbung sehe -- weil ich bin nicht für Werbung da -- ich --also --keine Ahnung -- also -- Social Media find ich - ist für mich etwas privates -- und da will ich jetzt nicht unbedingt - noch - Werbung mit drin haben --- auf Youtube -- wirds -- vielleicht noch gehen - weil da wird ja sowieso Werbung geschaltet - und wenn man dann regionale Sachen -- bekommt - das wär -- interessant

00:12:10

*I::* Okay -- und kennst du --irgendwie andere Werbung - von anderen - Studiengängen oder Berufe? -- Werbekampagnen

00:12:18

*B 6:* Ähm -- direkt Werbekampagnen nicht --ich weiß zum Beispiel von - der Universität Greifswald -- ähm das die - wenn die Veranstaltungen haben -- äh teilweise auch - für verschiedene Studiengänge - also Tag der Medizin zum Beispiel -- ähm dann haben die - ne eigene -- äh Seite - auf Instagram -- wo sie dann sowas hochladen - und Ankündigungen machen -- äh --da - bin ich teilweise auch -- auf so ne - also Tag der Pharmazie gestoßen - wo ich dann auch mal - hingefahren bin

00:12:47

*I::* Okay -- ähm welche Inhalte sollten denn eine ansprechende Werbung - aus deiner Sicht überhaupt enthalten? -- also was wäre sinnvoll - von den Inhalten her?

00:12:58

*B 6:* Ähm ((Pause/ 5 Sekunden))

00:13:07

*I::* Für einen Studiengang natürlich

00:13:12

*B 6:* Ja --- also -- eigentlich - das es erstmal -- wie so n - Eyecatcher ist -- äh so dass - man erstmal hinguckt -- und - irgendwie - vielleicht - n intressanten Spruch-- oder irgendwas -- äh - wie man das machen kann --- ja das ist schwer zu erklären - äh einfach das Interesse - das grundlegende Interesse - für sowas in die Richtung wecken -- und dann die Möglichkeit bieten - sich - einfach - näher dazu - zu informieren

00:13:

38

*I::* Mhm und was sollen dann da für - Informationen drin sein?

00:13:43

*B 6:* ((atmet laut aus)) --- also ich glaub nicht das -- äh das grundlegende Studieninformationen da so wichtig sind --also jetzt -wie lang das geht oder so -- sondern eher vielleicht - was man macht -- und - was man - mach kann -- also wenn man das Studium fertig hat - was man da für Möglichkeiten dann hat



00:14:02

*I*:: Okay -- alles klar -- dann sind wir schon am Ende -- war ein recht kurzes Interview -- und sollte dich das Ergebnis - meiner Bachelorarbeit interessieren - kann ich dir gerne ne Kopie zu senden -- und da wärn dann auch nochmal -- nähere Informationen - zu diesem Studiengang drin - und wo das derzeit angeboten wird. --- gut

#### 4.6 Interview F

00:00:01

*I* :: Also aus meiner Erinnerung heraus ist das letzte Schuljahr mit viel Lernen und einen großen zeitlichen Aufwand verbunden - um letztendlich das Abschlusszeugnis in den Händen halten zu dürfen. -- Gleichzeitig habe ich mich das erste Mal - in meinen jungen Leben - ernsthaft damit auseinandersetzen müssen --- welche Zukunftspläne oder beruflichen Wünsche ich mal verfolgen möchte. -- Und vielleicht stellst du dich einfach mal zu Beginn kurz vor und erzählst wie du das letzte Schuljahr erlebst.

00:00:27

*B 4* :: Mhm äh ja - also mein Name ist [...]. Ich bin jetzt - noch 17 Jahre alt -- und gehe aufs [...] gymnasium in -- in Neubrandenburg -- ähm und mein -- also bisher -- das Schuljahr - verläuft halt hauptsächlich wirklich - besteht aus -- Lernen und vielen Hausaufgaben und so - äh also mein Schulalltag - ist halt morgens aufstehen - zur Schule fahren -- die Zeit in der Schule - quasi absitzen -- und dann halt äh -- nach Hause bzw. zum - oder halt zum Training - äh also zum [...] zu fahren -- ähm --- ((lacht)) ja --- und -- nebenbei hat man dann halt - immer noch so -- im Hinterkopf - oh äh langsam müsste ich mich entscheiden - was mache ich jetzt wirklich - nach der Schule -- und -- da guckt man halt - auch teilweise -- also - man informiert sich - teilweise einfach äh bei - seits Verwandten - Freunde -- Eltern -- ja gehört zu den Verwandten ((lacht)) -- ähm --- oder halt auch so ne -- Informationsveranstaltung - haben wir zum Beispiel auch in der Schule -- äh - und da - setzt man sich dann so nen bisschen damit auseinander - was mache ich später -- weiß nicht -- ja ((lacht))

00:00:35

*I* :: Hast du denn - schon konkrete Vorstellungen für die Zeit nach der Schule? - möchtest du vielleicht das Ausland entdecken? - studieren - ne Ausbildung anfangen?

00:01:23

*B 4* :: Ähm -- also - konkrete Vorstellungen - jetzt noch nicht - ich fänd - echt - sowas cool - wie nen FSJ - oder sowas - also halt - um erstmal sich selbst - so nen bisschen zu finden - oder sowas -- ähm -- oder nen FSJ im Ausland - fänd ich auch ziemlich cool -- äh aber danach - strebe ich auf jeden Fall - erstmal ein Studium an - also das - ist das was - mir so vor schwebt. -- weiß noch nicht genau - welche Richtung -- aber -- ja

00:01:23

*I* :: Und das FSJ - in welche Richtung? - weißt du das schon?

00:02:02

*B 4* :: Ähm --- generell -- eher - tendenziell was -- im sozialen Bereich -- ja--

00:02:02

*I* :: Mhm --- Wenn man jetzt an einen Pflegeberuf denkt -- wird der oft ja sehr zwiegespalten betrachtet. --- Und - jetzt möchte ich einfach mal von dir erfahren -- welche Gedanken oder auch Erfahrungen -- Erfahrungen verbindest du -- mit dem Pflegeberuf?

00:02:17

*B 4* :: Also --- ich muss gestehen äh wenn ich an den Pflege-beruf denk - kommt mir jetzt nicht sofort was ((lacht)) was super positives - in den Kopf. -- Also -- ich hab halt - in der neunten Klasse - glaub ich - mein Praktikum im Krankenhaus gemacht - und dadurch halt schon - also so -- so einen ähnlichen Einblick äh bekommen - und -- also -- ich hab halt - vor allem ältere - kranke Menschen vor mir - wenn ich an den Pflegberuf denk -- ähm -- aber dadurch das -- äh -- vorallem als jetzt -- zum Beispiel meine Oma oder mein Opa im Krankenhaus war -- war halt - äh auch ne Sache -- die mir aufgefallen ist - ist halt das halt wirklich viele Leute die in dem Beruf so drinne stecken -- äh total darin auf gehen -- und das ist so - das was mir irgendwie -- also das es halt einige Leute gibt - die wirklich da total -- se äh richtig in dem Beruf sind - quasi -- mhm ja -- ja ((lacht))

00:02:17

*I* :: Würdest du denn den Pflegeberuf eher als nen In oder eher als nen Out Beruf bezeichnen?

00:02:17

*B 4* :: -- oh Gott - das ist schwierig -- mhm --- ((lacht)) ich glaube eher ein Out Beruf - also -- weil halt - viele Leute das nicht mehr so machen wollen -- äh aber - ein Beruf - der halt mehr Anerkennung -- haben müsste --- so -- ja

00:02:34

*I* :: Okay. Kennst du denn in deinem näheren Umfeld Personen - die die im Pflegeberuf arbeiten?

00:02:34

*B 4* :: Ähm -- ne - Garnicht.

00:03:38

*I* :: Okay ähm -- ähm was -- weißt du denn zur - derzeitigen politischen oder auch gesellschaftlichen -- Entwicklung im Pflegebereich?

00:03:47

*B 4* :: ---

00:03:47

*I* :: Was hast du mal gehört?

00:03:47

*B 4* :: Ich glaube - irgendwas im Sinne -- äh also das es halt vor allem zu wenig äh - Pflegekräfte - gibt - vor allem in der Altenpflege --- und das das halt immer - also das das halt - mehr äh werden müssten ((Lacht)) um das halt -- äh die Kapazi Kapazitäten so aus zu -- schöpfen -- sozusagen.



00:03:50

*I* :: Eine - Veränderung - die es jetzt gibt - ist auch das man - neben - der Ausbildung - es möglich sein wird - den Pflegeberuf - zu studieren. -- und an manchen Hochschulen wird ein solcher Studiengang bereits angeboten -- wusstest du denn überhaupt - dass es diese Möglichkeit gibt - Pflege zu studieren? - also den Pflegeberuf zu studieren

00:04:23

*B 4* :: Ähm ne.

00:04:23

*I* :: Okay - darf ich dir denn einmal kurz die Studienrichtung vorstellen?

00:04:23

*B 4* :: Ja gern.

00:04:23

*I* :: Also es ist so - das ähm - ab 2020 - es möglich sein wird - neben der Ausbildung - auch eine hochschulische Ausbildung - an der Hochschule - oder an der - an einer Universität zu machen - - das heißt - man hat trotzdem - die Pflicht Praxiseinsätze in Krankenhäusern Pflegeeinrichtungen - aber hat - den ganzen theoretischen Input -- dann an der Hochschule -- ähm zuzüglich dann auch noch so - (...) speziell Themen - die es dann - die das dann nochmal etwas vertiefen -- ähm -- mit dem Ziel - das diese Pflegepersonen dann - noch mehr Expertenwissen haben -- und dann in höheren Positionen aber am Pflegebett arbeiten können -- Knackpunkt bei der hochschulischen Ausbildung ist auch - das es keine -- Ausbildungsvergütung in dem Sinne geben wird -- weil es keine Auszubildenden - quasi sind - sondern eben - Studenten -- vorwiegend Studenten --- wenn du jetzt - das einmal so kurz ge - hört hast - würde dich das denn -- interessieren - da vielleicht mehr zu erfahren?

00:04:23

*B 4* :: Ja doch - generell schon.

00:05:28

*I* :: Okay ähm was würde dich denn da ähm mehr interessieren ? -- also was würde --woran würdest du jetzt denken - das du mehr erfahren wollen würdest?

00:05:51

*B 4* :: Na -- ich denk - vor allem halt ähm -- was das jetzt wirklich heißt äh wirklich in so nem äh -- also - die Pflege zu studieren -also was man - was das Studium quai beinhaltet. -- ähm und halt - in wie weit äh --- jetzt diese - die der dat - der praktische Teil äh also was genau - da jetzt -- gemacht wird äh ja -- sowas - in der Art.

00:06:01

*I* :: Mhm -- Ähm --- Du hast ja jetzt noch nichts gehört von dieser Möglichkeit Pflege zu studieren



- wie könnte man - dich persönlich denn jetzt besser erreichen --das du glaubst - da da hätte ich das vielleicht gelesen - wenn es da - jemand -darum geworben hätte.

00:06:15

*B 4:* Mhm -- Ich glaube - vor allem halt viel wenn man persönlich Leute davon erzählt hätten -- und sonst --- also man sieht ja viel - so -- Plakate - so in der Stadt zum Beispiel - ähm - bei sowas glaub ich zum Beispiel auch das man das da -- also das dadurch das den Leuten näher gebracht wird--

00:06:22

*I :* Okay -- Was ähm nutzt du denn im Allgemeinen um dich im Alltag zu informieren?

00:06:33

*B 4:* -- Das Internet ((lacht)) vor allem -- ja - also ich denk echt - hauptsächlich äh wenn man mal ne Frage hat dann googelt man halt schnell mal --sozusagen -- ja --- mhm hauptsächlich -- ja und halt Bücher - teilweise - noch aber - eher weniger

00:06:50

*I :* Also vorwiegend schon das Internet?

00:06:50

*B 4:* Ja genau

00:06:50

*I :* Okay -- Ähm Befragst du dann auch de - ine Eltern Verwandte oder auch Bekannten zu ihren Werdegängen und Sichtweisen?

00:06:50

*B 4:* Ja -- (...) zu Berufen Studium?

00:06:50

*I :* Ja (...) hat das einen eher positiven oder negativen Einfluss auf deine Meinung?

00:07:14

*B 4:* Ähm -- kommt halt drauf an wer mir das erzählt -- ähm und halt - äh -- also ich lass mich jetzt nicht zwingend davon leiten was andere Leute mir jetzt dafür er - also Erfahr - also aus Erfahrung - ja klar - was andere jetzt davon denken oder sowas -- aber -- also ja -- n Einfluss hat es schon --- ja ((lacht))

00:07:32

*I :* Okay ähm -- Würdest du denn jetzt wenn --- wenn jetzt zwei unterschiedliche Themen erzählt wird - also unterschiedliche Meinungen - würdest du denn eher - auf die Nutzung des Internets vertrauen - oder eher - auf die Erfahrung einer anderen Person? --zu einer bestimmten -- zum Beispiel Thema

00:07:44

*B 4:* Mhm -- wenn ich - mit der Person vertraut bin - und der halt wirklich viel vertrau - dann

würde ich auf jeden Fall eher auf die Person - auf die Meinung der Person äh -- zählen -- aber wenn es halt ne Person ist - die ich halt kaum kenne oder so - dann würde ich mich halt nochmal -- anderweitig informieren -- denk ich

00:07:48

*I* :: Okay -- ähm dann komm wir - eigentlich -- fast zu vorletzten Frage - und zwar ähm -- warum glaubst du denn - das Werbung über Social Media - oder auch übers Internet -- ähm so erfolgreich ist - grade bei der jungen Generation?

00:08:04

*B 4* :: Mhm -- Naja hauptsächlich denk ich weil halt --viele junge Leute äh viel Zeit äh -- im Internet oder - auf Social Media halt verbringen --- ähm -- und es halt -- also Werbung ist ja immer relativ einfach gestaltet - sozusagen - und dann äh -- man nimmt halt - schnell -- Informationen dadurch auf -- also - man muss nicht viel nachdenken - um halt - jetzt zu lesen - beispielsweise - - äh - studiere Pflege an einer Hochschule - oder sowas - und würde man halt sofort - äh wissen - worum es geht - und so --und deswegen denke ich das halt - vor allem bei -- Sozialen Medien oder - halt durch Werbung - viel erreicht werden kann - sozusagen -

00:08:20

*I* :: Ähm -- Wie würdest du dir denn jetzt eine geeignete Werbung - für nen Studiengang oder Beruf -- vorstellen? -- Also welche Empfehlung könntest du - ner Hochschule geben - um junge Menschen - wie dich - für einen Studiengang zu begeistern - oder auch zu erreichen?

00:09:13

*B 4* :: Mhm --- ((Pause/ 5 Sekunden)) was ich ja eben schon so ein bisschen angedeutet hab - war halt das mit dem äh -- also wenn man jetzt -- rein - so n Plakat oder sowas hätte - das man halt sofort wahr nimmt - was äh -- worum gehts -- ja - und halt - nicht zu viele Informationen auf einmal - also das man halt - wenn man sich für was interessiert - das man sich dann halt - nochmal auseinandersetzt damit - extra --- gott ((lacht))-- mhm -- ja - und vielleicht halt noch äh -- halt so n ganz kurzen - wirklich - kurzen Input geben - was halt wirklich äh -- jetzt -- gesagt werden will bzw. -- oh ich kann mich irgendwie nich ausdrücken ((lacht)) ähm -- ja - worums halt geht oder was halt äh bewirkt werden will -- und was halt vielleicht auch noch wichtig ist - was man mit nem Studiengang anfangen kann -- also das halt wirklich gezeigt wird - äh damit kannst du in den und den Berufen arbeiten -- weil da hab ich halt persönlich - das Gefühl - das ich äh -- bei einigen Studiengängen nicht weiß - ja was kann ich damit denn jetzt überhaupt machen ((lacht))

00:09:16

*I* :: Okay -- ähm kennst du denn vielleicht irgendwelche - anderen ansprechenden -- Werbungen - von Berufen oder Studiengängen? Hast du da irgendwas -- im Kopf?



00:09:16

*B 4*:: Ähm ja - also -- ich hab - ne zeitlang hing mal - wenn ich- äh also - ich wohn halt in Broda oben - und dann - wenn man äh runter gefahren ist - war halt das immer so ein großes Plakat -- äh Auszubildender -- oder Auszubildende halt gesucht - aber ich weiß nicht mehr wovon das war ((lacht)) -- also -- ja -- war wirklich sehr groß und plakativ -- und hat sich sofort ins Auge gefallen

00:10:29

*I*:: Alles klar - ja das wars quasi -- dann bedanke ich mich für deine Mithilfe - an meiner Bachelorarbeit und wenn dich das Ergebnis interessieren sollte - kann ich dir gerne ähm ne Kopie davo zu - senden. Da ist denn zum Beispiel auch der Pflegestudiengang näher erklärt und - auch erklärt wo man das denn - demnächst machen könnte - wenn man möchte

## Abschnitt 5: Qualitative Interviewauswertung

### 5.1 Tabelle 1: Erster Durchgang der Zusammenfassung zur Hypothese 1

„Das negative Bild des Pflegeberufes“

Interview	Zeitstempel	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
A	00:02:10	strebt ein sehr gutes Abitur an, um Psychologie zu studieren	Will Psychologie studieren	K 1: 5 von 6 Schüler*innen wollen nicht in die Pflege, sondern Folgendes studieren: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Psychologie</li> <li>• Polizeistudium oder Sportmanagement</li> <li>• Naturwissenschaften</li> </ul>
A	00:02:37	interessiert der menschliche Bereich am Psychologiestudium	Will Psychologie studieren Menschlicher Bereich interessant	
B	00:02:34	Will Polizist werden oder Sportmanagement studieren	Will studieren Bei der Polizei oder Sportmanagement	
B	00:02:34	Findet es spannend wie Beamte in Deutschland für Gerechtigkeit sorgen	Will Gerechtigkeit in Deutschland	K 2: Schüler*innen interessieren für verschiedene Themen wie beispielsweise <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit Menschen arbeiten</li> <li>• Gerechtigkeit</li> <li>• Sport</li> <li>• Logisches Denken</li> <li>• Chemie und Mechanik</li> </ul>
B	00:02:34	Hat Angst die Voraussetzungen für das Polizeistudium nicht zu schaffen	<del>Will bei der Polizei studieren</del> <del>Angst vor hohen Voraussetzungen</del>	
B	00:03:16	Ist im Sport sehr aktiv, hat Spaß, hat ein Trainerzertifikat	Mag Sport, ist sehr aktiv Hat Trainerzertifikat	
C	00:03:16	Will in die naturwissenschaftliche Richtung	Will Naturwissenschaften studieren	
C	00:03:19	Mag es logisch verknüpft zu denken	Mag logisches Denken	
D	00:03:11	Möchte direkt eine Ausbildung beginnen und kein Zwischenjahr machen	Will eine Ausbildung beginnen	
E	00:02:16	Will Pharmazie studieren seit der 8. Klasse	Will Pharmazie studieren	
E	00:02:55	Interessiert sich für Chemie und Mechanik	Interesse liegt bei Chemie und Mechanik	K 3: Ein Befragte möchte eine Ausbildung beginnen



Interview	Zeitstempel	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
E		Hat ein zwei Praktikas in einer Apotheke gemacht, hat sehr gefallen	Die Arbeit in Apotheken macht Spaß	K 4: Eine Befragte will vor dem studieren noch ein FSJ machen
F	00:01:23	Will ein FSJ im sozialen Bereich machen, vielleicht auch im Ausland,	will ein FSJ machen	K 5: Sichtweisen auf den Pflegeberuf
F		danach auf jeden Fall studieren	Will studieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anspruchsvoll</li> </ul>
A	00:03:04	Pflege ist ein sehr anspruchsvoller Beruf	Pflege ist anspruchsvoll	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Undankbar</li> </ul>
A	00:03:04	Pflege ist vielleicht auch undankbar, weil er schlecht bezahlt wird	Pflegen ist undankbar und schlecht bezahlt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schlecht bezahlt</li> </ul>
A	00:03:04	Pflege ist vor allem auf psychischer und physischer Ebene anstrengend	Pflege ist psychisch und physisch anstrengend	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Psychisch und physisch anstrengend</li> </ul>
A	00:03:04	Pflege wird nicht richtig wertgeschätzt	Pflege wird nicht wertgeschätzt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wenig wertgeschätzt/ honoriert</li> </ul>
A	00:03:31	Pflege ist ein Out-Beruf	Pflege = Out-Beruf	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schöner Beruf (2 von 6)</li> </ul>
A	00:03:31	Junge Menschen haben falsche Vorstellungen zum Pflegeberufe, weil in der Schule nicht darüber gesprochen wird	Junge Menschen haben falsche Vorstellungen zur Pflege	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ein wichtiger Job (1 von 6)</li> </ul>
	00:03:45	Der Mutter (Krankenschwester) macht der Pflegeberuf Spaß	Pflege ist kein Schulinhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zwischenmenschlichkeit</li> </ul>
A	00:04:04		Pflegende haben Spaß	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spaß</li> </ul>
A		Pflegebedürftige sind sehr dankbar für die Hilfe	Pflegebedürftige sind dankbar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etwas Gutes tun</li> <li>• Mit alten Leuten arbeiten</li> </ul>
A	00:04:16	Der Pflegeberuf ist vom menschliche her ein schöner Beruf aber sehr anstrengend	Pflege ist ein schöner Beruf Aber anstrengend	K 6: Pflege ist ein Out -Beruf (5 von 6 Befragten)
B	00:03:51	Hat sich bisher nicht mit Pflege auseinandergesetzt	Bisher nicht mit Pflege auseinandergesetzt	K 7: Junge Menschen haben eine falsche Vorstellung von der Pflege, weil
B		Pflege ist ein anstrengender Job, man kommt an seine Nerven	Pflege ist anstrengend, geht an die Nerven	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pflege ist kein Inhalt in der schulischen Berufsorientierung</li> </ul>
B		Man kommt bei jedem Job an seine Nerven	Jeder Job geht an die Nerven	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Haben sich nicht damit auseinandergesetzt</li> </ul>



Interview	Zeitstempel	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
B	00:04:42	Ein Job muss Spaß machen und finanziell aus-sorgen	Jobs müssen Spaß machen, gerecht bezahlt werden	<p>K 8: Pflegende werden unterschiedlich wahrgenommen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Haben Spaß</li> <li>• Sind fröhlich</li> <li>• Kommen an ihre Grenzen</li> <li>• Sind positiv</li> <li>• Wochenend- und Nachtschichten</li> <li>• Arbeit ist anstrengend</li> <li>• Motiviert</li> <li>• Gelangweilt</li> <li>• Gehen im Beruf auf</li> </ul> <p>K 9: Eigenschaften eines guten Jobs:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Spaß machen</li> <li>• Gerechte Bezahlung</li> <li>• Persönliches Glück</li> <li>• Etwas erreichen können</li> </ul> <p>K 10: 2 von 6 haben ein Praktikum in der Pflege gemacht</p> <p>K 11: Pflege ist ein In-Beruf (1 von 6)</p>
B		Pflegeberufe werden in Deutschland schlecht bezahlt, deswegen wollen viele diesen Beruf nicht ausüben	<del>Pflege wird schlecht bezahlt</del>	
B	00:05:33	Menschen die in der Pflege arbeiten sind fröhlich, weil es schön ist Dinge mit Menschen zu teilen	Pflegende sind fröhlich Teilen mit Menschen	
B		Pflegende kommen an manchen Tagen an ihre Grenzen, sind aber trotzdem positiv	Pflegende kommen an ihre Grenzen, sind positiv	
C	00:03:55	Freundin arbeitet nebenberuflich in der Pflege in Nacht- und Wochenendschichten	Pflege heißt Nacht- und Wochenend-schichten	
C		Pflege ist eigentlich ein extrem wichtiger Job	Pflege ist ein wichtiger Job	
C		Findet nicht fair, dass Pflege schlecht hono-riert wird	Pflege wird nicht honoriert	
C		Die Honorierung entspricht nicht dem was Pflegende leisten	Pflege wird nicht ausreichend hono-riert	
C	00:04:49	Kann sich einige Klassenkameraden sehr gut in der Pflege vorstellen, weil sie zwischen-menschlich gut sind	Pflege braucht Zwischenmenschlich-keit	
C		Pflege ist eher ein Out-Beruf	Pflege ist ein Out-Beruf	
D	00:03:39	Hat in der 8. Klasse ein Pflegepraktikum in ei-ner Klinik gemacht	Pflegepraktikum gemacht	
D		Fand das Pflegepraktikum sehr anstrengend, weil man als Praktikant nicht die tollsten Auf-gaben bekommt	Pflegearbeit ist anstrengend Praktikanten bekommen keine tollen Aufgaben	



Interview	Zeitstempel	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
D		Pflege hat sehr viel Spaß gemacht, wusste sie hat was Gutes getan, wenn sie zu Hause war	Pflege macht Spaß, man tut Gutes	K 12: Viele Schüler wollen in die Pflege (1 von 6)
D	00:03:57	Pflege ist ein In-Beruf	Pflege ist ein In-Beruf	
D		Viele Klassenkameraden wollen in die Pflege gehen	Viele Schüler wollen in die Pflege	
D		In der heutigen Zeit ist persönliches Glück wichtig und was erreicht zu haben	Jugendliche wollen persönliches Glück und was erreichen	
D		Schwester (Pflegerin) ist zufrieden und glücklich mit ihrem Beruf	Pflegende sind zufrieden und glücklich mit ihrem Job	
E	00:03:43	Pflege ist sehr anstrengend aber manchmal schön, kann Spaß machen	Pflege ist anstrengend, kann aber Spaß machen	K 13: Pflegeerfahrungen in der eigenen Familie
E		Hat selbst Pflegeerfahrung: Oma ist demenzkrank	Hat Pflegeerfahrung	
E		Mitarbeiter im Pflegeheim sind teilweise motiviert und gelangweilt	Pflegende sind teilweise motiviert, teilweise gelangweilt	K 14: In der Pflege ist nicht immer was zu tun
E		In der Pflege ist nicht immer was zu tun	In der Pflege ist nicht immer was zu tun	
E	00:04:28	Junge Menschen wollen nicht in der Pflege arbeiten	Junge Menschen wollen nicht pflegen	K 15: Junge Menschen wollen nicht in der Pflege arbeiten, weil <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kein Interesse an der Arbeit mit alten Leuten</li> <li>• Alte Leute sind zu langsam</li> </ul>
E		Pflege hat Vorteile und ist ein schöner Beruf	<del>Pflege ist ein schöner Beruf</del>	
E	00:04:15	Jugendliche wollen nicht mit alten Leuten zusammearbeiten, haben kein Interesse an der Arbeit	Pflegen heißt mit alten Leuten zusammearbeiten	K 16: Schüler*innen verbinden auf Anhieb keine positiven Gedanken mit Pflegeberuf
E		Pflegearbeit mit alten Leuten ist zu langsam, Junge Menschen wollen was zu tun haben, alles etwas schneller machen	Jugendliche haben kein Interesse daran	
E			<del>Pflege bedeutet alte Leute begleiten</del> Junge Menschen wollen was tun, schneller arbeiten	K 17: Mehrheit hat kein Interesse am Pflegestudium (4 von 6)



Interview	Zeitstempel	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
F	00:02:27	Denkt bei Pflege nicht gleich an was positives	Keine positiven Gedanken zur Pflege	K 18: Alle lehnen Pflegestudium ab, weil <ul style="list-style-type: none"> <li>• Andere Ziele</li> <li>• Keine Eignung für Beruf</li> <li>• Lieber Pflegeausbildung</li> </ul>
F		Hat ein Praktikum im Krankenhaus gemacht und einen Einblick bekommen	Pflegepraktikum im Krankenhaus	
F		Denkt bei Pflege an alte kranke Menschen	<del>Pflege = alte Leute</del>	K 19: Durch die Generalistische Ausbildung wird der Pflegeberuf attraktiver
F		Beruflich Pflegende gehen in ihrem Beruf auf und sind in ihrem Job richtig	Pflegende gehen im Beruf auf, sind dort richtig	
F	00:02:17	Pflege ist ein Out-Beruf	Pflege = Out-Beruf	
F		Pflege braucht mehr Anerkennung	<del>Zu wenig Anerkennung in der Pflege</del>	
A	00:07:10	Kein Interesse, weil das Abitur gemacht wurde und sich nicht für geeignet sieht in dem Beruf zu arbeiten	Kein Interesse am Pflegestudium, weil Abitur gemacht und nicht für Beruf geeignet	K 20: Pflegestudium klingt grundsätzlich interessant (2 von 6)
A	00:07:21	Durch die Generalistik wird der Beruf attraktiver	Durch Generalistik ist Pflegeberuf attraktiver	
B	00:07:58	Kein Interesse am Pflegestudium, weil bereits andere Ziele gesetzt wurden	Kein Interesse am Pflegestudium, andere Ziele	K21: Pflege ist: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbeit mit älteren Menschen</li> <li>• waschen</li> </ul>
C	00:07:39	Kein Interesse am Pflegestudium, weil zweisachenmenschlich di Kriterien nicht erfüllt werden	Kein Interesse am Pflegestudium, eignet sich nicht dafür	
D	00:06:28	Grundsätzliches Interesse, aber lieber eine Ausbildung machen, Trotzdem darüber informieren	Grundsätzlich Interesse, aber lieber eine Ausbildung	K 20: Pflegestudium klingt grundsätzlich interessant (2 von 6)
E	00:07:15	Klingt grundsätzlich interessant	Pflegestudium klingt interessant	
E		Findet nicht schlimm, mit älteren Leuten zusammen zu arbeiten	Arbeit mit älteren Menschen ist nicht schlimm	
E		Ist kein Fan vom Waschen, würde vom Pflegestudium abhalten	Pflege = waschen, kein Interesse daran	



Interview	Zeitstempel	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
F	00:04:23	Würde mehr zum Pflegeberuf erfahren wollen, vor allem was das Studium beinhaltet, was der praktische Teil genau beinhaltet	Mehr erfahren zum Inhalt des Studiums	

5.2 Tabelle 2: Erster Durchgang der Zusammenfassung zur Hypothese 2 „Keine Kenntnisse zum Pflegeberuf“

Interview	Zeitstempel	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
A	00:04:31	Ab dem Jahr 2017 kann man Pflegestudieren und es gibt einen generalistischen Abschluss mit europaweiter Anerkennung	Ab 2017 generalistische Ausbildung mit europaweiter Anerkennung, zusammenführen der Pflegeberufe	K 22: Kenntnisse zu der generalistischen Ausbildung (2 von 6)
A	00:04:45	Spezialisierung wird möglich sein	Vertiefung möglich	<ul style="list-style-type: none"> <li>europaweit anerkannt</li> </ul>
A		Viele werden an der neuen Ausbildung teilnehmen	Interesse an Pflegeberuf wird steigen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vertiefung möglich, im dritten Jahr</li> </ul>
A		Pflege ist ein sehr anspruchsvoller Job, psychisch anstrengend	Pflege ist anspruchsvoll, psychisch anstrengend	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zusammenführen der Pflegeberufe</li> </ul>
A		Bei der Altenpflege würden die alten Menschen leid tun obwohl man ihnen hilft	<del>Bei der Pflege würde ihr die alten Menschen leid tun</del>	
A		In der Pflege hat man nicht so viel Zeit für die Menschen außer für die Körperpflege zum Beispiel zum Reden, würde mich belasten	Zu wenig Zeit in der Pflege, neben dem Waschen Keine Zeit für Gespräche, würde belasten	
A	00:05:34	Generalistische Ausbildung ist gut weil man dann europaweit Chancen hat, man ist nicht eingeschränkt	Generalistik ist gut, weil europaweite Chancen	K 23: Meinungen zur Generalistik: <ul style="list-style-type: none"> <li>Interesse am Pflegeberuf wird steigen</li> <li>Gut</li> <li>Ermöglicht europaweite Chancen</li> </ul>



Interview	Zeitstempel	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
B	00:06:26	Keine Kenntnisse zu politischen oder gesellschaftlichen Kenntnissen	Keine Kenntnisse zu Entwicklungen in der Pflege	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kritik: in alle Bereiche rein schauen müssen, obwohl Entscheidung für Vertiefung bereits getroffen</li> </ul>
C	00:05:40	Weißt nicht viel, etwas gehört zu der Diskussion zum Mindestlohn, setzt sich aber mit dem Thema nicht auseinander	Kaum Kenntnisse, von einer Diskussion zum Mindestlohn gehört, aber kein weiteres Interesse daran	
D	00:04:41	Neues Konzept: Pflegeberufe werden in generalistische Ausbildung zusammengefasst, läuft 2 Jahre, im dritten Jahr entscheiden, ob eine Spezialisierung erfolgen soll	<b>Pflegeberufe in-Generalistische-Ausbildung-zusammengeführt-Dauer-3 Jahre-im dritten Jahr Spezialisierung möglich</b>	<p>K24: Pflege ist</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Anspruchsvoll</li> <li>Psychisch anstrengend</li> </ul>
D	00:05:39	Findet Generalistik grundsätzlich gut	Generalistik ist gut	
D		Etwas Schade bei der Generalistik ist, in alle Bereiche rein schauen zu müssen, wenn man sich vor ab bereits für eine Vertiefung entschieden hat	Durch Generalistik in alle Bereiche reingucken müssen, findet etwas schade	<p>K 25: In der Pflege ist zu wenig Zeit für Gespräch neben der Körperpflege.</p>
D		Will in die Kinderkrankenpflege gehen	Will Kinderkrankenpflegeausbildung	<p>K 26: Kaum bis keine Kenntnisse zu Entwicklungen in der Pflege (4 von 6), weil</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kein Interesse</li> </ul>
E	00:05:25	Weiß ein bisschen was zu derzeitigen Entwicklungen aus den Nachrichten	Kaum Kenntnisse zu Entwicklungen in der Pflege	
E		Zu wenig Pflegestellen, deswegen wird auch international nach Pflegekräfte geworben, diese können in Deutschland eine Ausbildung machen	Pflegekraftmangel, deswegen wird international nach Fachkräften geworben	<p>K 27: Kenntnisse zu politischen/gesellschaftlichen Entwicklungen in der Pflege zu</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Generalistische Ausbildung</li> <li>Diskussion Mindestlohn</li> <li>Pflegekräftemangel, vor allem in der Altenpflege</li> </ul>
E		Deutsche wollen nicht in der Pflege arbeiten, deswegen wird international geworben	Internationales werben notwendig, weil Deutsche nicht in der Pflege arbeiten wollen	
E	00:05:54	Pflegekräftemangel ist ein Problem, das gelöst werden muss	<b>Pflegekräftemangel ist ein Problem</b>	



Interview	Zeitstempel	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
F	00:03:47	Pflegeberufe sind wichtig Es gibt zu wenig Pflegekräfte, vor allem in der Altenpflege, müssen mehr werden um Pflege künftig zu gewährleisten	Pflegeberufe sind wichtig Zu wenig Pflegekräfte, vor allem in der Altenpflege Müssen mehr werden, um Pflege zu gewährleisten	K 28: Will eine Kinderkrankenpflegeausbildung  K 29: Pflegekräfte werden international geworben, weil <ul style="list-style-type: none"> <li>• Deutsche nicht in der Pflege arbeiten wollen</li> <li>• Pflege künftig zu gewährleisten</li> </ul>
A	00:06:05	Weiß das es das Studium gibt aber keine Kenntnisse dazu, wie er sich von der Ausbildung unterscheidet	Wusste von Studium, keine weiteren Kenntnisse	
B	00:06:46	Keine Kenntnis von der hochschulischen Ausbildung	Keine Kenntnis	K 30: Pflegeberufe sind wichtig
C	00:06:18	Keine Kenntnisse vom Pflegestudium, weil sich nicht damit auseinandergesetzt wurde	Keine Kenntnis, nicht damit auseinander gesetzt	
D	00:06:28	Keine Kenntnis vom Pflegestudium	Keine Kenntnis	
E	00:06:18	Keine Kenntnis vom Pflegestudium	Keine Kenntnis	
F	00:04:23	Keine Kenntnis vom Pflegestudium	Keine Kenntnis	
A	00:07:36	Möchte über den Pflegestudiengang erfahren: Ort, spätere Arbeitsfelder, Bezahlung	Weiteres Interesse am Studiengang zu Themen: Ort, spätere Arbeitsfelder, Bezahlung	K 31: Mehrheit kennt Möglichkeit der hochschulischen Pflegeausbildung nicht (5 von 6), weil <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nicht damit auseinandergesetzt</li> </ul>
A	00:08:14	Wusste von der Möglichkeit Pflege zu studieren aus einem satirischen Beitrag der Heute Show, hat sich danach mehr dazu informiert was im Studium anders ist als in der Ausbildung	Studiengang ist bekannt aus Heute Show, es wurden weitere Informationsquellen genutzt, Unterschied zwischen Ausbildung und Studium war interessant	K 32: Studiengang ist bekannt aus <ul style="list-style-type: none"> <li>• Heute Show</li> <li>• Internet</li> </ul>
D	00:09:05	Möchte zu dem Pflegestudiengang mehr erfahren: Lehrbereiche, Ablauf der Praxisinhalte	Weiteres Interesse zu: Lehrbereiche, Ablauf, Praxisinhalte	K 33: Weiteres Interesse an Pflegestudiengang besteht zu folgenden Themen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterschied zur Ausbildung</li> </ul>



Interview	Zeitstempel	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
D		Wünscht sich von einer Ausbildung viel Praxis, weniger Theorie	Wünscht sich Praxis statt Theorie	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lehrbereiche/ Inhalt</li> <li>Anzahl der Praxiseinsätze</li> </ul>
E	00:07:56	Interessiert spezifische Inhalte, was wird im Studium mehr gelernt als in der Ausbildung	Interessant: Unterschied Studium und Ausbildung	

5.3 Tabelle 3: Erster Durchgang der Zusammenfassung zur Hypothese 3 „Das Internet als Informationsquelle“

Interview	Zeitstempel	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
A	00:08:45	Informiert sich meistens im Internet, in der Schule auch mit Büchern oder Fragen bei anderen Personen (Lehrer, Eltern, Geschwister)	Allgemeine Informationsquelle: meistens Internet, Bücher, Gespräche mit anderen Personen	K 34: Jugendliche informieren sich im Allgemeinen über <ul style="list-style-type: none"> <li>Internet (googeln)</li> <li>Bücher/ Zeitung</li> <li>Gespräche</li> <li>Accounts von Nachrichtensendern</li> <li>Radio</li> <li>Politikunterricht</li> <li>Studienberatung</li> <li>Aktiver Kontakt zu Berufsangehörigen</li> <li>Flyer/ Plakate</li> </ul>
A	00:09:08	Eltern werden zu ihren Sichtweisen auf Berufe und Studiengänge befragt, weil sie größerer Lebenserfahrung haben	Befragt Verwandte, weil sie mehr Lebenserfahrung haben	
A	00:09:22	Meinung der anderen hilft eigenes Wissen zu vergrößern	Meinung anderer vergrößert eigenes Wissen	
A	00:09:41	Bei Informationssuche nach Studiengängen/ Berufen ist Meinung von bekannten Personen wichtiger als Internet	Meinung anderer ist aussagekräftiger als Internet	
A		Im Internet nicht immer reale Darstellung der Studiengänge/ Berufe	Keine reale Darstellung von Studiengängen im Internet	
A		Persönliche Erfahrungen anderer Personen sind bei der Studiumwahl hilfreich	Meinung anderer sind hilfreich, um Entscheidungen zu treffen	
A	00:10:13	Social Media hat einen einfachen Zugang	Social Media = einfacher Zugang	



Interview	Zeitstempel	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
A		Instagram ist einfach, schnelles auch zufälliges Lesen von Nachrichten	Instagram = schnelles Lesen von Nachrichten	K 35: Schüler befragen Verwandte und Bekannte, weil: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Haben mehr Lebenserfahrung</li> </ul>
A	00:10:52	Jungen Menschen per Video mit persönlichen Erfahrungen zu Studiengängen/ Berufen von Absolventen erreichen	Jugendliche mit Videos erreichen z. B. persönliche Erfahrungen von Absolventen	
A		Text mit Zitaten, was Absolventen gut gefällt, was man später machen kann	Zitate von Absolventen nutzen	
A		Werbevideos nutzen, zeigen was im Studium gemacht wird, Ausschnitte aus der Arbeit zeigen z. B. auch Dankbarkeit im Pflegeberuf	Werbevideos nutzen, realen Berufsalltag in der Pflege darstellen	
B	00:08:18	Treibt sich sehr viel in Social Media rum z. B. Instagram Facebook Twitter	Social Media = Instagram, Facebook, Twitter	K 36: Die Meinung andere Personen hat einen großen Einfluss auf zukünftige Entscheidungen, weil/wenn: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vergrößert das eigene Wissen</li> <li>• Echte Erfahrungen</li> <li>• realer Einblick</li> <li>• blicken auch in die Zukunft</li> <li>• sie logisch sind</li> </ul>
B		Junge Menschen können mit Werbung auf Social Media erreicht werden	Werbung über Social Media	
B	00:08:48	Nutzt vorwiegend das Internet (Google) um sich zu informieren	Allgemeine Informationsquelle: Internet (googeln)	
B	00:09:38	Ist von seinen beruflichen Zielen überzeugt, andere Meinungen haben darauf keinen großen Einfluss	Meinungen anderer Personen haben keinen Einfluss, von eigenen Zielen überzeugt	
B	00:10:20	Nutzt vorwiegend das Internet, aber Erfahrungen anderer sind auch hilfreich	<del>Allgemeine Informationsquelle: Internet, Erfahrungen anderer Personen</del>	
B	00:10:30	Im Internet steht vieles zu Berufen, ist nicht immer wahr	<del>Internet zeigt nicht-Realität</del>	
				K 37: Das Internet ist nicht vertrauenswürdig bei der Suche nach Studieninformationen, weil <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keine reale Darstellung</li> <li>• Keine nachvollziehbare Quelle</li> <li>• Zu viele Informationen, unübersichtlich</li> </ul>



Interview	Zeitstempel	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
B		Personen haben einen besseren Einblick, können Probleme oder Inhalte ihres Berufes aufzeigen, echte Erfahrungen	Meinungen von Anderen sind hilfreich, geben realen Einblick, echte Erfahrungen	<p>K 38: Die Sichtweisen bekannter Personen auf Berufe/ Studiengänge ist hilfreicher als das Internet</p> <p>K 39: Social Media ist so erfolgreich, weil:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einfacher Zugang</li> <li>• Schnelle Informationen</li> <li>• Große Reichweite</li> <li>• Leichtes organisieren von Veranstaltungen</li> <li>• Jugendliche bekommen Zuspruch, stehen im Mittelpunkt</li> <li>• Zeitverteib</li> </ul> <p>K 40: Tipps, um Abiturienten zu erreichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Videos mit persönlichen Erfahrungen von Absolventen</li> <li>• Zitate von Absolventen</li> <li>• Videos mit realer Darstellung des Pflegealltags</li> <li>• Werbung über Social Media</li> <li>• Flyer nutzen, nur relevante Informationen</li> </ul>
B	00:11:09	Ohne Social Media und Onlinewerbung bekommen Jugendliche nichts mehr mit	Jugendliche informieren sich nur noch über das Internet	
B		Jugendliche gehen nicht mehr zu Informationsstagen (Messen), sind lieber im Social Media unterwegs	Jugendliche nutzen keine Informationsveranstaltungen, sind lieber bei Social Media	
C	00:08:10	Problem bei der Informationssuche: zu viele Studiengänge, keiner sieht mehr durch, unbekanntes geht unter	Problem: zu viele Studiengänge, keiner sieht mehr durch	
C		Interessiert sich nicht für Pflegebranche	Kein Interesse an der Pflege	
C	00:08:44	Folgt Nachrichtensendern auf Social Media Plattformen, sucht da gezielt nach interessanten Inhalten	Allgemeine Informationsquelle: Accounts von Nachrichtensendern	
C		Hört zum Frühstück Radio	Allgemeine Informationsquelle: Radio	
C		In der Schule Klassenstunden jede Woche, ein Schüler stellt aktuelles politisches Thema vor	Allgemeine Informationsquelle: politischer Unterricht	
C	00:09:30	Diskutiert Zuhause mit Verwandten zu politischen Themen, Berufe, Studiengängen	Allgemeine Informationsquelle: Gespräche mit Verwandten	
C		War bei der Studienberatung der Agentur für Arbeit, hat Ergebnis mit Eltern diskutiert, Vor- und Nachteile, passt das zu ihr	Informationen durch Studienberatung, Ergebnis wurde zu Hause besprochen	
C		Eltern haben mehr Erfahrungen, blicken weiter in die Zukunft	Eltern = Mehr-Erfahrungen, Blick in die Zukunft	



Interview	Zeitstempel	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
C	00:10:18	Logische Meinungen von bekannten Personen haben großen Einfluss auf eigene	Meinungen von anderen Personen haben einen großen Einfluss, wenn sie logisch sind	<ul style="list-style-type: none"> <li>Auf Schulveranstaltungen und Messen präsentieren</li> </ul>
C	00:10:46	Mutter versucht aus Bekanntenkreis Kontakt zu erfahrenen Personen mit ihrem Wunschbe- ruf herzustellen, weil Erfahrungen hören und nutzen	Sucht aktiv Kontakt zu Berufsange- hörigen, um sich zu informieren	<p>K 41: Social Media ist:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Instagram</li> <li>Facebook</li> <li>Twitter</li> </ul>
C		Erfahrungen aus dem Internet sind schwierig, weiß nicht ob das der Wahrheit entspricht, ob es aus nachvollziehbarer Quelle ist	Internet stellt nicht immer Realität dar, ist keine nachvollziehbare Quelle	<p>K 42: Die Meinung anderer hat keinen Einfluss auf zukünftige Entscheidungen, wenn</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Von eigenen Zielen überzeugt</li> </ul>
C	00:11:04	Mit Social Media werden Viele erreicht, ohne dass man sich kennt	Nutzen von Social Media: es werden viele erreicht	<p>K 43: Jugendliche informieren sich vor allem über das Internet</p>
C		In Social Media kann jeder alles reinstellen, in- teressiert nicht jeden, ist selber kaum im Social Media unterwegs	Kritik Social Media: alle können pos- ten, ist nicht immer interessant	
C		Sieht keinen Sinn in Social Media	Sieht keinen Sinn in Social Media	<p>K 44 : Schüler informieren sich lieber online als analog</p>
C		Social Media kann hilfreich sein bei der Orga- nisation von Veranstaltungen, an denen viele Menschen beteiligt sind	Nutzen von Social Media: Organi- sation von großen Veranstaltungen	
D	00:09:57	Nutzt vorrangig Flyer, verteilt auch gerne Flyer, alle wichtigen Informationen sind hier enthalten	Flyer nutzen, enthalten alle wichti- gen Informationen	<p>K 45: es gibt zu viele Studiengänge, zu unübersichtlich</p>
D		Im Internet: zu viele Informationen, das sieht man nicht mehr durch	Im Internet sind zu viele Informatio- nen	
D	00:10:27	Nutzt sonst viel das Internet	Allgemeine Informationsquelle: In- ternet	<p>K 46: Jugendliche haben kein Interesse an der Pflege</p>



Interview	Zeitstempel	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
D	00:10:39	Wikipedia ist eine schlechte Internetseite, wurde ihr beigebracht	Wikipedia ist keine vertrauenswürdige Seite	<p>K 47: Kritik an Social-Media:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alle können posten, uninteressant</li> <li>• Sinnloses posten</li> <li>• Häufig für Werbung genutzt</li> </ul>
D	00:10:56	Tauscht sich viel mit Vater und Mutter aus, zum Beispiel über Berufe (Fluglotse) und Studiengänge	Berufliche Informationsquelle: Gespräche mit Eltern	
D		Eltern (alle) drängen zur Berufswahl, die Spaß macht	Eltern wollen einen Beruf für ihre Kinder, der ihnen Spaß macht	
D	00:11:25	Meinungen zu Berufen/Studiengängen anderer Personen haben keinen Einfluss	Meinungen anderer haben keinen Einfluss	
D	00:11:44	Erfahrungen einer anderen Person ist vertrauenswürdig als Internet, vgl. zu Rezensionen bei Internetkäufen	Erfahrungen anderer Personen sind vertrauenswürdiger als das Internet	
D	00:12:13	Jugendliche sind gefühlt nur auf Social Media (Instagram)	Social-Media = Instagram	
D		Instagram eignet sich gut, um Dinge zu vermarkten, wird immer mehr genutzt, wird zu viel	Instagram wird viel für Werbung genutzt	
E	00:08:15	Schulveranstaltungen (Messen), Firmen und Hochschulen stellen sich vor, man erfährt relativ viel zu Berufen, eignet sich um Abiturienten zu errechnen	Abiturienten durch Schulveranstaltungen und Messen erreichen	
E	00:09:02	Informiert sich im Allgemeinen im Internet z. B. auf Hochschul-Webseiten	Allgemeine Informationsquelle: Internet (Webseiten)	
E		Nutzt auch Zeitungsartikel	Allgemeine Informationsquelle: Zeitung	



Interview	Zeitstempel	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
E	00:09:39	Befragt manchmal auch Verwandte/Bekannte zu Erfahrungen und Sichtweisen	Allgemeine Informationsquelle: Gespräche mit Verwandten	
E	00:09:47	Meinung bzw. Sicht von Anderen verändert eigene Meinung zu Berufen/ Studiengängen	Berufliche Sichtweisen anderer verändert eigene Meinung	
E	00:10:09	Informiert sich zu Studiengängen lieber im Internet als andere zu befragen	Zieht Internet Gesprächen vor	
E		Würde zu spezifischen Berufserfahrungen vieler Verwandte befragen	Berufserfahrungen von anderen Personen sind interessant	
E	00:10:33	Social Media wird genutzt, weil Jugendliche Anspruch bekommen, in Mittelpunkt stehen wollen oder sie Langeweile haben	Nutzen von Social Media: Jugendliche bekommen Zuspruch, stehen im Mittelpunkt, Langeweile	
F	00:06:15	Mund-zu-Mund-Propaganda und Plakate nutzen, so können Leute erreicht werden	Allgemeine Informationsquelle: Gespräche mit anderen, Plakate	
F	00:06:33	Nutzt vor allem das Internet um sich zu informieren (googeln), manchmal auch Bücher	Allgemeine Informationsquelle: Internet (googeln)	
F	00:06:50	Befragt auch Verwandte und Bekannte zu Berufen/Studiengängen	Befragt auch Verwandte und Bekannte zu Berufen/Studiengängen	
F	00:07:14	Erfahrungen anderer Personen haben Einfluss auf eigene Meinungsbildung aber sind nicht leitend	Erfahrungen anderer haben einen Einfluss, verändern aber nicht die Meinung	
F	00:07:44	Erfahrungen von bekannten Personen sind vertrauenswürdig, sonst lieber anderweitig (im Internet) noch informieren	Bevorzugt Erfahrungen bekannter Personen dem Internet	
F	00:08:04	Junge Menschen sind viel im Internet und Social Media, man nimmt schnell Informationen auf, es werden viele erreicht	Nutzen von Social Media: schnelle Informationen, große Reichweite	

5.4 Tabelle 4: Erster Durchgang der Zusammenfassung „Empfehlungen“

Interview	Zeitstempel	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
A	00:12:06	Inhalt einer ansprechenden Werbung: Möglichkeiten nach dem Studium, Erfahrungen von Absolventen	Inhalt einer ansprechenden Werbung: beruflicher Einstieg, Erfahrungen von Absolventen	K 48: Inhalt einer Studiums-Werbung: <ul style="list-style-type: none"> <li>Berufliche Einstiegsmöglichkeiten</li> <li>Erfahrungen von Absolventen</li> <li>Praktikumsorte (um Einblick zu bekommen)</li> <li>Einblick in das Berufsfeld</li> <li>Aufbau</li> <li>Vorteile</li> <li>Weiterbildungsmöglichkeiten</li> </ul>
B	00:11:56	Werbung muss interessant sein, nicht nur bloße Aufzählung des Inhalts eines Studiengangs	Werbung muss interessant sein, nicht nur Nennung des Inhaltes	
B		Inhalt einer interessanten Werbung: Orte für Praktikas, einen Einblick in Berufsfeld geben, Jugendliche müssen überzeugt werden	Inhalt einer ansprechenden Werbung: Praktikumsorte, Einblick in Berufsfeld	
B	00:12:52	Inhalt einer Studiengangs-Werbung: Inhalt, Aufbau	Inhalt einer ansprechenden Werbung: <del>Inhalt</del> ; Aufbau	K 49: Beispiele für erfolgreiche Kampagnen: <ul style="list-style-type: none"> <li>Bundeswehr (Plakate, Videos auf Social Media zum beruflichen Alltag, manchmal lustig)</li> <li>Werbung für Justizvollzugsbeamte</li> <li>Uni Greifswald (Informationsstage, Instagram)</li> </ul>
B		Empfehlung: Erfahrungen von Personen nutzen	<del>Inhalt einer ansprechenden Werbung: Erfahrungen</del>	
B		Die Bundeswehr hat tolle Werbung auf Social Media, Videoclips zum Berufsleben, Arbeitsmarkt, manchmal lustiges	Beispiel für ansprechende Werbung: Bundeswehr (in Social Media aktiv, Videos zum Berufsleben, teilweise lustig)	
C	00:12:17	Hat für Studienvorbereitung Studienführer (Agentur für Arbeit) genutzt	Informationsquelle für Studiumswunsch: Studienführer (Agentur für Arbeit)	



Interview	Zeitstempel	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
C		Studiengang muss in Studienführer enthalten sein und bei der Agentur für Arbeit (Flyer) ausliegen	Tipp: Eintrag im Studienführer, Flyer bei der Agentur für Arbeit	<p>K 50: Informationsquellen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studienführer (Agentur für Arbeit)</li> <li>• Internet</li> </ul> <p>K 51: Tipps für ansprechende Werbungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eintrag im Studienführer</li> <li>• Flyer bei der Agentur für Arbeit</li> <li>• Einfachen und übersichtlicher Aufbau von Websites</li> <li>• Eyecatcher und weiterführende Informationen anbieten</li> <li>• Nicht zu viel Text</li> <li>• Schnell erfassbar, ansprechend, lässig wirken</li> <li>• Plakate in Busse und Bahnen</li> <li>• Regionale Werbung über Youtube</li> <li>• Große Plakate mit prägnanten Aussagen bleiben in Erinnerung</li> </ul>
C		Internet in der Werbung einbeziehen, leicht zu finden, einfacher und übersichtlicher Aufbau	Tipp: Internet nutzen, leicht auffindbar, einfach und übersichtlicher Aufbau	
C		Auf manchen Seiten von Unis ist das navigieren schwierig, oder nicht funktioniert, teilweise nicht ansprechend	Kritik an derzeitiger Werbung: Website unübersichtlich, funktioniert nicht	
C		Junge Menschen leben und arbeiten im Internet	Junge Menschen informieren sich vorwiegend im Internet	
C		Werbung über Social Media vielleicht nicht hilfreich, wird genutzt für Freizeit, Spaß, Zeitvertreib, Werbung wird vielleicht nicht ernst genommen	Werbung über Social Media ist nicht sinnvoll, weil es für Freizeit, Spaß, Zeitvertreib, Werbung genutzt wird	
C	00:13:30	Bundeswehr hat eine ansprechende Werbung, viele Plakate in großen Städten, Bus und Bahn	Beispiel: Bundeswehr (Plakate in Städte, Bus und Bahn)	
C	00:13:34	Momentan auch viel Werbung für Justizvollzugsbeamte	Beispiel: Werbung für Justizvollzugsbeamte	
C	00:13:57	Grundlegende Informationen auf Plakate, Menschen erreichen das Interesse haben, weiterführende Informationen anbieten	Hingucker über Plakate, dann weiterführende Informationen	



Interview	Zeitstempel	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
C		In weiterführenden Informationen sollten Inhalt des Studiums, spätere Arbeitsfelder aufzeigen	Inhalt einer ansprechenden Werbung: Inhalt des Studiums, spätere Arbeitsfelder	K 52: Kritik an derzeitigen Werbungen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unübersichtliche Websites</li> <li>• Keine Arbeitsfelder beschreiben</li> </ul>
C		Steht häufig vor dem Problem: findet Studiengang interessant, weiß nicht was man damit machen kann	Problem: Studium interessant aber keine Informationen zu Arbeitsfeldern Tipp: zu viel Text erschlägt	
D	00:12:31	Nicht zu viel Text, erschlägt, wird nicht gelesen	Tipp: ansprechend und schnell erfassbar sein, lässig	K 53: Werbung über Social Media ist nicht sinnvoll, weil: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dient dem Spaß, Zeitvertreib</li> <li>• Ist privat</li> </ul>
D		Sollte ansprechend sein, Kerninhalt muss schnell erfassbar sein, lässig rüber kommen	Tipp: ansprechend und schnell erfassbar sein, lässig	
D	00:12:48	Kennt keine ansprechende Werbung zu Berufen/Studiengängen	Kennt keine Beispiele	
D	00:12:48	Inhalt einer ansprechenden Werbung: Vorteile (Nachteile lieber weglassen), Weiterbildungsmöglichkeiten	Inhalt einer ansprechenden Werbung: Vorteile, Weiterbildungsmöglichkeiten	
E	00:11:09	Interessant gestaltete Plakate nutzen, im Bus oder öffentlichen Plätzen (Bushaltestellen)	Tipp: Plakate in Bussen oder am Straßenrand	
E		Werbung über Social Media ist nervig, ist eher was Privates	Kritik: Werbung über Social Media ist nervig, ist privat	
E		Werbung über YouTube wäre möglich, enthält sowieso Werbung, vielleicht was Regionales wäre da interessant	Tipp: Werbung über YouTube (regional)	
E	00:12:18	Uni Greifswald hat Tages-Veranstaltungen zu einzelnen Studiengängen	Beispiel: Uni Greifswald (Info-Veranstaltungen)	



Interview	Zeitstempel	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
E		Uni Greifswald hat Instagram-Seite, macht Ankündigungen zu Veranstaltungen	Beispiel: Uni- Greifswald (Instagram)	
E	00:13:12	Werbung muss ein Eyecatcher sein (z. B. interessanter Spruch), um grundlegendes Interesse zu wecken, weitere Informationsmöglichkeiten müssen angeboten werden	Tipp: Eyecatcher und weiterführende Informationen anbieten	
E	00:13:43	Inhalte einer Werbung: grundlegende Studieninformationen sind nebensächlich sondern konkreter Inhalt (was macht man) und spätere Einstiegsmöglichkeiten	Inhalte einer Werbung: grundlegende Studieninformationen weglassen, konkreter Inhalt, spätere Einstiegsmöglichkeiten	
F	00:09:13	Plakate, die schnell auf einen Blick sagen worum es geht, nicht zu viele Informationen enthalten	Tipp: Plakate mit Eyecatcher, nicht zu viele Informationen	
F		Es muss weiterführende Informationen geben zum Inhalt, Ziele, berufliche spätere Möglichkeiten	Inhalt einer Werbung: Inhalt Studium, Ziele, berufliche Möglichkeiten	
F		Bei einigen Studiengängen weiß man nicht, was man danach damit machen kann	Problem: Interessantes Studium, aber keine Berufsbeispiele	
F	00:09:16	Große Plakate mit kurzen Aussagen sind geeignet um Aufmerksamkeit zu wecken, bleiben in Erinnerung	Tipp: Große Plakate mit prägnanten Aussagen, bleiben in Erinnerung	

5.5 Tabelle 5: Zweiter Durchgang der Zusammenfassung – Erkenntnisse

Kategorie	Generalisierung	Reduktion/Erkenntnisse
1	<p>5 von 6 Schüler*innen wollen nicht in die Pflege, sondern Folgendes studieren:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Psychologie</li> <li>• Polizeistudium oder Sportmanagement</li> <li>• Naturwissenschaften</li> </ul>	<p><u>Ziele der Befragten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Psychologiestudium</li> <li>• Polizeistudium</li> <li>• Sportmanagementstudium</li> <li>• Studium der Naturwissenschaften</li> <li>• Kinderkrankenpflegeausbildung</li> <li>• FSJ</li> </ul>
2	<p>Schüler*innen interessieren für verschiedene Themen wie beispielsweise</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit Menschen arbeiten</li> <li>• Gerechtigkeit</li> <li>• Sport</li> <li>• Logisches Denken</li> <li>• Chemie und Mechanik</li> </ul> <p>Interessen der Schüler:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit Menschen arbeiten</li> <li>• Gerechtigkeit</li> <li>• Sport</li> <li>• Logisches Denken</li> <li>• Chemie und Mechanik</li> </ul>	<p><u>Interessen der Befragten:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menschen</li> <li>• Gerechtigkeit</li> <li>• Sport</li> <li>• Logisches Denken</li> <li>• Chemie und Mechanik</li> </ul>
3	<p>Ein Befragte möchte eine Ausbildung beginnen</p>	<p><u>Berufliche Vorstellungen der Befragten:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Spaß im Beruf</li> <li>• Gerechte Bezahlung</li> <li>• Persönliches Glück</li> <li>• Etwas erreichen können</li> </ul>
4	<p>Eine Befragte will vor dem studieren noch ein FSJ machen</p>	<p><u>Befragte haben teilweise Pflegeerfahrungen</u></p>
5	<p>Sichtweisen auf den Pflegeberuf</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anspruchsvoll</li> <li>• Undankbar</li> <li>• Schlecht bezahlt</li> <li>• Psychisch und physisch anstrengend</li> <li>• Wenig wertgeschätzt/ honoriert</li> </ul>	<p><u>Befragte haben teilweise Pflegeerfahrungen</u></p>



Kategorie	Generalisierung	Reduktion/Erkenntnisse
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schöner Beruf (2 von 6)</li> <li>• Ein wichtiger Job (1 von 6)</li> <li>• Zwischenmenschlichkeit</li> <li>• Spaß</li> <li>• Etwas Gutes tun</li> <li>• Mit alten Leuten arbeiten</li> </ul>	<p><b><u>Eigenschaften der Pflege aus Sicht der Befragten:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anspruchsvoll</li> <li>• Undankbar</li> <li>• Schlecht bezahlt</li> <li>• Psychisch und physisch anstrengend</li> <li>• Wenig wertgeschätzt/ honoriert</li> <li>• Schön</li> <li>• wichtig</li> <li>• Zwischenmenschlichkeit</li> <li>• Spaß</li> <li>• Etwas Gutes tun</li> <li>• Mit alten Leuten arbeiten</li> <li>• Langweilig</li> <li>• Waschen</li> <li>• Zu wenig Zeit (für Gespräche)</li> </ul>
6	<p>Pflege ist ein Out -Beruf (5 von 6 Befragten)</p> <p>Pflege = Out-Beruf</p>	
7	<p>Junge Menschen haben eine falsche Vorstellung von der Pflege, weil</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pflege ist kein Inhalt in der schulischen Berufsorientierung</li> <li>• Haben sich nicht damit auseinandergesetzt</li> </ul>	<p>Falsche Vorstellungen entstehen, weil</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pflege ist kein Inhalt der schulischen Berufsorientierung ist</li> <li>• Schüler*innen sich nicht damit auseinandersetzen</li> </ul>
8	<p>Pflegende werden unterschiedlich wahrgenommen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Haben Spaß</li> <li>• Sind fröhlich</li> <li>• Kommen an ihre Grenzen</li> <li>• Sind positiv</li> <li>• Wochenend- und Nachtschichten</li> <li>• Arbeit ist anstrengend</li> <li>• Motiviert</li> <li>• Gelangweilt</li> <li>• Gehen im Beruf auf</li> </ul>	<p><b><u>Pflegekräfte werden unterschiedlich wahrgenommen:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Haben Spaß</li> <li>• Kommen an ihre Grenzen</li> <li>• Sind positiv</li> <li>• Haben Wochenend- und Nachtschichten</li> <li>• Arbeit ist anstrengend</li> <li>• Motiviert</li> <li>• Gelangweilt</li> <li>• Gehen im Beruf auf</li> </ul>



Kategorie	Eigenschaften eines guten Jobs:	Generalisierung	Reduktion/Erkenntnisse
9	<ul style="list-style-type: none"> <li>Spaß machen</li> <li>Gerechte Bezahlung</li> <li>Persönliches Glück</li> <li>Etwas erreichen können</li> </ul>	Befragte wollen: <ul style="list-style-type: none"> <li>Spaß im Beruf</li> <li>Gerechte Bezahlung</li> <li>Persönliches Glück</li> <li>Etwas erreichen können</li> </ul>	<b>Falsche Vorstellung zur Pflege entstehen, weil:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>kein Inhalt der schulischen Berufsorientierung</li> <li>kein Interesse an der Pflege</li> </ul> <p><b><u>Pflege ist ein In-Beruf</u></b></p> <p><b><u>Pflege ist ein Out-Beruf</u></b></p>
10	2 von 6 haben ein Praktikum in der Pflege gemacht	Befragte haben Pflegeerfahrungen	<b><u>Pflege ist ein Out-Beruf</u></b>
11	K 11: Pflege ist ein In-Beruf (1 von 6)	Pflege = In-Beruf	
12	Viele Schüler wollen in die Pflege (1 von 6)	<del>Klassenkameraden wollen in die Pflege</del>	<b><u>Überwiegend kein Interesse an der (hochschulischen) Ausbildung, weil:</u></b>
13	K 13: Pflegeerfahrungen in der eigenen Familie	<del>Befragte haben Pflegeerfahrungen</del>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kein Interesse an der Arbeit mit alten Leuten</li> </ul>
14	In der Pflege ist nicht immer was zu tun	Pflege ist manchmal langweilig	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ist langweilig</li> </ul>
15	Junge Menschen wollen nicht in der Pflege arbeiten, weil <ul style="list-style-type: none"> <li>Kein Interesse an der Arbeit mit alten Leuten</li> <li>Alte Leute sind zu langsam</li> </ul>	Kein Interesse an der Pflege, weil <ul style="list-style-type: none"> <li>Kein Interesse an der Arbeit mit alten Leuten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Überwiegend negative Gedanken zur Pflege</li> <li>Andere Ziele</li> <li>Keine Eignung für Beruf</li> <li>Lieber Pflegeausbildung</li> </ul>
16	Schüler*innen verbinden auf Anhieb keine positiven Gedanken mit Pflegeberuf	Pflege = vorwiegend negative Gedanken	<b><u>Überwiegend keine Kenntnis von der hochschulischen Ausbildung ab 2020. Wenn diese bekannt war, stammte das Wissen aus:</u></b>
17	Mehrheit hat kein Interesse am Pflegestudium (4 von 6)	<del>Kein Interesse an der hochschulischen Ausbildung</del>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Heute Show</li> <li>Internet</li> </ul>
18	Alle lehnen Pflegestudium ab, weil <ul style="list-style-type: none"> <li>Andere Ziele</li> <li>Keine Eignung für Beruf</li> </ul>	Kein Interesse an der Pflege, weil <ul style="list-style-type: none"> <li>Andere Ziele</li> <li>Keine Eignung für Beruf</li> </ul>	



Kategorie	Generalisierung	Reduktion/Erkenntnisse
19	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lieber Pflegeausbildung</li> </ul> <p>Durch die Generalistische Ausbildung wird der Pflegeberuf attraktiver</p>	<p><b>Wenn Interesse an Pflegestudium besteht, wünschen sich die Befragten mehr Informationen zu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Unterschied zur Ausbildung</li> <li>Lehrbereiche/ Inhalt</li> <li>Praxiseinsätze</li> </ul>
20	<p>Pflegestudium klingt grundsätzlich in-teressant (2 von 6)</p>	<p><b>Befragte haben ein geringes bzw. unvollständiges Wissen zu politischen Entwicklungen in der Pflege. Ansatzweise bestanden Kenntnisse zu folgenden Themen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Generalistischen Ausbildung</li> <li>Mindestlohn Diskussion</li> <li>Pflegekräftemangel (Altenpflege)</li> </ul>
21	<p>Pflege ist:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Arbeit mit älteren Menschen</li> <li>waschen</li> </ul>	<p><b>Vorhandenes Wissen zum Pflegeberufgesetz lag teilweise vor, insbesondere zu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Europaweiten Anerkennung</li> <li>Vertiefung</li> <li>Grundsätzliches Zusammenführen der Pflegeberufe</li> </ul>
22	<p>Kenntnisse zu der generalistischen Ausbildung (2 von 6)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>europaweit anerkannt</li> <li>Vertiefung möglich, im dritten Jahr</li> <li>Zusammenführen der Pflegeberufe</li> </ul>	<p><b>Sichtweisen zur Generalistischen Ausbildung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pflegeberuf wird attraktiver</li> <li>Ermöglicht europaweite Chancen</li> <li>Lieber gleich Spezialisieren</li> </ul>
23	<p>Meinungen zur Generalistik:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Interesse am Pflegeberuf wird steigen</li> <li>Gut</li> <li>Ermöglicht europaweite Chancen</li> <li>Kritik: in alle Bereiche reinschauen müssen, obwohl Entscheidung für Vertiefung bereits getroffen</li> </ul>	<p><b>Pflege ist</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Anspruchsvoll</li> <li>Psychisch anstrengend</li> </ul>
24	<p>Meinungen zur Generalistik:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pflegeberuf wird attraktiver</li> <li>Ermöglicht europaweite Chancen</li> <li>Lieber gleich Spezialisieren</li> </ul>	<p><b>Pflege ist</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Anspruchsvoll</li> <li>Psychisch anstrengend</li> </ul>



Kategorie		Generalisierung	Reduktion/Erkenntnisse
25	In der Pflege ist zu wenig Zeit für Gespräch neben der Körperpflege.	<p>Pflege ist:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• zu wenig Zeit für Gespräche</li> <li>• nur Körperpflege.</li> </ul>	<p><b>Hauptinformationsquelle der Befragten ist das Internet.</b></p> <p><b>Informationsquellen der Befragten</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Internet (googeln)</li> <li>• Social Media</li> <li>• Bücher/ Zeitung</li> <li>• Gespräche</li> <li>• Nachrichten</li> <li>• Radio</li> <li>• Politikunterricht</li> <li>• Studienberatung/ Studienführer (Agentur für Arbeit)</li> <li>• Flyer/ Plakate</li> </ul> <p><b>Gründe für den Erfolg von Social Media sind:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einfacher, schneller Zugang zu Informationen</li> <li>• Große Reichweite</li> <li>• Leichte Organisation von Veranstaltungen</li> <li>• Zuspruch für Jugendliche</li> <li>• Eigen Darstellung</li> <li>• Zeitvertreib</li> </ul>
26	Kaum bis keine Kenntnisse zu Entwicklungen in der Pflege (4 von 6), weil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kein Interesse</li> </ul>	
27	Kenntnisse zu politischen/gesellschaftlichen Entwicklungen in der Pflege zu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generalistische Ausbildung</li> <li>• Diskussion Mindestlohn</li> <li>• Pflegekräftemangel, vor allem in der Altenpflege</li> </ul>	
28	Will eine Kinderkrankenpflegeausbildung	Ziel: Kinderkrankenpflegeausbildung	
29	Pflegekräfte werden international geworben, weil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deutsche nicht in der Pflege arbeiten wollen</li> <li>• Pflege künftig zu gewährleisten</li> </ul>	<p><b>Pflegekräftemangel besteht, weil Deutsche nicht in der Pflege arbeiten wollen</b></p>
30	Pflegeberufe sind wichtig	Pflegeberufe sind wichtig	



Kategorie		Generalisierung	Reduktion/Erkenntnisse
31	Mehrheit kennt Möglichkeit der hochschulischen Pflegeausbildung nicht (5 von 6), weil <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nicht damit auseinandergesetzt</li> </ul>	<p>Kein Interesse an der Pflege, weil</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nicht damit auseinandergesetzt</li> </ul>	<p><b>Kritik an Social-Media:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• teilweise uninteressant</li> <li>• Sinnloses posten</li> <li>• Häufig Werbung</li> </ul>
32	Studiengang ist bekannt aus <ul style="list-style-type: none"> <li>• Heute Show</li> <li>• Internet</li> </ul>	<p>Wissen zum Pflegestudiengang stammt aus:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Heute Show</li> <li>• Internet</li> </ul>	<p><b>Die Befragten nutzen Gespräche mit Verwandten etc., aufgrund</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ihrer Lebenserfahrung (der Gesprächspartner)</li> <li>• dem Zuwachs an Wissen</li> <li>• anderer Blickweisen</li> <li>• Erkennen neuer (logischer) Zusammenhänge</li> </ul>
33	Weiteres Interesse an Pflegestudiengang besteht zu folgenden Themen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterschied zur Ausbildung</li> <li>• Lehrbereiche/ Inhalt</li> <li>• Anzahl der Praxisinhalte</li> </ul>	<p>Interesse an Pflegestudiengang zu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterschied zur Ausbildung</li> <li>• Lehrbereiche/ Inhalt</li> <li>• Praxisinhalte</li> </ul>	
34	Jugendliche informieren sich im Allgemeinen über <ul style="list-style-type: none"> <li>• Internet (googeln)</li> <li>• Bücher/ Zeitung</li> <li>• Gespräche</li> <li>• Accounts von Nachrichtensendern</li> <li>• Radio</li> <li>• Politikunterricht</li> <li>• Studienberatung</li> <li>• Aktiver Kontakt zu Berufsangehörigen</li> <li>• Flyer/ Plakate</li> </ul>	<p>Informationsquellen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Internet (googeln)</li> <li>• Bücher/ Zeitung</li> <li>• Gespräche</li> <li>• Nachrichten</li> <li>• Radio</li> <li>• Politikunterricht</li> <li>• Studienberatung</li> <li>• Flyer/ Plakate</li> </ul>	<p><b>Berufliche Erfahrungen bekannter Personen werden dem Internet vorgezogen</b></p> <p><b>Das Internet wird teilweise bei der Suche nach Studieninformationen als weniger hilfreich empfunden. Gründe hierfür sind:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• unrealistischer Darstellung</li> <li>• Keine Nachvollziehbarkeit</li> <li>• Zu vieler Informationen</li> <li>• Unübersichtlichkeit</li> <li>• Zu viele Studiengänge</li> <li>• Keine Beschreibung späterer Arbeitsfelder</li> </ul>



Kategorie	Generalisierung	Reduktion/Erkenntnisse
35	<p>Schüler befragen Verwandte und Bekannte, weil:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Haben mehr Lebenserfahrung</li> </ul>	<p><b>Tipps/ Empfehlungen zu Werbemaßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Videos mit persönlichen Erfahrungen von Absolventen</li> <li>Zitate von Absolventen</li> <li>Videos mit realer Darstellung des Pflegealltags</li> <li>Werbung über Social Media</li> <li>Flyer nutzen, nur relevante Informationen</li> <li>Auf Schulveranstaltungen und Messen präsentieren</li> </ul> <p><b>Inhalt einer guten Werbung für Studiengänge:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Berufliche Einstiegsmöglichkeiten</li> <li>Erfahrungen von Absolventen</li> <li>Praktikumsorte</li> <li>Einblick in das Berufsfeld</li> <li>Aufbau/Inhalt/Vorteile</li> <li>Weiterbildungsmöglichkeiten</li> </ul> <p><b>Beispiele für erfolgreiche Kampagnen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Bundeswehr (Plakate, Videos auf Social Media zum beruflichen Alltag, manchmal lustig)</li> <li>Werbung für Justizvollzugsbeamte</li> <li>Uni Greifswald (Informationstage, Instagram)</li> </ul>
36	<p>Die Meinung anderer Personen hat einen großen Einfluss auf zukünftige Entscheidungen, weil/wenn:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vergrößert das eigene Wissen</li> <li>Echte Erfahrungen</li> <li>realer Einblick</li> <li>blicken auch in die Zukunft</li> <li>sie logisch sind</li> </ul>	<p>Die Meinung anderer Personen haben einen großen Einfluss auf zukünftige Entscheidungen, wenn:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>sie das Wissen vergrößern</li> <li>aus Erfahrung gesprochen wird</li> <li>auf Folgen/ Auswirkungen in der Zukunft hingewiesen wird</li> <li>sie logisch sind</li> </ul>
37	<p>Das Internet ist nicht vertrauenswürdig bei der Suche nach Studieninformationen, weil</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Keine reale Darstellung</li> <li>Keine nachvollziehbare Quelle</li> <li>Zu viele Informationen, unübersichtlich</li> </ul>	<p>Das Internet ist nicht vertrauenswürdig bei der Suche nach Studieninformationen, aufgrund</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>unrealistischer Darstellung</li> <li>Keine Nachvollziehbarkeit</li> <li>Zu vieler Informationen</li> <li>Unübersichtlichkeit</li> </ul>
38	<p>Die Sichtweisen bekannter Personen auf Berufe/ Studiengänge ist hilfreicher als das Internet</p>	<p>Berufliche Erfahrungen bekannter Personen werden dem Internet vorgezogen</p>
39	<p>Social Media ist so erfolgreich, weil:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Einfacher Zugang</li> <li>Schnelle Informationen</li> </ul>	<p>Nutzen von Social Media:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Einfacher, schneller Zugang zu Informationen</li> </ul>



Kategorie		Generalisierung	Reduktion/Erkenntnisse
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Große Reichweite</li> <li>• Leichtes organisieren von Veranstaltungen</li> <li>• Jugendliche bekommen Zuspruch, stehen im Mittelpunkt</li> <li>• Zeitverteib</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Große Reichweite</li> <li>• Organisieren von Veranstaltungen</li> <li>• Zuspruch für Jugendliche</li> <li>• Eigen Darstellung</li> <li>• Zeitverteib</li> </ul>	
40	<p>Tipps, um Abiturienten zu erreichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Videos mit persönlichen Erfahrungen von Absolventen</li> <li>• Zitate von Absolventen</li> <li>• Videos mit realer Darstellung des Pflegealltags</li> <li>• Werbung über Social Media</li> <li>• Flyer nutzen, nur relevante Informationen</li> <li>• Auf Schulveranstaltungen und Messen präsentieren</li> </ul>	<p>Tipps für Werbemaßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Videos mit persönlichen Erfahrungen von Absolventen</li> <li>• Zitate von Absolventen</li> <li>• Videos mit realer Darstellung des Pflegealltags</li> <li>• Werbung über Social Media</li> <li>• Flyer nutzen, nur relevante Informationen</li> <li>• Auf Schulveranstaltungen und Messen präsentieren</li> </ul>	
41	<p>Social Media ist:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram</li> <li>• Facebook</li> <li>• Twitter</li> </ul>	<p>Social Media ist:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram</li> <li>• Facebook</li> <li>• Twitter</li> </ul>	
42	<p>Die Meinung anderer hat keinen Einfluss auf zukünftige Entscheidungen, wenn</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Von eigenen Zielen überzeugt</li> </ul>	<p>Die Meinung anderer hat keinen Einfluss auf zukünftige Entscheidungen, wenn man von den eigenen Zielen überzeugt ist</p>	



Kategorie	Generalisierung	Reduktion/Erkenntnisse
43	Jugendliche informieren sich vor allem über das Internet	Hauptinformationsquelle ist das Internet
44	Schüler informieren sich lieber online als analog	Schüler informieren sich lieber online
45	es gibt zu viele Studiengänge, zu unübersichtlich	Probleme bei der Studiengängewahl: <ul style="list-style-type: none"> <li>• zu viele Studiengänge</li> <li>• <del>unübersichtlich</del></li> </ul>
46	Jugendliche haben kein Interesse an der Pflege	kein Interesse an der Pflege
47	Kritik an Social- Media: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alle können posten, uninteressant</li> <li>• Sinnloses posten</li> <li>• Häufig für Werbung genutzt</li> </ul>	Kritik an Social- Media: <ul style="list-style-type: none"> <li>• teilweise uninteressant</li> <li>• Sinnloses posten</li> <li>• Häufig Werbung</li> </ul>
48	Inhalt einer Studiums-Werbung: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Berufliche Einstiegsmöglichkeiten</li> <li>• Erfahrungen von Absolventen</li> <li>• Praktikumsorte (um Einblick zu bekommen)</li> <li>• Einblick in das Berufsfeld</li> <li>• Aufbau</li> <li>• Vorteile</li> <li>• Weiterbildungsmöglichkeiten</li> </ul>	Inhalt einer guten Werbung für Studiengänge: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Berufliche Einstiegsmöglichkeiten</li> <li>• Erfahrungen von Absolventen</li> <li>• Praktikumsorte</li> <li>• Einblick in das Berufsfeld</li> <li>• Aufbau/Inhalt</li> <li>• Vorteile</li> <li>• Weiterbildungsmöglichkeiten</li> </ul>
49	Beispiele für erfolgreiche Kampagnen:	Beispiele für erfolgreiche Kampagnen:



Kategorie		Generalisierung	Reduktion/Erkenntnisse
50	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bundeswehr (Plakate, Videos auf Social Media zum beruflichen Alltag, manchmal lustig)</li> <li>• Werbung für Justizvollzugsbeamte</li> <li>• Uni Greifswald (Informationstage, Instagram)</li> </ul> <p>Informationsquellen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studienführer (Agentur für Arbeit)</li> <li>• Internet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bundeswehr (Plakate, Videos auf Social Media zum beruflichen Alltag, manchmal lustig)</li> <li>• Werbung für Justizvollzugsbeamte</li> <li>• Uni Greifswald (Informationstage, Instagram)</li> </ul> <p>Informationsquellen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studienführer (Agentur für Arbeit)</li> <li>• <del>Internet</del></li> </ul>	
51	<p>Tipps für ansprechende Werbungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eintrag im Studienführer</li> <li>• Flyer bei der Agentur für Arbeit</li> <li>• Einfachen und übersichtlicher Aufbau von Webseiten</li> <li>• Eyecatcher und weiterführende Informationen anbieten</li> <li>• Nicht zu viel Text</li> <li>• Schnell erfassbar, ansprechend, lässig wirken</li> <li>• Plakate in Busse und Bahnen</li> <li>• Regionale Werbung über YouTube</li> <li>• Große Plakate mit prägnanten Aussagen bleiben in Erinnerung</li> </ul>	<p>Tipps für ansprechende Werbungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eintrag im Studienführer</li> <li>• Flyer bei der Agentur für Arbeit</li> <li>• Webseiten (einfach und übersichtlich)</li> <li>• Eyecatcher und weiterführende Informationen</li> <li>• wenig Text</li> <li>• Schnell erfassbar</li> <li>• ansprechend, lässig</li> <li>• Plakate mit prägnanten Aussagen (Busse, Bahnen)</li> <li>• Regionale Werbung über YouTube</li> </ul>	



Kategorie		Generalisierung	Reduktion/Erkenntnisse
52	Kritik an derzeitigen Werbungen: <ul style="list-style-type: none"><li>• Unübersichtliche Websites</li><li>• Keine Arbeitsfelder beschrieben</li></ul>	Kritik an derzeitigen Werbungen: <ul style="list-style-type: none"><li>• Unübersichtlich</li><li>• Keine Arbeitsfelder beschrieben</li></ul>	
53	Werbung über Social Media ist nicht sinnvoll, weil: <ul style="list-style-type: none"><li>• Dient dem Spaß, Zeitvertreib</li><li>• ist privat</li></ul>	Werbung über Social Media ist nicht sinnvoll, weil: <ul style="list-style-type: none"><li>• dient dem Spaß, Zeitvertreib</li><li>• ist privat</li></ul>	

## Abschnitt 6: Quantitative Interviewauswertung – Häufigkeitstabelle

Ausgewählte Erkenntnisse  
aus der zusammenfassenden  
Inhaltsanalyse

Oberbegriff	Unterkategorie	Interviews										Gesamt		
		A	B	C	D	E	F	ja	nein	keine Angabe	keine Angabe			
	Spaß	keine Angaben	ja	ja	keine Angabe	2	0	4						
	gute Bezahlung	keine Angaben	ja	keine Angabe	1	0	5							
	Glück	keine Angaben	keine Angabe	keine Angabe	ja	keine Angabe	1	0	5					
<b>Berufliche Vorstellungen</b>	etwas erreichen	keine Angaben	keine Angabe	keine Angabe	ja	keine Angabe	1	0	5					
	<b>Pflegeerfahrungen</b>	keine Angaben	keine Angabe	keine Angabe	ja	3	0	3						
<b>Kennt Pflegekräfte persönlich</b>	anspruchsvoll, anstrengend	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	4	0	2
	undankbar	ja	keine Angabe	3	0	3								
	schlecht bezahlt, wenig honoriert	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	2	0	4
	nicht wertgeschätzt, schön	ja	keine Angabe	4	0	2								
	wichtig	keine Angaben	ja	keine Angabe	keine Angabe	ja	ja	ja	ja	ja	ja	2	0	4
	etwas gutes Tun/ Zwischenmenschlichkeit	keine Angaben	keine Angabe	ja	2	0	4							
	langweilig	keine Angaben	keine Angabe	1	0	5								
	waschen	ja	keine Angabe	2	0	4								
	wenig Zeit	ja	keine Angabe	1	0	5								
	<b>Eigenschaften der Pflege</b>	alte Menschen	ja	keine Angabe	ja	3	0							



**Ausgewählte Erkenntnisse  
aus der zusammenfassenden  
Inhaltsanalyse**

Oberbegriff	Unterkategorie	Interviews										Gesamt		
		A	B	C	D	E	F	ja	nein	keine Angabe				
haben Spaß, sind positiv, gehen im Beruf auf, glücklich	ja	ja	keine Angabe	ja	ja	ja	ja	5	0	1				
	keine Angaben	keine Angabe	keine Angabe	keine Angabe	keine Angabe	keine Angabe	keine Angabe	1	0	5				
anstrengend, kommen an die Grenzen	ja	keine Angabe	keine Angabe	keine Angabe	keine Angabe	keine Angabe	keine Angabe	1	0	5				
	keine Angaben	keine Angabe	keine Angabe	keine Angabe	keine Angabe	keine Angabe	keine Angabe	2	0	4				
Wahrnehmung von Pflegenden	gelangweilt	keine Angaben	keine Angabe	1	0	5								
	Nein	keine Angabe	nein	ja	ja	nein	nein	1	4	1				
Pflege als In-Beruf	ja	ja	ja	ja	nein	ja	ja	4	1	1				
	nein	nein	nein	ja	ja	nein	nein	1	5	0				
Interesse am Pflegeberuf	ja	ja	nein	nein	nein	nein	nein	1	5	0				
	nein	nein	nein	ja	ja	nein	nein	2	4	0				
Kenntnis von der hochschulischen Ausbildung	ja	ja	nein	nein	nein	nein	nein	1	5	0				
	nein	nein	nein	ja	ja	nein	ja	2	4	0				
Wissen zu politischen Entwicklungen	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	5	1	0				
	zur generalistischen Ausbildung	ja	nein	nein	ja	nein	nein	2	4	0				
Internet ist Hauptinformationsquelle	ja	ja	keine Angabe	ja	ja	ja	ja	5	0	1				
	nein	nein	nein	ja	ja	nein	nein	2	4	0				



## Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken habe ich als solche kenntlich gemacht

Neubrandenburg, 23.11.19

Ort, Datum

Laura Diedrich